



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE
VENTA Y REPARACIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO “V-TRONIC” EN LA
CIUDAD DE AMBATO, PERIODO 2022 – 2026**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar por el grado académico de:

LICENCIATURA EN FINANZAS

AUTOR:

BYRON DAVID VILLENA PAPPE

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE
VENTA Y REPARACIÓN DE EQUIPOS DE CÓMPUTO “V-TRONIC” EN LA
CIUDAD DE AMBATO, PERIODO 2022 – 2026**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar por el grado académico de:

LICENCIATURA EN FINANZAS

AUTOR: BYRON DAVID VILLENA PAPPE

DIRECTOR: Ing. NELLY PATRICIA PERUGACHI CAHUEÑAS

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, Byron David Villena Pappe

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, Byron David Villena Pappe, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 31 de marzo del 2022



Byron David Villena Pappe

C.I. 1804922571

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular: Tipo: Proyecto de investigación, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE VENTA Y REPARACION DE EQUIPOS DE CÓMPUTO “V-TRONIC” EN LA CIUDAD DE AMBATO, PERIODO 2022 – 2026**, realizado por el señor: **BYRON DAVID VILLENA PAPPE**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Roberto Isaac Costales Montenegro
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

2022 - 04 - 04

Ing. Nelly Patricia Perugachi Cahueñas
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

2022 - 04 - 04

Ing. Juan Alberto Ávalos Reyes
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

2022 - 04 - 04

DEDICATORIA

Gracias a mis padres por ser los principales motores de mis sueños, gracias a ellos por siempre confiar en mí, creer en mí y en mis expectativas, gracias a mi madre por siempre acompañarme en cada una de las agotadoras y largas noches de estudio, agotadoras noches donde la llegada de sus cafés y su compañía era para mí como agua en el desierto; gracias a mi padre por siempre desear lo mejor para mí y luchar para que lo tuviera, gracias por cada palmada en la espalda y por cada palabra que fueron mi guía en el transcurso de la carrera, y de mi vida.

A mi esposa Jazmín tu ayuda ha sido fundamental, has estado conmigo incluso en los momentos más difíciles. Este proyecto no fue fácil, pero estuviste día y noche motivándome y ayudándome hasta donde tus alcances lo permitían.

Te lo agradezco muchísimo, amor.

Byron.

AGRADECIMIENTOS

A Dios porque sin el nada de esto hubiese sido posible.

A mis padres, ustedes han sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los días y noches más difíciles durante mis horas de estudio. Siempre han sido mis mejores guías de vida. Hoy cuando concluyo mis estudios, les agradezco a ustedes este logro amados padres, como una meta más conquistada. Orgulloso de que sean mis padres y que estén a mi lado en este momento tan importante.

Gracias por ser quienes son y por creer en mí

Al miembro de mi tribunal, Ing. Juan Alberto Avalos Reyes, por la dedicación y apoyo que ha brindado a este trabajo, por el respeto a mis sugerencias e ideas y por la dirección y el rigor que ha facilitado a las mismas. Gracias por la confianza ofrecida desde que llegué a esta facultad.

Byron.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCION.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEORICO - REFERENCIAL.....	4
1.1. Antecedentes de la Investigación	4
1.2. Marco teórico	7
<i>1.2.1. Estudio de factibilidad.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.1.1. Etapas del estudio de Factibilidad</i>	<i>8</i>
1.2.2. Empresas	11
<i>1.2.2.1. Tipos de empresas</i>	<i>12</i>
<i>1.2.2.2. Elementos de una empresa.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.2.3. Estructura</i>	<i>15</i>
<i>1.2.2.4. Requisitos para su conformación de una Microempresa</i>	<i>17</i>
1.2.3. Administración	19
<i>1.2.3.1. Teorías administrativas</i>	<i>21</i>
<i>1.2.3.2. Teorías humanísticas</i>	<i>22</i>
<i>1.2.3.3. Teoría del éxito de la empresa.....</i>	<i>24</i>
<i>1.2.3.4. Teorías de recursos y capacidades</i>	<i>25</i>
<i>1.2.3.5. Teoría de la comunicación.....</i>	<i>26</i>
1.2.4. Empresa comercial.....	26
1.2.5. Empresa de servicios	27
1.2.6. Punto de equilibrio	28
<i>1.2.6.1. Relación entre costes</i>	<i>29</i>
<i>1.2.6.2. Componentes y forma de cálculo del punto de equilibrio</i>	<i>30</i>
<i>1.2.6.3. Condiciones de cálculo.....</i>	<i>30</i>
1.2.7. VAN y TIR.....	30
<i>1.2.7.1. VAN</i>	<i>31</i>
<i>1.2.7.2. TIR.....</i>	<i>32</i>

1.2.7.3.	<i>Diferencias hay entre el VAN Y TIR.....</i>	33
1.2.8.	Costo beneficio	33
1.2.8.1.	<i>Variables que determinan el coste/beneficio.....</i>	34
1.2.8.2.	<i>Calculo del costo beneficio.....</i>	34
1.2.9.	Periodo de retorno de la inversión (PRI)	35
1.2.10.	Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).....	35
1.2.11.	Mantenimiento de Computadores	36
1.2.11.1.	<i>Tipos de mantenimiento para la PC.....</i>	37
1.3.	Marco conceptual.....	38
1.3.1.	<i>Factibilidad de creación de una empresa.....</i>	38
1.3.2.	<i>Empresa</i>	38
1.3.3.	<i>Creación de una empresa</i>	38
1.3.4.	<i>Factibilidad.....</i>	38
1.3.5.	<i>Mercado</i>	39
1.3.6.	<i>Indicadores Financieros.....</i>	39
1.3.7.	<i>Costos.....</i>	39
1.3.8.	<i>Costos fijos.....</i>	39
1.3.9.	<i>Costos variables</i>	39
1.3.10.	<i>Servicio</i>	39
1.3.11.	<i>Mantenimiento.....</i>	40
1.4.	Variables.....	40
1.4.1.	<i>Idea a defender</i>	40
1.4.2.	<i>Variable dependiente:.....</i>	40
1.4.3.	<i>Variable independiente.....</i>	40

CAPITULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	41
2.1.	Enfoque de investigación:.....	41
2.1.1.	<i>Mixto.....</i>	41
2.1.2.	<i>Cualitativo</i>	41
2.1.3.	<i>Cuantitativo</i>	41
2.2.	Nivel de Investigación:.....	42
2.2.1.	<i>Descriptivo.....</i>	42
2.2.2.	<i>Explicativo.....</i>	42
2.3.	Método:.....	42
2.3.1.	<i>Inductivo.....</i>	42

2.3.2.	<i>Deductivo</i>	43
2.3.3.	<i>Analítico</i>	43
2.3.4.	<i>Sintético</i>	43
2.3.5.	<i>Sistémico</i>	43
2.4.	Diseño:	44
2.4.1.	<i>Diseño Cuasi Experimental</i>	44
2.4.2.	<i>Diseño transversal o longitudinal</i>	44
2.5.	Tipo de estudio:	44
2.6.	Población y muestra	45
2.6.1.	<i>Población</i>	45
2.6.2.	<i>Muestra</i>	45
2.7.	Técnicas de Recolección de Información	46
2.7.1.	<i>Encuesta</i>	46
2.8.	Instrumentos de recolección de Información	46
2.8.1.	<i>Cuestionario</i>	46
2.9.	Fuentes de Información	46
2.10.	Indicadores	46
2.11.	Resultados de la encuesta	47
2.12.	Determinación del tamaño del mercado	64
2.12.1.	<i>Demanda Insatisfecha</i>	64

CAPITULO III

3.	MARCO PROPOSITIVO	66
3.1.	Factibilidad Operativa	66
3.1.1	<i>Tipo de empresa</i>	66
3.1.2	<i>Diseño del logo empresarial</i>	66
3.1.3	Filosofía empresarial	66
3.1.4	<i>Valores y políticas de la organización</i>	67
3.1.5	<i>Objetivos estratégicos</i>	68
3.1.6	<i>Diseño organizacional estructura y descripción de funciones</i>	68
3.1.6.1.	<i>Descripción de funciones</i>	69
3.1.7	<i>Estrategias de crecimiento y expansión de la empresa</i>	71
3.1.8	<i>Cadena de valor</i>	71
3.1.9	<i>Análisis FODA</i>	73
3.2.	Factibilidad Técnica	73
3.2.1.	<i>Análisis y determinación de la localización optima del proyecto</i>	73

3.2.2.	<i>Diseño del local</i>	74
3.2.3.	<i>Presentación del Producto</i>	75
3.2.3.1.	<i>La Marca</i>	75
3.2.4.	<i>Plan de estrategias de marketing</i>	75
3.2.4.1.	<i>Estrategias de producto:</i>	76
3.2.4.2.	<i>Estrategias de precio:</i>	76
3.2.4.3.	<i>Estrategias de distribución:</i>	76
3.2.4.4.	<i>Estrategias de promoción:</i>	76
3.2.5.	<i>Factibilidad Económica</i>	77
3.2.6.	<i>Estimación de mercado</i>	77
3.2.7.	<i>Inversión inicial</i>	77
3.2.8.	<i>Capital de Trabajo</i>	78
3.2.8.1.	<i>Costos fijos</i>	78
3.2.8.2.	<i>Costos Variables</i>	79
3.2.9.	<i>Determinación de precio de venta del producto</i>	79
3.2.10.	<i>Capital de trabajo</i>	80
3.2.11.	<i>Financiamiento</i>	80
3.2.12.	<i>Flujo de efectivo</i>	81
3.2.13.	<i>Indicadores financieros</i>	83
3.3.	Factibilidad Comercial	84
3.3.1.	<i>Análisis del entorno</i>	84
3.3.1.1.	<i>Factores Políticos</i>	84
3.3.1.2.	<i>Factores Económicos</i>	84
3.3.1.3.	<i>Factores sociales</i>	85
3.3.1.4.	<i>Factores Tecnológicos</i>	85
3.3.1.5.	<i>Factores Ecológicos</i>	86
3.3.2.	<i>Estudio del sector de ventas de computadoras 5 fuerzas de PORTER</i>	86
3.4.	Factibilidad legal	87
3.4.1.	<i>Factibilidad Política y Legal</i>	87
3.5.	Factibilidad Temporal	88
	CONCLUSIONES	89
	RECOMENDACIONES	90
	BIBLIOGRAFÍA	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 1	48
Tabla 2-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 2	49
Tabla 3-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 3	50
Tabla 4-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 4	51
Tabla 5-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 5	52
Tabla 6-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 6	53
Tabla 7-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 7	54
Tabla 8-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 8	55
Tabla 9-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 9	56
Tabla 10-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 10	57
Tabla 11-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 11	58
Tabla 12-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 12	59
Tabla 13-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 13	60
Tabla 14-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 15	61
Tabla 15-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 15	62
Tabla 16-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 16	63
Tabla 17-2: Tamaño del Mercado	64
Tabla 18-2: Tamaño del Mercado	65
Tabla 19-3: Descripción de Funciones del personal de V-TRONIC.....	69
Tabla 20-3: Análisis FODA	73
Tabla 21-3: Localización del proyecto	74
Tabla 22-3: Inversión Inicial-Activos fijos.....	77
Tabla 23-3: Inversión Inicial-Activos diferidos.....	78
Tabla 24-3: Costos de Producción-costos fijos de mano de obra	78
Tabla 25-3: Costos de Producción-costos fijos Totales	79
Tabla 26-3: Costos de producción-Costos variables.....	79
Tabla 27-3: Precio unitario del producto.....	80
Tabla 28-3: Precio unitario del servicio	80
Tabla 29-3: Capital de trabajo	80
Tabla 30-3: Financiamiento del Proyecto.....	81
Tabla 31-3: Flujo de caja proyectado a 5 años	82
Tabla 32-3: Cálculo de Indicadores Financieros	83
Tabla 33-3: Análisis de las 5 fuerzas de PORTER	87

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1: Etapas del estudio de Factibilidad	8
Figura 2-1: Elementos de una empresa	14
Figura 3-1: Elementos de la Administración	20
Figura 4-1: Punto de equilibrio	29
Figura 5-3: Organigrama de la Empresa	69
Figura 6-3: Cadena de Valor	72
Figura 7-3: Mapa de la Ciudad de Ambato	73
Figura 8-3: Diseño del local	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 1	48
Gráfico 2-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 2	49
Gráfico 3-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 3	50
Gráfico 4-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 4	51
Gráfico 5-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 5	52
Gráfico 6-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 6	53
Gráfico 7-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 7	54
Gráfico 8-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 8	55
Gráfico 9-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 9	56
Gráfico 10-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 10	57
Gráfico 11-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 11	58
Gráfico 12-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 12	59
Gráfico 13-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 13	60
Gráfico 14-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 14	61
Gráfico 15-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 15	62
Gráfico 16-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 16	63

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación fue realizar un estudio de Factibilidad para la creación de la empresa de venta y reparación de equipos de cómputo “V-TRONIC” en la ciudad de Ambato de la Provincia de Tungurahua, periodo 2022 – 2026. Para lo cual, se obtuvo los datos de consumo mediante una investigación de mercado y un análisis económico de los costes y gastos implicados en la constitución de la empresa. Todo ello mediante el uso de una metodología mixta, es decir cualitativa y cuantitativa. Cualitativa, debido a que se recolectó información del mercado de computadores mediante una encuesta de elaboración propia, y cuantitativa ya que se analizó estadísticamente dicha información, además del cálculo de los diversos indicadores financieros que se presentan en el estudio. Además, se llevaron a cabo diferentes estudios de factibilidad, como el operativo que ayudó a establecer la organización y funciones de los empleados de la empresa, el estudio técnico que permitió delimitar la ubicación de la empresa y el diseño del local a utilizar, la factibilidad comercial la cual ayudó a identificar las ventajas y desventajas existentes en el mercado meta y la factibilidad legal que estableció las leyes y políticas a las que deberá regirse la empresa. Para el análisis financiero se llevó a cabo el cálculo del Valor Actual Neto el cual tuvo un valor de \$36.453,05, una Tasa Interna de Retorno del 51%, un periodo de retorno de la inversión de 1,4 años y un Costo Beneficio del 1,15. Se llegó a la conclusión de que es altamente factible el desarrollo del proyecto de creación de una empresa de venta y reparación de equipos de cómputo “V-TRONIC”, ya que los indicadores financieros fueron muy positivos. Se recomienda llevar a cabo continuamente estudios de factibilidad comercial que permitan identificar los futuros requerimientos y necesidades del mercado meta.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <VENTA Y MANTENIMIENTO DE COMPUTADORES> <INDICADORES FINANCIEROS>, <PROYECTO DE INVERSIÓN>.

24-05-2022

1013-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

This research aimed to carry out a feasibility study to create a company for the sale and repair of computer equipment "V-TRONIC" in the city of Ambato in the Province of Tungurahua, period 2022 - 2026. We got consumption data through market research and an economic analysis of the costs and expenses involved in setting up the company. They did this using a mixed method, qualitative and quantitative. Qualitative, because they collected information from the computer market through an in-house survey, and quantitative, because they analyzed the information, and the estimation of the various financial indicators presented in the study. In addition, It carried out different feasibility studies, such as the operational study that helped to establish the organization and functions of the company's employees, the technical study that allowed to delimit the company's positioning and the design of the premises to be used, the commercial feasibility that helped to identify the existing advantages and disadvantages in the target market and the legal feasibility that established the laws and policies to which should rule the company. For the financial analysis, they conducted a Net Present Value calculation, which had a value of \$36,453.05, an Internal Rate of Return of 51%, a payback period of 1.4 years and a Cost Benefit of 1.15. They concluded it is highly workable to develop the project for the creation of a company for the computer sale and repairment "V-TRONIC", since the financial indicators were very positive. We recommend it to our commercial feasibility studies to identify the future requirements and needs of the target market.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <FEASIBILITY STUDY>, <COMPUTER SALES AND MAINTENANCE>, <FINANCIAL INDICATORS>, <INVESTMENT PROJECT>.



Ing. Leonardo Efraín Cabezas Arévalo
C.I.: 0601880420

24-05-2022

1013-DBRA-UTP-2022

INTRODUCCION

En la ciudad de Ambato existen pocos establecimientos que se dediquen a la venta y reparación de equipos de cómputo, y los pocos establecimientos que existen no son confiables ya que en su mayoría cuentan con técnicos que no están capacitados de una manera adecuada y esto se ve reflejado en los malos trabajos que ofrecen a sus clientes y en la nula garantía que estos le ofrecen. Además, estos mismos locales al vender computadoras tampoco ofrecen a sus clientes una garantía de los equipos que están adquiriendo.

Por dichas razones es que en la ciudad de Ambato es muy difícil encontrar un sitio de venta y reparación de equipos de cómputo que sea confiable, que brinde un buen servicio y que los productos y los servicios que ofrezca dicho local sean de calidad, por esa misma razón es que la población Ambateña en la mayoría de los casos prefiere dejar a sus equipos obsoletos y prefieren comprar equipos nuevos, pero en diferentes ciudades o provincias incluso.

Debido a estas razones la población ambateña en general tiene un mal concepto de este tipo de servicios y de los productos que ofrecen estos locales, a más de contar con una garantía de fábrica, los productos que venden algunos locales de esta ciudad tienen una procedencia dudosa, por eso es que en este tipo de locales no se les ofrece una garantía por los equipos que están adquiriendo, ya que, en la mayoría de los casos estos productos entraron de una manera ilegal al país.

En resumen, la población ambateña tiene miedo de adquirir equipos de cómputo en su propia ciudad debido a la inseguridad que le proporcionan los locales que les venden o reparan sus equipos, y en algunas ocasiones la población en general prefiere dejar obsoletos los equipos de cómputo que dándoles un buen mantenimiento pueden servir por varios años más, evitando así la obsolescencia temprana de estos productos y así dejando un menor porcentaje de residuos electrónicos.

Por otra parte, la presente investigación se basa teóricamente en la importancia de la creación de una empresa de venta y reparación de equipos de cómputo, en la cual, por medio de teorías y conceptos de la factibilidad económica, demanda, oferta, etc.

Así mismo, este trabajo aportara para crear plazas de trabajo y entregar un excelente servicio para la población Ambateña y para obtener una buena rentabilidad de este servicio.

Se considera importante la creación de esta empresa, ya que por la emergencia sanitaria todos los estudiantes y docentes de las diferentes instituciones educativas se han dado a la necesidad de tener

un buen equipo de cómputo para poder recibir o impartir clases de una manera adecuada desde la comodidad de su hogar.

Además, solucionar los problemas de falta de negocios de reparación y venta de computadores, que ofrezcan un servicio de calidad.

Finalmente es importante ya que aportara con una fuente bibliográfica a la que podrán acceder los estudiantes y docentes de la Universidad cuando quieran desarrollar un plan de factibilidad para la creación de cualquier empresa.

Por otro lado, en el presente trabajo de investigación se pondrá en práctica las diferentes metodologías adquiridas en la cátedra, así como también la aplicación de encuestas, entrevistas, métodos cualitativos y cuantitativos, que permitan realizar el análisis y las sugerencias correspondiente que den solución a la problemática mencionada, además de manera específica se aplicará:

- Revisión bibliográfica.
- Estudio de mercado para establecer la demanda insatisfecha.
- Análisis técnico, administrativo y financiero para ver la viabilidad del proyecto.

Además, el presente trabajo se justifica con el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de venta y reparación de equipos, mismo que está pensado para resolver los problemas de falta de seriedad, honestidad y garantía que presentan los negocios de reparación y venta de computadores ya existentes en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua. Lo cual permitirá saber si es factible o no la creación de esta empresa, es decir si es que a más de crear plazas de trabajo para la población local también se podrá esperar una rentabilidad.

Objetivo

Objetivo general:

- Realizar un estudio de Factibilidad para la creación de la empresa de venta y reparación de equipos de cómputo “V-TRONIC” en la ciudad de Ambato de la Provincia de Tungurahua, periodo 2022 – 2026.

Objetivos específicos:

- Realizar la revisión bibliográfica sobre el estudio de factibilidad y todos los temas concernientes al mismo.
- Elaborar la investigación de mercado entorno a la aceptación de los bienes y servicios de la empresa.
- Presentar los resultados de los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal y financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEORICO - REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de la Investigación

Para un correcto desarrollo del presente trabajo se han tomado las siguientes investigaciones como guía y referencias:

De acuerdo con Moncayo (2018), en su trabajo titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil”, mismo que tiene como objetivo principal:

Ejecutar un estudio de mercado para comprobar la factibilidad de la implementación de una empresa que brinde servicios brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil.

A demás el autor llega a las siguientes conclusiones:

- Las empresas pequeñas al no tener el capital para invertir en proyectos que ayuden a sus empresas a crecer y ser competitivos, se le hace atractivo contar con servicios documentales, concluyendo el investigador que es actualmente una tendencia por sus costos bajos.
- Al realizar el estudio de mercado se determinó que el 90% de las empresas de comercialización encuestadas estarían interesadas en invertir en proyectos de implementación de un servicio de gestión documental y el 75% de las empresas interesadas en pagar por un servicio mensual, concluimos que existiendo una gran demanda de este tipo de servicios a precios entre 70 y 100 dólares.

Por otra parte, nos encontramos con el trabajo “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización frutícola – orgánica”, realizado por (Paredes, 2018), el cual tiene como objetivo:

Obtener información del mercado, que nos ayude a determinar la factibilidad comercial para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización frutícola en la ciudad de Ambato.

Además, el autor llega a la conclusión de que:

- El proyecto de crear una empresa dedicada a la comercialización producción y comercialización frutícola en la ciudad de Ambato es factible, ya que según el estudio de mercado realizado el 83% de la población adquieren este tipo de productos y el 17% restante no adquieren principalmente porque desconocen los beneficios del consumo de frutas.
- Las estrategias para conseguir ventas se centran principalmente en la venta personal y el marketing directo, por lo que es indispensable contar con personal altamente profesional y capacitado que pueda responder a todos los requerimientos exigidos por los clientes.
- La estructura del financiamiento del proyecto se realizará con un aporte del 44% por el socio principal y un 56% por un préstamo financiado a 3 años plazo.

Así mismo, (Guerrero, 2018) nos presenta su trabajo “Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios integrales tecnológicos en la Ciudad de Machala.” El cual tiene como objetivo principal:

Desarrollar un plan de negocios de una empresa que preste servicios integrales tecnológicos, para el crecimiento de pequeñas y medianas empresas, en la ciudad de Machala, Provincia de El Oro, en el año 2018.

Y como objetivos específicos:

- Establecer los sectores empresariales (segmento de mercado) a los que se prestarán los servicios informáticos.
- Identificar los principales competidores directos e indirectos que existen en el mercado y los productos informáticos que ofrecen a los clientes, así mismo las fortalezas y debilidades de la competencia para establecer los elementos a proyectar en el plan de negocios que ofrezcan mayores ventajas en la prestación de servicios a los clientes.
- Determinar si existe o no demanda insatisfecha, para establecer la estrategia comercial y lograr resultados con éxito.
- Realizar la estimación del presupuesto del plan de negocio.
- Diseñar una propuesta para la creación de la empresa.

Para lo cual hace uso de una investigación de exploratoria de tipo descriptiva, la cual uso una encuesta para la recolección de los datos, misma que es aplicada a una muestra de 328 empresas medianas que posean una configuración básica de los bienes y servicios ofertados, además, el autor llega a las siguientes conclusiones:

- Mediante la aplicación de la encuesta a las empresas pequeñas y mediana de la ciudad de Machala, se pudo comprobar que los servicios ofertados por la empresa tendrían su nicho dentro del mercado por cuanto existe la necesidad y el interés por parte de los potenciales clientes.
- El análisis financiero permitió determinar la factibilidad del proyecto, donde se concluyó que la inversión inicial del proyecto será de USD \$ 26,940.04, misma que será financiada 40% de capital propio y el 60% restante mediante un préstamo de un Banco local a 5 años a una tasa nominal anual del 9.24%.
- La obtención de un VAN mayor a cero, muestra que la tasa interna de retorno es mayor que la tasa mínima exigida para la inversión, teniendo para este proyecto una la TIR de 75%.

Pinanjota y Yauli (2020), nos presentan su trabajo “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos elaborados a base de chocho” mismo que tiene como objetivos principales:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos elaborados a base de chocho.

Y específicos:

- Realizar un estudio situacional en la ciudad de Latacunga y respaldar la información del consumo de chochos.
- Elaborar una matriz FODA que permita verificar la conveniencia de elaborar productos a base de chocho.
- Realizar un análisis financiero para determinar la factibilidad económica.
- Establecer la propuesta para el estudio de factibilidad, en función de la investigación realizada.

Para lograr la consecución de estos objetivos el autor hace uso de una investigación científica de tipo inductiva, para la cual utilizo instrumentos de recolección de información como una encuesta personalizada y una entrevista, la población de este estudio fue de 335 personas, con una muestra de 15, además el autor llego a las siguientes conclusiones:

- La importancia del presente estudio es el de brindar a la población de Latacunga un producto novedoso y saludable.
- Luego de realizar el análisis de las encuestas, podemos ratificar que los pobladores al cliente piensan que el consumo de chochos sería saludable para ellos, por lo que si consumirían el producto. Los estudios de mercado realizados reflejan que si hay personas interesadas en consumir productos a base de chochos.

Estos trabajos servían como una guía para una correcta y adecuada ejecución del presente trabajo de investigación. Ya que en su contenido tienen los procesos para la ejecución de los diferentes estudios de factibilidad, entre los que resaltan la factibilidad económica, operativa y comercial.

1.2. Marco teórico

1.2.1. Estudio de factibilidad

Un estudio de factibilidad es el que lleva a cabo una empresa para determinar la viabilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto de inversión que espera implementar. Sin embargo, este tipo de estudio le permite a la empresario o emprendedor identificar si el negocio o proyecto que busca emprender le pueda resultar favorable o desfavorable. También le ayuda a instituir la clase de estrategias que le pueden favorecer a llegar a alcanzar el éxito (Cardoso, García, & García, 2019) .



Figura 1-1: Etapas del estudio de Factibilidad

Fuente: (Cardoso, García, & García, 2019) .

Como también, un estudio de factibilidad del mercado tiene el objetivo de analizar diferentes factores afines al mercado para determinar si el proyecto de inversión será o no viable (Duvergel & Argota, 2017). Antes de lanzar un producto o servicio al mercado, es fundamental realizar un estudio de factibilidad, ya que ayuda a conocer si la idea será exitosa y cubrirá los requerimientos del tipo de clientes objetivo o si se necesita hacer diversas modificaciones (Arévalo, 2018).

1.2.1.1. Etapas del estudio de Factibilidad

Las etapas del estudio de factibilidad son las siguientes:

- **Factibilidad Operativa:** Esta es una de las etapas más importantes ya que representa un aspecto fundamental en el estudio de factibilidad, si la estructura organizacional es adecuada las posibilidades de éxito son mayores, se tiene que empezar asignando funciones y

responsabilidades propugnándolas en un organigrama en el que se adopte y se describa la cultura organizacional de la empresa (Amaru, 2018)

Como también, simboliza uno de los aspectos más significativos contenidos en el plan de negocios, debido a que si la estructura administrativa es práctica se incrementan las probabilidades de éxito. Para realizar este estudio se tiene que iniciar por crear un organigrama de la empresa, establecer funciones y responsabilidades, como también tiene que incluir una descripción minuciosa de los costos administrativos seguido de cifras, la parte legal de la empresa, designando razón y objeto social, los permisos requeridos y los trámites de constitución obligatorios (Torres F. , 2018). Además, el estudio administrativo proporciona las herramientas de guía para quienes tendrán que administrar un proyecto de inversión buscando determinar los semblantes organizativos que se tendrá que considerar en una nueva empresa para su correcto establecimiento, estos semblantes serian su planeación estratégica, sus aspectos legales, su estructura organizacional, laborales, fiscales, el proceso de selección, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento y la inducción que se brindara a los nuevos empleados necesaria para su autorización (Santana, 2018).

- **Factibilidad Técnica:** En esta etapa se debe elaborar una descripción minuciosa del proceso de producción o de comercialización considerando el tamaño del proyecto y las características requeridas para la nueva empresa como lo son: la localización, servicios públicos, ingeniería para el proceso, diseño de la planta, etc. (Romero A. , 2019).

Además en el estudio técnico se estudian elementos concernientes con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se quiere realizar, para lo cual se debe hacer una descripción detallada del mismo con el objetivo de presentar todos los requerimientos para volverlo funcionarle (Ullauri & Zurita, 2017).

- **Factibilidad Económica:** En esta etapa se realiza un análisis mediante herramientas financieras importantes como el estado de pérdidas y ganancias, utilidad bruta y neta, balance general, flujo de caja proyectada, punto de equilibrio. Además, ciertos índices financieros prioritarios para hallar la posibilidad del proyecto como VAN, TIR, PRI y la relación Costo/Beneficio (Guerrero, 2018).

De la misma manera, la evaluación financiera es un ejercicio teórico-práctico a través del cual se busca valorar, identificar y comparar entre sí los costos y bienes relacionados a expresas alternativas de proyectos de inversión con el objetivo de ayudar a la toma de

elecciones de inversión que consientan crear valor, los proyectos que extiendan el valor de la compañía son los más favorables, incrementar su valor involucra que el flujo de efectivo libre es aumentativo y los costos del capital son menores al retorno del capital invertido (Gómez O. , 2017).

- **Factibilidad Comercial:** En esta etapa se debe analizar la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia para conocer la rentabilidad del negocio, además de identificar las perspectivas reales que tiene que afrontar un determinado bien o servicio al tratar de ingresar a un mercado específico (Carvajal, 2021).

Como también se considera al estudio de mercado como una investigación la cual es usada por varias ramas de la industria para garantizar la elección de decisiones y comprender de mejor manera el panorama comercial en el que buscan emprender al instante de ejecutar sus operaciones. Esta clase de estudio es sumamente útil para estudiar los aspectos como tendencias de compra, lugar de operación, necesidades de productos o estudio de la competencia para garantizar el adecuado desempeño del negocio (Orejuela & Sandoval, 2017).

- **Factibilidad Política y Legal:** En esta etapa se realiza un análisis y evaluación de un proyecto de inversión para ratificar que cumpla con los requisitos jurídicos obligatorios para su ejercicio. Por lo que, la factibilidad legal se centra en aspectos relacionados con normas, leyes o reglamentos (Amaru, 2018).
- **Factibilidad Temporal:** La factibilidad de tiempo ayuda a conocer si el tiempo que se ha planificado para ejecutar el proyecto de inversión coincide con el tiempo real que se requiere para poderlo implementar. Entonces, permite saber si es posible llevarlo a cabo o no.

El estudio de factibilidad debe conducir a (Duvergel & Argota, 2017):

- Una determinación plena e inequívoca del proyecto mediante el estudio de mercado, el cálculo del tamaño, la ubicación de las instalaciones y la elección de tecnología.
- Un diseño del modelo administrativo correcto para cada etapa del proyecto.
- Una estimación del grado de las inversiones requeridas y su cronología.

- Una identificación adecuada de fuentes de financiación y la normalización de compromisos de participación en el proyecto.
- Una definición de términos de contratación y folios de licitación de obras para compra de equipos y construcciones.
- Un sometimiento del proyecto a las respectivas autoridades de planeación y ambientales.
- Una aplicación de criterios de evaluación ya sean financieros como económicos, social y ambientales, que favorezcan allegar argumentos para la decisión de ejecución del proyecto.

Del estudio de factibilidad se puede esperar:

Elegir abandonar el proyecto por no hallarlo rentable, conveniente u oportuno o mejorarlo, creando un diseño definitivo, tomando en cuenta las indicaciones y modificaciones que aparecerán de los analistas representantes de las fuentes alternas de financiación. Resultado de ello, los objetivos de todo estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes (Arévalo, 2018):

- Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha (Estudio de mercado).
- Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros (Estudio Técnico y Corporativo).
- Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico, social o ambiental de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio (Estudio Financiero).

1.2.2. Empresas

Se puede decir que una empresa es una organización de personas que comparten objetivos con la finalidad de obtener beneficios, como también, es una unidad productiva agrupada y consagrada a ejecutar una actividad económica con fines de lucro. Actualmente, es muy común la creación continua de empresas (García, Martínez, & Antón, 2019).

También se puede definir a la empresa como una unidad conformada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con la meta de producir algo o entregar un servicio que cubra una necesidad y por el que se consigan beneficios (Torrecilla, Reina, & Skotnicka, 2019).

Normalmente, la creación o formación de empresas se da por la necesidad de cubrir un servicio o una necesidad en un ambiente determinado y a través del cual existe la posibilidad de salir beneficiado. Para lo cual, el emprendedor o el grupo de emprendedores reúne los recursos económicos y logísticos requeridos para lograr enfrentar dicho reto empresarial y conseguir los objetivos que se establezcan y utilizando los llamados factores productivos, trabajo, tierra y capital (Duarte, 2017).

Además, el mundo conceptual de la empresa es sumamente amplio, dándose la posibilidad de catalogar a los proyectos empresariales atendiendo a gran cantidad de criterios, como la naturaleza de su actividad, su organigrama o su tamaño (Duarte, 2017).

1.2.2.1. Tipos de empresas

Las empresas pueden clasificarse de la siguiente manera (Amaru, 2018):

Según el tamaño:

- Número de empleados.
- Cantidad de activos.
- Facturación.

Actividad que realiza:

- Producen bienes.
- Ofrecen servicios.

Distinguiendo área geográfica:

- Local.
- Regional.
- Nacional.
- Multinacional.

Sector económico al que pertenecen:

- Sector primario.
- Sector secundario.
- Sector terciario.
- Sector cuaternario.
- Sector quinario.

Titularidad de la empresa:

- Pública.
- Privada.
- Mixta.

Forma jurídica:

- Empresario individual o autónomo.
- Sociedad limitada.
- Sociedad anónima.
- Comunidad de bienes.

1.2.2.2. Elementos de una empresa

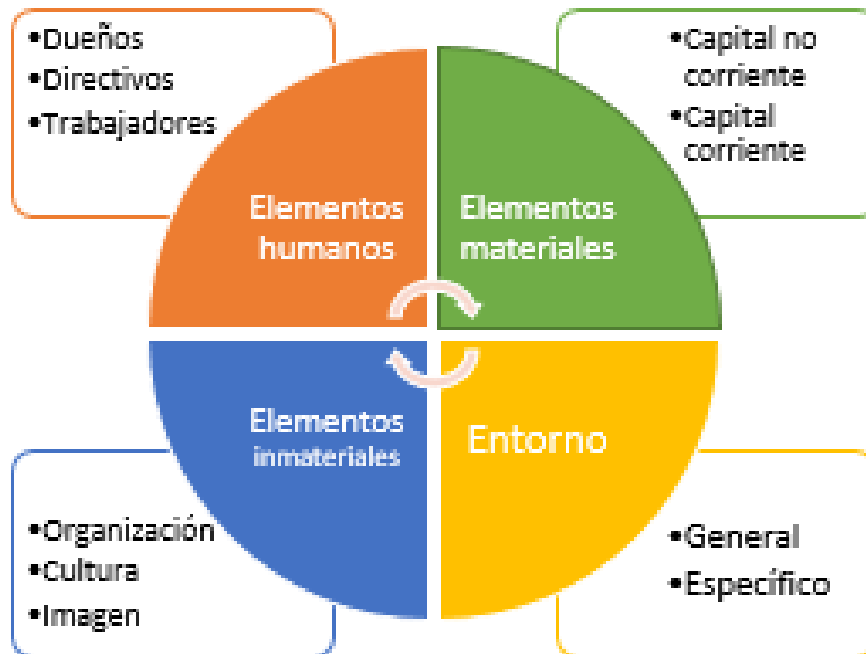


Figura 2-1: Elementos de una empresa

Fuente: (Brume, 2019)

Podemos dividir los elementos de la empresa en 4 categorías:

1. El elemento humano: No cabe duda de que el ser humano es el elemento clave de toda empresa. Dentro de él, tenemos que diferenciar:

- **Los dueños o accionistas de la empresa:** Son quienes han aportado el capital de las empresas. Su papel es diferente en pequeñas y grandes empresas. En las grandes, los accionistas sólo aportan dinero y a cambio esperan recibir beneficios. En las pequeñas, los dueños además de poner el dinero, suelen llevar toda la dirección (Brume, 2019).
- **Los directivos:** Toman las decisiones de la empresa. En las grandes empresas reciben un salario a cambio de esta función, y pueden ser despedidos si no hacen bien su trabajo. En las pequeñas empresas, los directivos suelen ser los dueños (García, Martínez, & Antón, 2019).
- **Los trabajadores:** Son los encargados de llevar toda la producción a cambio de un salario. Vivimos en la sociedad del conocimiento, y no cabe duda de que los trabajadores y los directivos son elementos clave de toda empresa (García et al, 2019).

2. Elementos materiales: Son los elementos tangibles de una empresa. Distinguimos:

- Capital no corriente. Se refiere a los elementos permanentes que van a estar durante un largo tiempo en la empresa y que permiten a la empresa realizar su actividad: instalaciones, máquinas, equipos informáticos, mobiliario etc. (Brume, 2019).
- Capital corriente. Son los elementos cambiantes de la empresa que están en continuo movimiento: las materias primas, el dinero en caja o en los bancos etc. (García et all, 2019).

3. Elementos inmateriales: Son elementos intangibles que no son tan observables a simple vista pero que tienen gran importancia para la empresa. Distinguimos:

- La organización. Nos indica todas las relaciones que hay entre los elementos humanos y los materiales. Es decir, cuáles son las funciones y responsabilidades de los trabajadores, quién manda sobre quién (jerarquía) o como se comunican y se relacionan unas personas con otras (Brume, 2019).
- La cultura. Son todos los valores y creencias de una empresa que marcan cuáles van a ser las pautas de comportamiento de los miembros de la empresa. Así, esta cultura es una guía básica a la hora de tomar decisiones (García et all, 2019).
- La imagen. Es la forma en la que el mundo exterior ve la empresa. Nos referimos a no sólo el nombre de la marca o el logotipo, sino también el eslogan de la empresa y todo tipo de aspectos visuales, como los colores de la empresa o la manera comportarse o de vestir de los trabajadores (García et all, 2019).

4. El entorno: Es todo aquella que rodea a la empresa y por tanto le afecta, nos referimos a sus clientes, sus competidores, la regulación que le impone el estado etc. (Brume, 2019).

1.2.2.3. Estructura

La estructura empresarial es la forma en que se organiza internamente una empresa. No hay una única estructura organizativa válida, sino diferentes tipos en función de los objetivos de la compañía. Además, se entiende por estructura empresarial la organización que se dota a una empresa para funcionar. Cada compañía cuenta con una estructura organizacional que está alineada con sus necesidades y objetivos, a través de la cual organiza sus actividades, sus procesos y su funcionamiento en general (Brume, 2019).

La estructura empresarial es el marco a través del que se establecen (Arévalo, 2018):

- Los puestos de trabajo y los departamentos de la empresa.
- Los diferentes niveles de autoridad y responsabilidad.
- La interacción entre los diferentes niveles, tanto el flujo de mando como el flujo de información.

Tipos de estructura empresarial

A grandes rasgos puede hablarse de estructuras organizativas centralizadas, que son aquellas en las que sobresalen los cargos directivos por encima del resto de integrantes; y descentralizadas, en las que los cargos delegan las responsabilidades en niveles intermedios o bajos. Pero aún se puede entrar en una clasificación más detallada (Brume, 2019):

- **Jerárquica:** Basada en el principio de jerarquía, en esta estructura empresarial se establecen diferentes departamentos supervisados por uno o varios cargos superiores, que son quienes toman las decisiones (Brume, 2019).

Como ventaja de este tipo de estructura organizativa, destaca su fácil comprensión, pues la autoridad está perfectamente definida; como inconveniente, la rigidez del modelo, que no permite a los subordinados autonomía en la toma de decisiones (Duarte, 2017).

- **Funcional:** Es una de las fórmulas organizativas más comunes, en la que la empresa se divide en funciones generales (administración, logística, recursos humanos, marketing, etc.) y al frente de cada uno de estos departamentos se coloca un jefe de sección (Brume, 2019).

Es una estructura en la que prima la especialización de los trabajadores y se descentraliza la toma de decisiones, aunque esto puede ocasionar que, en ocasiones, los empleados reciban órdenes distintas (Brume, 2019).

- **Por división:** En esta estructura empresarial la empresa se organiza según tres elementos clave (Brume, 2019):
- **Por productos.** La organización se divide en grupos y cada grupo se encarga de la elaboración de un producto específico.

- **Por zonas geográficas.** En grandes compañías que tienen actividad en diferentes áreas geográficas, cada división es responsable de todos los productos y servicios de la compañía en esa región.
- **Por tipo de clientes.** La organización se especializa y se divide en grupos, cada uno centrado en resolver las necesidades de un tipo diferente de cliente.
- **Matricial:** Este tipo de estructura empresarial es una combinación de las estructuras funcional y por división, pues los puestos de trabajo y los departamentos se clasifican, por una parte, según las funciones y, por otra, según las divisiones. De esta forma, cada empleado forma parte de dos cadenas de mando: la de su departamento funcional y la de la división (normalmente por zona geográfica) (Brume, 2019).

En esta estructura, la toma de decisiones y la transmisión de información es más rápida, pero también pueden aparecer dificultades o conflictos de competencia por la presencia de dos autoridades (Duarte, 2017).

1.2.2.4. Requisitos para su conformación de una Microempresa

De acuerdo con el ministerio del trabajo para crear una Microempresa en el Ecuador se deberá seguir los siguientes pasos para constituirla legalmente (DINARP, 2021):

- Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
- Escoger el nombre de su empresa.
- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares).
- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría).
- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.

- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).
- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliarse a sus trabajadores.
- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

1.2.3. Administración

Se define a la administración como una actividad propia de los humanos, todos la realizamos, sin importar nuestro grado de educación escolarizada. No posee el mismo perfil de la matemática, la antropología o biología, ya que se puede vivir bien sin ser un arduo practicante de aquellas o de diferentes ciencias, lo que no es de esa forma con la administración, ya que desde que iniciamos el día hasta que lo terminamos necesitamos estar optimizando nuestros recursos iniciando por el tiempo, mejor dicho, se necesita administrar siempre todo (Bueno, Ramos, & Berellaza, 2018).

Se dice que cuando una persona puede ser un administrador con resultados favorables o desfavorables de su ejercicio administrativo y no obligatoriamente se tendría que estudiar la teoría administrativa para ser un excelente administrador; en la vida se observan varios ejemplos de doctores en administración que resaltan por administrar erróneamente incluso hasta su propia persona, pero, también existen ejemplos de doctores en administración o profesionales de la administración que resaltan por sus conocimientos administrativos que impresionan muy favorablemente en su vida y en las instituciones donde se desempeñan (Marconi, 2018).

Así mismo, se considera a la administración como un instrumento dirigido a realizar tareas para lograr objetivos propuestos en el manejo de los bienes de los gobiernos, empresas y de las personas, a través de la distribución adecuada y oportuna de los varios recursos que se tienen a disposición (Vera, Navas, & Amén, 2017).

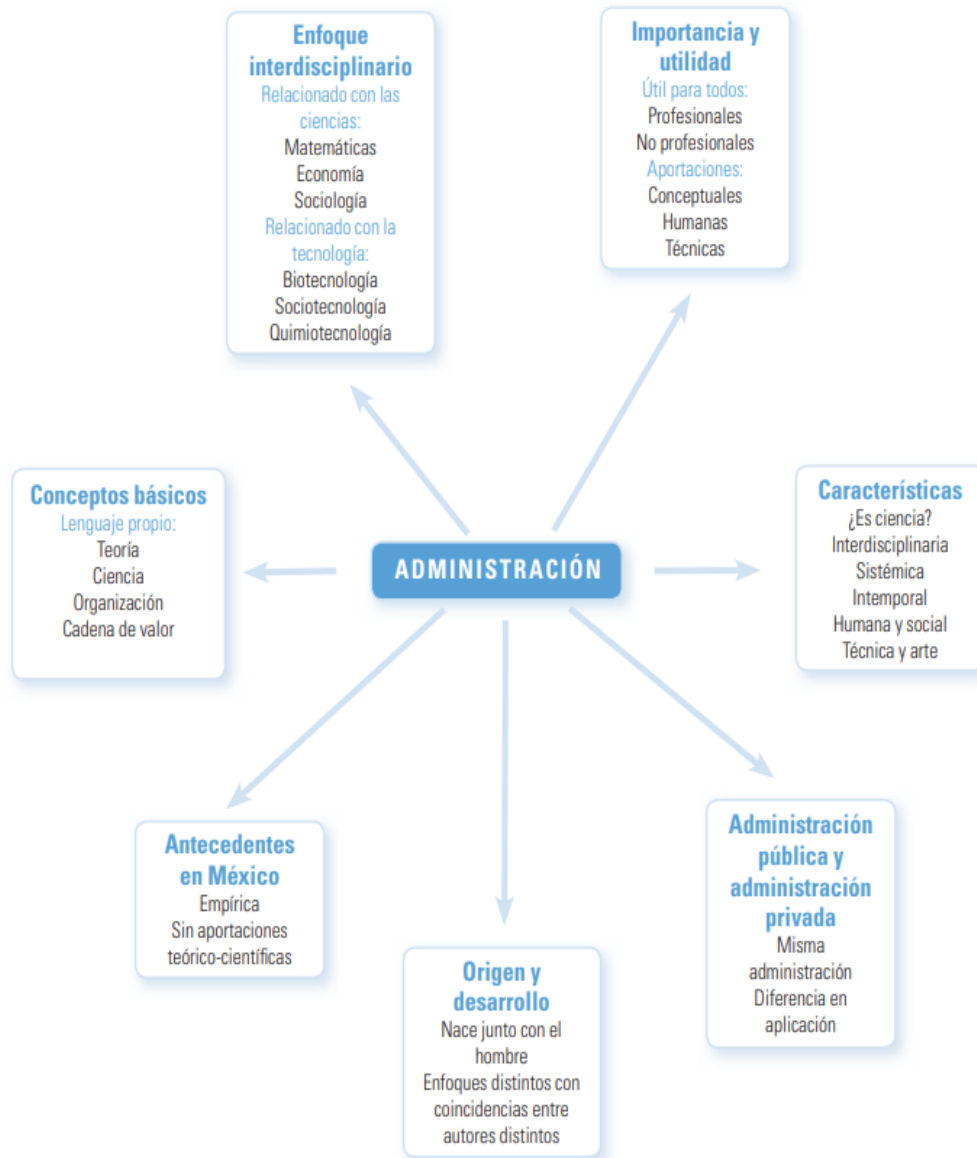


Figura 3-1: Elementos de la Administración

Fuente: (Bueno, Ramos, & Berellaza, 2018).

Además, la administración es la materia que se encarga de la conducción y distribución de los recursos, ya sean materiales como humanos, fundamentándose en criterios racionales dirigidos a satisfacer metas concretas, para una adecuada distribución de los recursos, misma que se ha desarrollado desde la antigüedad, originándose ante los requerimientos de la distribución de los recursos en las sociedades que se desarrollaban, empezando a partir de la centralización del poder y la distribución de las labores, incorporado a la necesidad de registrar y almacenar los excedentes agrícolas, para su distribución en épocas de escasez, siendo fundamental en la actualidad, para cualquier organización social, ya sea este

gubernamental, educativo, militar, institucional, político, religioso, fabril, comercial, etc. (Bueno, Ramos, & Berellaza, 2018).

1.2.3.1. Teorías administrativas

Se conoce como teorías administrativas a las propuestas que acopian las ideas de un autor (investigador), o un grupo de autores, acerca de cómo debe funcionar la administración, de tal manera que este consiga una mayor efectividad en el logro de los objetivos que persigue (Vera, Navas, & Amén, 2017).

Frederick Taylor

Antes de las ideas de Taylor, los trabajadores eran los responsables de planificar y realizar sus labores, encomendándoseles la producción y entregándoles la “libertad” de ejecutar sus tareas de la manera que ellos creían era la adecuada. Taylor menciona que encargados y jefes de taller conocen mejor que nadie que sus propios conocimientos y destreza personal están muy por debajo de los conocimientos y destreza combinados de todos los hombres que están bajo su mando. Por lo que, inclusive los gerentes con más experiencia ponen a cargo de sus empleados el problema de elegir la mejor manera y la más económica de realizar el trabajo (Panta & Masias, 2017).

Además, es conveniente identificar los cuatro principios de Taylor que dan el giro a la forma de cómo se realizaba el trabajo en aquella época, siendo la manera en que las personas que administran la producción deben obtener nuevas responsabilidades como se ve a continuación (Bueno, Ramos, & Berellaza, 2018), los Administradores deben:

Elaborar una ciencia para la realización de cada una de las operaciones del trabajo, la cual reemplaza al viejo modelo empírico.

Seleccionar estudiosamente a los trabajadores, les instruyen, les enseñan y les forman, cuando en el pasado cada trabajador escogía su propio trabajo y aprendía por sí mismo la manera en que podía mejorar.

Colaborar afablemente con los trabajadores para garantizar que el trabajo se ejecute de acuerdo con los principios de la ciencia que se ha elaborado.

El trabajo y la responsabilidad se racionan casi por igual entre el management y los empleados. El management se hará cargo de todo trabajo para el que está más capacitado que los obreros, pero, en

el pasado, casi todo el trabajo y la mayor parte de la responsabilidad recaía sobre las espaldas de los trabajadores.

Henry Fayol

El modelo administrativo de Fayol está fundamentado en tres aspectos principales, primero la división del trabajo, segundo la aplicación de un proceso administrativo y tercero la formulación de los criterios técnicos que deben dirigir la función administrativa (Panta & Masias, 2017)..

Así mismo, para Fayol, la función administrativa tiene por objeto únicamente al cuerpo social, mientras que las otras funciones incurren sobre la materia prima y la maquinaria, la función administrativa únicamente obra sobre el personal de la empresa (Marconi, 2018)

Fayol dividió las operaciones industriales y comerciales en seis áreas funcionales (Marconi, 2018):

- Funciones Técnicas: Afines a la producción de bienes o de servicios de la empresa.
- Funciones Comerciales: Concernientes con la compra, venta e intercambio.
- Funciones Financieras: Concernientes con la búsqueda y gerencia de capitales.
- Funciones de Seguridad: Afines con la protección y conservación de los bienes de las personas.
- Funciones Contables: Concernientes con los inventarios, registros balances, costos y estadísticas.
- Funciones Administrativas: Concernientes con la integración de las otras cinco funciones, estas funciones coordinan y sincronizan las diferentes funciones de la empresa, siempre por encima de ellas.

1.2.3.2. Teorías humanísticas

Las teorías o enfoques humanistas de la administración son una perspectiva distinta de la gestión, fundamentadas en la idea de las necesidades y los valores humanos, en las cuales las personas son de suma importancia para que una organización logre sus objetivos y opere de manera adecuada (Gómez & Vázquez, 2019).

Siendo así, que siempre se ha estimado que los recursos humanos o el capital humano son los activos más importantes, denotando a las personas como un instrumento para lograr algún propósito organizacional, ya sea mayor productividad o mayor valor para el accionista (Iglesias & Torres, 2019).

Por otra parte, la teoría humanista resalta el uso de la motivación interior para aumentar la calificación del personal, incrementando así la eficiencia económica de una organización (Iglesias & Torres, 2019).

Además, resalta la necesidad de crear objetivos de gestión que agreguen valores humanistas, como, por ejemplo, el desarrollo personal y el bienestar del trabajador son tomados muy en cuenta para conseguir una productividad óptima en la empresa. Como también, los procesos de trabajo desarrollados por las organizaciones deberían dar a los trabajadores la ocasión de participar en la toma de decisiones (González, 2018).

- Características

Las características de las teorías humanistas son las siguientes (Marconi, 2018):

- **Dignidad humana**

Se debe tener respeto por la dignidad ingénita de los empleados siendo una de las características determinantes de la administración humanista.

Respeto que se transmite mediante una reorganización de la estructura administrativa y los procesos de la organización, con lo que se da a los trabajadores un alto nivel de autonomía y control sobre su propio trabajo.

Este enfoque está dirigido a mejorar la satisfacción laboral de los empleados, como también lo es mejorar la productividad.

Si los trabajadores piensan que los nuevos procesos y estructuras están dirigidos realmente a manipularlos, responderán mediante resentimiento o resistencia pasiva.

Los empleados únicamente responderán positivamente a esta forma de gestión si la gerencia se preocupa verdaderamente por el bienestar de los empleados (Marconi, 2018).

- **Complejidades éticas**

La teoría humanista se centralizó originalmente en la relación entre la empresa y sus empleados, y entre los empleados y su trabajo, pero, recientemente, han ido incluidas en el concepto la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa.

El desafío en cualquier forma de ética empresarial es que el tema de la ética es confuso y complicado, las cuestiones éticas se han debatido durante miles de años, sin obtener conclusiones firmes sobre muchos temas.

Inclusive con las mejores intenciones, es difícil para un empresario conocer constantemente cuál sería la mejor opción ética en cualquier situación.

Para afrontar esta cuestión, un empresario interesado en la administración humanista debe investigar varias filosofías de la ética empresarial y adoptar una como guía consistente para la toma de decisiones (Marconi, 2018).

- **Identificar a los interesados**

Las decisiones de negocios necesitan tomarse preguntando a las partes interesadas, siendo una parte interesada cualquier persona o grupo de personas que se verán incluida en la decisión de negocios.

No siempre es fácil identificar a todas las partes interesadas, además de las partes interesadas pueden tener necesidades y prioridades en conflicto.

Se debe equilibrar las demandas conflictivas de las partes interesadas, lo que será una tarea retadora en la administración humanista (Marconi, 2018).

1.2.3.3. Teoría del éxito de la empresa

Una teoría es la propuesta por Alchian y Demsetz, quienes afirman que la empresa debe analizarse como una organización cooperativa y especializada en la cual hay posibilidades de conseguir mejores beneficios y costos menores respecto a los que se ven en el mercado, siendo, las ideas centrales, la cooperación frecuentemente más productiva cuando se consigue a través de la organización de un equipo, en vez de la unión de esfuerzos particulares en mercados impersonales, y la otra idea la

organización fundada en el equipo exagera el problema de evaluar la producción y dividir las tareas de cada uno de sus miembros (Terán & Guerrero, 2019).

Por otra parte, Demsetz menciona que la firma se concibe como una "caja negra" (integrada incluso por un solo agente) cuyas unidades productivas están destinadas al consumo de los hogares, pero en donde no se cuestiona ni se destacan los problemas relacionados con la gestión empresarial, convirtiéndose la empresa en un "instrumento retórico" y superficial que únicamente facilita y sirve para justificar el mecanismo de mercado (Terán & Guerrero, 2019).

Williamson menciona que la unidad principal de análisis es la transacción, misma que tiene correspondencia entre las estructuras de gobernación y las transacciones para economizar en costos de transacción, además, la evaluación institucional entre la empresa, el mercado clásico, y las formas "híbridas", y la relación entre racionalidad limitada y oportunismo, en condiciones de transacción que implica especificidad de activos (Uvidia, 2019).

1.2.3.4. Teorías de recursos y capacidades

Esta teoría, es una herramienta que ayuda a determinar las fortalezas y debilidades internas de la organización. De acuerdo con teoría, el desarrollo de capacidades características es la única manera de conseguir ventajas competitivas sostenibles (García & Sorhegui, 2020).

Como también, si los recursos y capacidades que tiene una empresa le favorece el explotar las oportunidades y anular las amenazas, son habidos únicamente por un pequeño número de empresas competidoras y poseen un alto costo de copiar o difíciles de conseguir en el mercado, entonces pueden componer fortalezas de la empresa y de esta manera fuentes potenciales de ventaja competitiva (Torres, Vecino, & Mantilla, 2018).

De la misma manera, al identificar los recursos y capacidades de la empresa e instaurar así las fortalezas relativas con respecto a la competencia, la empresa puede ajustar su estrategia para garantizar que esas fortalezas sean adecuadamente utilizadas y sus debilidades estén salvaguardadas, siendo preciso tener en cuenta que los recursos intangibles y las capacidades pueden estar basados en la información y el conocimiento, por lo que no poseen límites determinados en su capacidad de utilización (Fong, Flores, & Cardoza, 2017).

1.2.3.5. Teoría de la comunicación

La teoría de la comunicación empresarial, se basa en un proceso de emitir y recibir mensajes en una organización compleja, proceso que se puede dar internamente, en relaciones dentro de una organización o externo, como ejemplo con clientes, organizaciones, etc. (Contreras & Garibay, 2020).

Si la organización es una empresa, la comunicación se fracciona en tres sistemas (Contreras & Garibay, 2020):

- **De operación:** tareas y operaciones.
- **De reglamentos:** órdenes e instrucciones.
- **De mantenimiento:** relaciones públicas, captación de clientes y publicidad o mercadotecnia.

Como también, la comunicación empresarial se entiende como el proceso de producción, consumo y circulación de conceptos entre la organización y sus entornos, siendo la organización entre humanos un acto de comunicación social. Lo que lleva a objetivos y propósitos comunes, a través de métodos, procesos y acciones para conseguir un resultado colectivo (Ladino, 2017).

Entonces, el objetivo, de la comunicación empresarial es el logro de la corporatividad, que exponga la unión del colectivo, que fue creado como un sistema independiente pero relacionado a su vez con el entorno (Camino, 2018).

Además, en el entorno empresarial, se llama comunicación vertical a aquella que se dirige de manera ascendente y descendente entre los gerentes y sus empleados. Esta clase de comunicación permite controlar el comportamiento de los subordinados en aspectos como (Camino, 2018):

- Instrucciones y organización de las tareas.
- Información inherente a métodos, prácticas y políticas.
- Calificación crítica del rendimiento de los empleados.

1.2.4. Empresa comercial

Una empresa comercial es una sociedad mercantil que se dedica a comprar bienes para luego venderlos sin transformarlos. A diferencia de otro tipo de empresas, la empresa comercial no

transforma los bienes comprados. En este sentido, los bienes comprados pueden ser de diferente naturaleza. Pueden ser materias primas, bienes semiterminados o bienes terminados (Moncayo, 2018).

Características de una empresa comercial

- Las características que distinguen a este tipo de empresa son (Paredes, 2018):
- Compra bienes y los vende.
- El comprador puede ser el consumidor final u otra empresa.
- No transforma los bienes que compra.
- Tipos de empresa comercial.

Las empresas comerciales se pueden clasificar en función de dos factores (Paredes, 2018):

- Según el volumen de las operaciones:
- Mayorista.
- Minorista.
- Según el tipo de producto con el que trabajan:
- Materias primas.
- Productos semiterminados.
- Productos terminados.

1.2.5. Empresa de servicios

Como su nombre bien lo indica, las empresas de servicios son aquellas actividades económicas organizadas para la prestación y venta de un servicio. De acuerdo a la clasificación de las actividades económicas establecida por la economía clásica, las empresas de servicios conforman el sector terciario de la economía (Mero, 2018).

Aunando más a ello, estas empresas se denominan de servicios porque tienen por principal función el ofrecimiento de una actividad en pro de la satisfacción de las necesidades de un público a cambio de una contraprestación. Las empresas de servicios ofrecen un servicio intangible y pueden ser públicas o privadas (Pérez, García, & García, 2021).

las características de las empresas de servicios son las siguientes (Pérez, García, & García, 2021).:

- Intangibles.
- Inseparables.
- Efímeros.
- Variables.

1.2.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta estratégica clave al momento de encontrar la solvencia de un negocio y su grado de rentabilidad (Mazón et al, 2017).

El cálculo del punto de equilibrio es uno de los elementos principales en cualquier clase de negocio, ya que nos facilita determinar el nivel de ventas requerido para solventar los costes totales o, mejor dicho, el grado de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables (Guacondo, 2019).

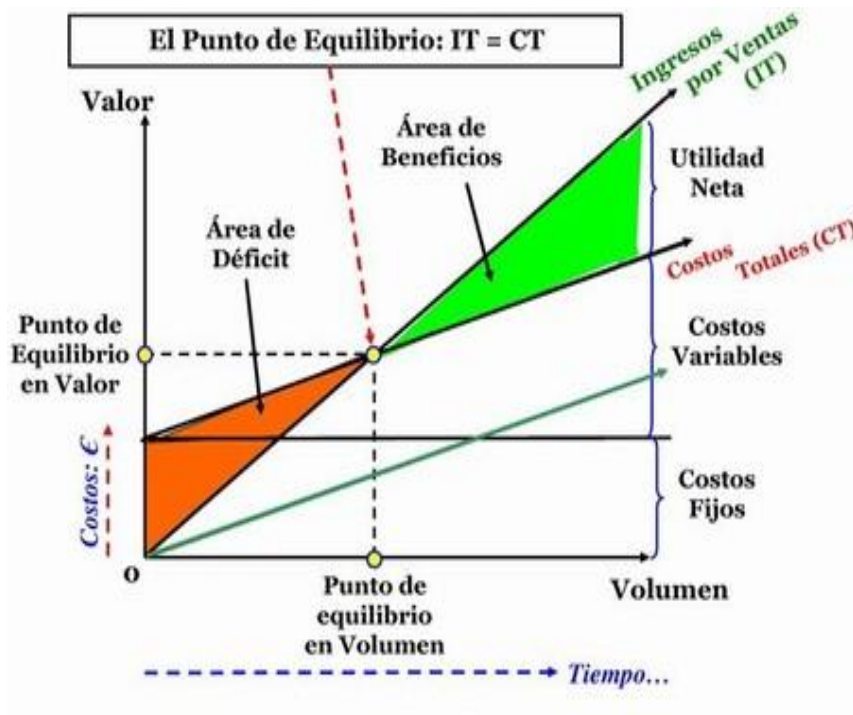


Figura 4-1: Punto de equilibrio

Fuente: (Mazón, Villao, Núñez, & Serrano, 2017).

Pero es necesario conocer los términos que intervienen en el cálculo del punto de equilibrio, siendo uno de ellos el coste fijo, mismo que abarca a todos los costes que son independientes al ejercicio o ejecución del negocio. Aquellos costes en los que se requiere incidir independientemente de que el negocio funcione, como lo serían, gastos fijos en agua, alquileres, energía y telefonía; vendedores, secretaria, etc. Además, es importante saber que haya o no haya venta, siempre habrá un coste asociado (Fernández, 2018).

1.2.6.1. Relación entre costes

Los costes fijos (CF) poseen un importe constante en el tiempo (línea horizontal), ya que los factores envueltos en este ítem se han fijado por contrato. El coste variable (CV) aumenta con relación a la actividad del negocio (parte desde el origen y tiene pendiente positiva). La suma de estos costes (CF + CV) da origen a los costes totales (CT). Pudiendo observarse en la figura 4 que, en el origen del diagrama cartesiano, ya sea las ventas totales como los costes variables son cero. Pero, para ese nivel de actividad de cero, se tiene la existencia de los costes fijos (Peña, 2019).

Esta distinción es importante, ya que una vez iniciada la operación del negocio empieza la carrera por saldar los costes fijos primero y luego los costes variables. En la parte izquierda de la figura 4 los costes totales son más altos que los ingresos totales, de ahí que la llamaremos “área deficitaria” (color

naranja). Además, cuando los ingresos llegan al punto en que se saldan todos los costes (fijos y variables) se puede decir que se encuentra en el punto de equilibrio (Fernández, 2018).

1.2.6.2. Componentes y forma de cálculo del punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se debe tener en cuenta que los ingresos totales se hallan multiplicando cantidad vendida por precio unitario. Entonces los costes totales son la suma de los costes fijos y los variables totales (Fernández, 2018).

$$Qe = \frac{C_F}{(P_{vu} - C_{uv})}$$

Donde:

- Qe= cantidad de equilibrio.
- Cf= costes fijos.
- Puv= precio de venta unitario de los productos.
- Cuv= y un coste variable unitario (Peña, 2019).

Como vemos en la formula, la manera de calcularlo es muy fácil, siempre que hablemos de un solo producto. En el numerador se hallan los Cf de la empresa y en denominador el margen de contribución, como la diferencia entre Pvu y Cvu. De esta forma, la cantidad requerida será aquella que consienta cubrir el gasto de los Cf en que incurre la empresa (Peña, 2019).

1.2.6.3. Condiciones de cálculo

Para el cálculo del Punto de Equilibrio se requieren una serie de condiciones, las cuales son (Fernández, 2018):

- Primeramente, se reconoce que la empresa participa en un mercado de competencia perfecta, por lo que, puede vender todos sus productos o servicios al precio establecido.
- Por otra parte, se considera un coste variable constante a todo nivel de producción, pero ello no suele darse en la realidad.

1.2.7. VAN y TIR

El VAN y TIR, (Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno), son dos indicadores financieros que permiten analizar, de una manera segura, el potencial proyecto de inversión y nos ayudarán todas las dudas mediante información precisa, (Ajila, 2019).

Así mismo, el VAN y TIR son dos términos que, aunque muy parecidos entre sí poseen diferencias que los identifican y a la vez los complementan para lograr su función, misma que consiste en encontrar el beneficio y la rentabilidad que todo nuevo proyecto nos dará, una vez realizada la inversión. Mediante la evaluación de parámetros como flujo de caja y términos de tiempo, el VAN y TIR nos entregarán una importante visión de las posibilidades de éxito del nuevo proyecto (Saca, 2018).

1.2.7.1. VAN

Llamado Valor Actual Neto o también conocido como Valor Presente Neto (VPN), es uno de los principales indicadores financieros para evaluar y determinar la viabilidad y la rentabilidad de un proyecto de inversión. Se lo halla a través de la actualización de los flujos de gastos e ingresos futuros del proyecto, menos la inversión inicial. Si da un resultado positivo, reflejara ganancia pudiéndose decir que el proyecto es viable (Pasqual, 2017).

Por lo que, la empresa puede evaluar desde el origen y con proyección a futuro la viabilidad de su proyecto y los resultados de su inversión. La fórmula del VAN utiliza los valores de los flujos de caja (ingresos y egresos de efectivo) al día, descontándolos a una tasa de interés fija y con sus resultados indicados en términos de unidades de valor monetario (Soto, Ollague, Arias, & Sarmiento, 2017).

¿Cómo se calcula el VAN?

La forma más utilizada para calcular el VAN es (Valderrama, 2020) :

$$VAN = BNA - I_0$$

Donde

- BNA = valor actualizado del flujo de caja.
- I_0 = Inversión Inicial.

Esta operación nos entregara 3 posibles resultados, los cuales nos servirán para hallar la viabilidad del proyecto en cuestión:

- $VAN = 0$; Sí el resultado es igual a cero (0), se determina que el proyecto no dará ganancias ni pérdidas, o sea, es indiferente.

- $VAN > 0$; Cuando el valor obtenido es mayor a cero (0) se asume que el proyecto será rentable.
- $VAN < 0$; Si el valor obtenido es menor a cero (0) se considera el proyecto no viable (Valderrama, 2020).

1.2.7.2. TIR

El TIR o Tasa Interna de Retorno es uno de los indicadores financieros más recomendables, el cual se utiliza comúnmente para evaluar la viabilidad de un proyecto y calcular la tasa de beneficio o rentabilidad que conseguirá mediante dicha inversión. Se encuentra estrechamente ligado al VAN, además al TIR también se lo define como el valor de la tasa de descuento que iguala el VAN a cero, para cierto proyecto de inversión (Quispe & Tisalema, 2020).

Este indicador es altamente confiable cuando el negocio busca determinar la rentabilidad y viabilidad de un proyecto de inversión, este hace uso del flujo de caja neto proyectado y el monto de la inversión del proyecto, pero, esa confiabilidad se ve minimizada si se compara la rentabilidad de dos proyectos diferentes, ya que no toma en cuenta la variación entre las dimensiones de ambos. Por lo que, el TIR es el porcentaje de beneficio o pérdida que se puede conseguir de una inversión (Pasqual, 2017).

¿Cómo se calcula la TIR?

Para el cálculo del TIR se utiliza la siguiente formula (Valderrama, 2020):

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

En donde:

- F_n = es el flujo de caja en el periodo n .
- n = es el número de períodos.
- I = es el valor de la inversión inicial.

Sus resultados se interpretan de la siguiente manera identificando “ r ” como el costo de oportunidad (Valderrama, 2020).

- Si la TIR es $< r$ se determina que el proyecto debe ser rechazado.
- Si la TIR es $> r$ entonces el proyecto será viable y puede ser aprobado.

En el caso de que la TIR = 0, el proyecto inicialmente debe ser rechazado. Pero también, se conoce que desde el punto de vista estratégico puro, se podría decidir invertir, pero a nivel financiero no es recomendable asumir dicho riesgo (Valderrama, 2020).

1.2.7.3. Diferencias hay entre el VAN Y TIR

VAN y TIR son dos indicadores de valor muy útiles para determinar qué tan viable es invertir en un nuevo proyecto para la empresa. Sin embargo, presentan diferencias notorias el uno del otro. En principio su mayor diferencia radica en que mientras el VAN calcula la rentabilidad de la inversión y arroja sus resultados en términos de unidades de valor monetario, el TIR realiza el análisis de esa misma rentabilidad, pero expresando sus resultados en términos relativos, en forma de porcentaje (Pasqual, 2017).

Otra diferencia importante que observamos, es que el VAN toma en cuenta el vencimiento de los flujos de caja, dando prioridad a los más próximos para evitar arriesgar la inversión, mientras que la TIR no lo hace. La TIR no considera reinvertir los flujos de caja cada cierto tiempo. El VAN nos permite comparar entre diferentes proyectos para determinar cuál es la mejor inversión. La TIR nos dice a qué tasa y en qué tiempo la empresa recuperará su inversión sin comparar entre proyectos (Gómez, 2017).

1.2.8. Costo beneficio

El costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. (Velásquez, 2020).

El análisis coste-beneficio (ACB) es una metodología para evaluar de forma exhaustiva los costes y beneficios de un proyecto (programa, intervención o medida de política), con el objetivo de determinar si el proyecto es deseable desde el punto de vista del bienestar social y, si lo es, en qué medida (Aguilera, 2017).

1.2.8.1. Variables que determinan el coste/beneficio

Existen muchas variables que influyen en el análisis de la ratio coste/beneficio. Entre ellas, podemos destacar las siguientes (Velásquez, 2020):

- Coste de la producción.
- Arrendamiento (Alquileres).
- Suministros (insumos o materias primas necesarios para el proceso de producción).
- Empleados.
- Impuestos.
- Descuento por pronto pago y Rappel sobre ventas.
- Pago de seguros de responsabilidad civil.
- Cotizaciones a la seguridad social de los empleados.
- Precio final del bien producido y margen de beneficio unitario.
- Nivel de producción óptimo.
- Volumen de ventas.
- Provisiones por depreciación del bien o servicio.
- Coste de financiación de los créditos o préstamos solicitados.

Todas estas variables influyen en la determinación de si una inversión es rentable. Esto es importante para que en el futuro la compañía pueda cubrir posibles contingencias inesperadas como multas o sanciones, descensos en la producción, desgaste de maquinaria, entre otros (Velásquez, 2020).

1.2.8.2. Calculo del costo beneficio

Para calcular la relación B/C se halla primero la suma de todos los beneficios descontados, traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costos también descontados. Para saber si un proyecto es

viable bajo este enfoque, se debe considerar la comparación de la relación B/C hallada con 1 (Aguilera, 2017):

- Si $B/C > 1$, esto indica que los beneficios son mayores a los costos. En consecuencia, el proyecto debe ser considerado.
- $B/C = 1$, significa que los beneficios igualan a los costos, no hay ganancias. Existen casos de proyectos que tienen este resultado por un tiempo y luego, dependiendo de determinados factores como la reducción de costos, pueden pasar a tener un resultado superior a 1.
- $B/C < 1$, muestra que los costos superan a los beneficios. En consecuencia, el proyecto no debe ser considerado.

1.2.9. Período de retorno de la inversión (PRI)

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial (Velásquez, 2020).

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

- a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b = Inversión Inicial.
- c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

1.2.10. Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es un porcentaje que por lo regular determina la persona que va a invertir en tu proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no (Aguilera, 2017).

Si el proyecto no tiene una tasa de rendimiento superior a la TMAR, NO será aprobado por el inversor (Gómez, 2017).

Valores de TMAR (Gómez, 2017):

- Si la TMAR es menor a la inflación, el proyecto NO será redituable y NO se invertirá en él, ya que generará pérdidas.
- Si la TMAR es igual a la inflación, el proyecto NO generará pérdidas ni ganancias.
- Si la TMAR es superior a la inflación, el proyecto puede ser redituable y los inversores se interesarán en él, por lo que cualquier rendimiento superior al de la TMAR es bueno.

La tasa se expresa de forma porcentual y se calcula con la siguiente formula:

$$TMAR = Tasa\ de\ inflación + riesgo\ de\ la\ inversión$$

Donde:

- Tasa de inflación: este dato se obtiene de los registros de tu país, se expresa de manera porcentual, y puedes consultarlo en internet para el año en curso.
- Riesgo a la inversión: representa un porcentaje de remuneración que obtendrá el inversor por confiar su dinero en tu proyecto, se determina con base en datos del estudio de mercado y se expresa de manera porcentual.

1.2.11. Mantenimiento de Computadores

Es el cuidado que se le da a la computadora para prevenir posibles fallas, se debe tener en cuenta la ubicación física del equipo ya sea en la oficina o en el hogar, así como los cuidados especiales cuando no se está usando el equipo. Hay dos tipos de mantenimiento, el preventivo y el correctivo (Armero, 2018).

1.2.11.1. Tipos de mantenimiento para la PC

Mantenimiento preventivo para PCs

El mantenimiento preventivo consiste en crear un ambiente favorable para el sistema y conservar limpias todas las partes que componen una computadora. El mayor número de fallas que presentan los equipos es por la acumulación de polvo en los componentes internos, ya que éste actúa como aislante térmico.

El calor generado por los componentes no puede dispersarse adecuadamente porque es atrapado en la capa de polvo.

Las partículas de grasa y aceite que pueda contener el aire del ambiente se mezclan con el polvo, creando una espesa capa aislante que refleja el calor hacia los demás componentes, con lo cual se reduce la vida útil del sistema en general.

Por otro lado, el polvo contiene elementos conductores que pueden generar cortocircuitos entre las trayectorias de los circuitos impresos y tarjetas de periféricos (Acosta, 2020).

Si se quiere prolongar la vida útil del equipo y hacer que permanezca libre de reparaciones por muchos años se debe de realizar la limpieza con frecuencia.

Mantenimiento correctivo para PCs

Consiste en la reparación de alguno de los componentes de la computadora, puede ser una soldadura pequeña, el cambio total de una tarjeta (sonido, video, SIMMS de memoria, entre otras), o el cambio total de algún dispositivo periférico como el ratón, teclado, monitor, etc. Resulta mucho más barato cambiar algún dispositivo que el tratar de repararlo pues muchas veces nos vemos limitados de tiempo y con sobre carga de trabajo, además de que se necesitan aparatos especiales para probar algunos dispositivos. Asimismo, para realizar el mantenimiento debe considerarse lo siguiente:

- En el ámbito operativo, la reconfiguración de la computadora y los principales programas que utiliza.
- Revisión de los recursos del sistema, memoria, procesador y disco duro. · Optimización de la velocidad de desempeño de la computadora.

- Revisión de la instalación eléctrica (sólo para especialistas).
- Un completo reporte del mantenimiento realizado a cada equipo. · Observaciones que puedan mejorar el ambiente de funcionamiento (Acosta, 2020).

1.3. Marco conceptual

1.3.1. Factibilidad de creación de una empresa

El estudio de factibilidad es el análisis comprensivo de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión, este sirve para resolver una necesidad mediante el uso de un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Este estudio hace uso de herramientas como el Punto de equilibrio, VAN, TIR y análisis Costo beneficio, los cuales se calculan matemáticamente por lo que se puede decir que el análisis de factibilidad es una variable cuantitativa (Torrecilla et all, 2019).

1.3.2. Empresa

Unidad de organización consagrada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con finalidades lucrativas (Viñán, Puente, Ávalos, & Córdova, 2018).

1.3.3. Creación de una empresa

La creación de una empresa necesita estructurar una serie de recursos materiales, humanos y económicos de cara a la consecución de una serie de objetivos establecidos por los emprendedores en la puesta en funcionamiento de su actividad. Para ello, se recurre generalmente al desarrollo de un estudio de factibilidad (Borja et all, 2020).

1.3.4. Factibilidad

Factibilidad describe a la disponibilidad de los recursos necesarios para conseguir los objetivos o metas planteadas, mejor dicho, si es viable cumplir con las metas planteadas en un proyecto, teniendo en cuenta los patrimonios con los que se cuenta para su ejecución (Viñán y otros, 2018).

1.3.5. Mercado

Un mercado es un grupo de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre personas. El mercado no realiza un referencia directa al beneficio o a las empresas, sino puramente al acuerdo recíproco en el tema de las transacciones (Viñán y otros, 2018).

1.3.6. Indicadores Financieros

Los indicadores financieros se utilizan para exponer las relaciones existentes entre las diversas cuentas de los estados financieros, además sirven para analizar la liquidez, rentabilidad, solvencia y eficiencia operativa de una empresa (Viñán y otros, 2018).

1.3.7. Costos

El coste o costo se define como un valor que se da a un dispendio de factores de producción adentro de la ejecución de un bien o un servicio como actividad económica. En el transcurso de un proceso de producción o en la entrega de un servicio por parte de una empresa se desgasta o usa un factor productivo o muchos (Viñán y otros, 2018).

1.3.8. Costos fijos

Los costos fijos son todos los costos que la empresa tiene que pagar independientemente de su nivel de operación, o, mejor dicho, produzca o no produzca la empresa tiene que cancelar la misma cantidad (Viñán y otros, 2018).

1.3.9. Costos variables

Los costes variables son un consumo empresarial sometido a cambios cuando se perturban los niveles de ventas. De esta forma, los costes variables pueden incrementarse o disminuirse con respecto a la producción actual de una empresa (Viñán y otros, 2018).

1.3.10. Servicio

Un servicio, en el espacio económico, es el ejercicio o grupo de actividades predestinadas a satisfacer una expresa necesidad de los clientes, proporcionando un producto no material y personalizado (Viñán y otros, 2018).

1.3.11. Mantenimiento

Son las actividades estratégicas ejecutadas para corregir las fallas que se dan en las instalaciones y equipos de los diferentes lugares de trabajo (Acosta, 2020).

1.4. Variables

1.4.1. Idea a defender

Se realizará un estudio de Factibilidad para la creación de la empresa de venta y reparación de equipos de cómputo “V-TRONIC” en la ciudad de Ambato de la Provincia de Tungurahua, periodo 2022 – 2026.

1.4.2. Variable dependiente:

- Creación de una empresa comercial y de servicios.

1.4.3. Variable independiente

- Estudio de Factibilidad.

CAPITULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación:

2.1.1. *Mixto.*

De acuerdo con Yanez (2020), el enfoque mixto trata de un paradigma relativamente reciente que combina los enfoques cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio, mediante la recolección y el análisis de los datos combinan los métodos estandarizados e interpretativos. Se cruzan resultados de uno u otro enfoque. Se aplicará ya que se busca identificar el comportamiento del mercado objetivo mediante el análisis estadístico de información obtenida mediante encuestas.

2.1.2. *Cualitativo*

De acuerdo con Yanez (2020), un enfoque cualitativo de investigación permite alcanzar un análisis sistemático de información más subjetiva.

Esta investigación es cualitativa ya que la creación de una empresa requiere comprender o explicar el comportamiento del sector de mercado objetivo, en este caso personas que compren artículos tecnológicos o necesiten de un servicio de reparación de computadores, además de que se busca probar la factibilidad de creación de la empresa.

2.1.3. *Cuantitativo*

Según Yanez (2020), En el enfoque cuantitativo el análisis de la información se basa en cantidades y/o dimensiones. Es decir, el elemento numérico tiene protagonismo.

Cuantitativo porque a su vez se basó en los indicadores de frecuencia de mantenimiento de equipos de cómputo y venta de los mismos, cantidad de clientes que requieren de este servicio, valor actual neto, tasa interna de retorno y beneficio-costos.

2.2. Nivel de Investigación:

2.2.1. *Descriptivo.*

Desde el punto de vista de Cohen y Gómez (2019), la investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.

2.2.2. *Explicativo.*

De acuerdo con Cohen y Gómez (2019), la investigación explicativa es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas de este. Existen diseños experimentales y NO experimentales.

El alcance de esta investigación es de tipo descriptivo y explicativo, ya que se encarga de puntualizar las características de la población que se está estudiando, a su vez busca establecer las causas que se encuentran detrás de éste. En donde la investigación descriptiva ayudó a definir las características de los encuestados, medir la tendencia de los datos, realizar comparaciones y validar las condiciones existentes de la situación actual de la población, y en función de ello, se diseñará un proyecto tomando en cuenta su viabilidad y factibilidad.

2.3. Método:

2.3.1. *Inductivo.*

De acuerdo con Catillo (2020) el método inductivo va de los casos particulares a lo general. Se parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos particulares.

El presente trabajo investigativo se centrará en la utilización del método inductivo ya que nos ayuda a identificar las problemas y falencias que llegan a tener las empresas de Compra y Mantenimiento de equipos de cómputo de la ciudad de Ambato.

2.3.2. *Deductivo.*

De acuerdo con Castillo (2020) el método deductivo se trata de aquella orientación que va de lo general a lo específico. Es decir, el enfoque parte de un enunciado general del que se van desentrañando partes o elementos específicos.

El presente trabajo de investigación parte de lo general de las empresas que tienen el giro de su negocio de venta y reparación de equipos de cómputo, para así en la empresa que se planea estudiar poder mejorar sus actividades comerciales y operacionales.

2.3.3. *Analítico.*

Desde el punto de vista de Nirian (2020) el método analítico es un método de investigación que se desprende del método científico y es utilizado en las ciencias naturales y sociales para el diagnóstico de problemas y la generación de hipótesis que permiten resolverlos.

EL método analítico nos sirve para el estudio de la situación actual de la empresa, analizando los diferentes comportamientos en el mercado de ventas al por mayor de equipo de cómputo, así como la venta al mayor de equipos de cómputo, que facilitan la interpretación y el análisis de los resultados que se obtengan en la investigación.

2.3.4. *Sintético.*

Desde el punto de vista de Jervis (2020), El método sintético es un proceso analítico de razonamiento que busca reconstruir un suceso de forma resumida, valiéndose de los elementos más importantes que tuvieron lugar durante dicho suceso.

En el presente trabajo de investigación se utilizará el método sintético para presentar de forma sintética, esencial y resumida las actividades aplicadas en la empresa que se piensa implementar para mejorar sus actividades comerciales y operacionales.

2.3.5. *Sistémico.*

De acuerdo con Cohen y Gómez (2019), el método sistémico Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos.

El trabajo de investigación se desarrolla en el enfoque sistémico por el uso de los métodos de investigación y diseño para la empresa.

2.4. Diseño:

De acuerdo con Cohen y Gómez (2019), el diseño es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación, dentro del enfoque cuantitativo, la calidad de una investigación se encuentra relacionada con el grado en que se aplique el diseño.

2.4.1. *Diseño Cuasi Experimental*

El presente trabajo de investigación propuesta es de tipo cuasi experimental, ya que su diseño es una técnica estadística que permite identificar y cuantificar las causas de un efecto dentro de un estudio. En esta investigación se ha planteado como diseño cuasi experimental la ubicación estratégica de este proyecto.

2.4.2. *Diseño transversal o longitudinal.*

Según Arnau (2018) lo define como la examinación de cambios producidos en el tiempo en una misma muestra. Además, agrega que se busca verificar diferencias interindividuales a través de los cambios interindividuales.

El tipo de estudio que se aplicara en el presente trabajo de investigación es la utilización del diseño longitudinal por que se requiere que se observe a los involucrados en sus actividades comerciales, cuya información se recopile sirva de ayuda para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

2.5. Tipo de estudio:

De acuerdo con Arnau (2018), establece que el tipo de estudio es según el nivel de conocimiento científico (observación, descripción, explicación) al que espera llegar el investigador, se debe formular el tipo de estudio, es decir de acuerdo con el tipo de información que espera obtener, así como el nivel de análisis que deberá realizar. También se tendrán en cuenta los objetivos y las hipótesis planteadas con anterioridad.

Se aplicó un estudio descriptivo y explicativo ya que se establece las características demográficas investigadas, identifica y establece comportamientos concretos frente al servicio de venta y

reparación de equipos de cómputo. Se acudió a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y encuestas. Se utilizó un muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un proceso de recolección de datos, tabulación y análisis estadístico.

2.6. Población y muestra

2.6.1. Población

Para el presente trabajo se utilizará como población de estudio a todas las personas de edad entre 18 a 35 años de la ciudad de Ambato, ya que son el grupo poblacional que más acceso tiene a dispositivos electrónicos, específicamente a computadoras de acuerdo con la Encuesta Multipropósito - TIC 2018 (INEC, Encuesta Multipropósito - TIC 2018, 2018).

De acuerdo a las proyecciones poblacionales por parte del INEC, la población ambateña en el año 2021 comprendida entre 20 y 34 años es de 97831 ciudadanos entre hombres y mujeres (INEC, 2021).

2.6.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra, se hará uso del muestreo aleatorio simple, mediante la fórmula propuesta por Cohen y Gómez (2019), la cual es una técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que por lo tanto están incluidos en el marco muestral tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra según Navarro (2018).

Donde

Z= Nivel de confianza=95%= 1.96

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

N= Población

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * .05 * 90831}{0.05^2(90831 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

p= Probabilidad a favor= 0.5

q= Probabilidad en contra= 0.5

$$n = \frac{93956.9}{245.6}$$

e= error de estimación= 0.05

$$n = 382.66$$

n= tamaño de la muestra

Entonces la muestra que se utilizará en este trabajo será de 382 personas.

2.7. Técnicas de Recolección de Información

2.7.1. Encuesta

Una encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de tríptico, gráfica o tabla. La encuesta se aplicó a la muestra de 382 individuos.

2.8. Instrumentos de recolección de Información

2.8.1. Cuestionario

El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas. De acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información necesaria. El cuestionario estuvo formado por 16 preguntas.

2.9. Fuentes de Información

Las fuentes de información utilizadas en el trabajo de investigación serán:

- Primarias: Se recolectarán datos importantes mediante el trabajo de campo que se realizó mediante una encuesta.
- Secundarias: Se reunió información de fuentes externas como páginas web, blogs, libros y artículos científicos.

2.10. Indicadores

Con la finalidad de establecer la factibilidad de la presente investigación se consideraron varios indicadores, como el VAN, TIR, TMAR, PRI y B/C. Las formulas aplicadas se detallan a continuación:

- VAN

$$VAN = BNA - I_0$$

- TIR

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

- B/C

$$B/C = \frac{VAN}{VAC}$$

- TMAR

$$TMAR = \text{Tasa de inflación} + \text{riesgo de la inversión}$$

- PRI

$$PRI = \text{año anterior de recuperacion de la inversion}$$

$$+ \frac{\text{inversion inicial} - \text{Flujo de efectivo}}{\text{Flujo de efectivo del año en que se recupera la inversion}}$$

2.11. Resultados de la encuesta

El análisis de la demanda de interés se realizó gracias a la información recogida por la encuesta, la cual se aplicó a una muestra de 382 participantes. Esta información permitió determinar la descripción del perfil socioeconómico del consumidor, su tipo de vida y sus hábitos de consumo y preferencias.

- **Pregunta Numero 1.- ¿Le atrae los artículos de cómputo?**

Tabla 1-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 1

Pregunta N°1				
Respuesta	Si	A veces	No	Total
Total	300	66	16	382
Porcentaje (%)	78,5	17,3	4,2	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

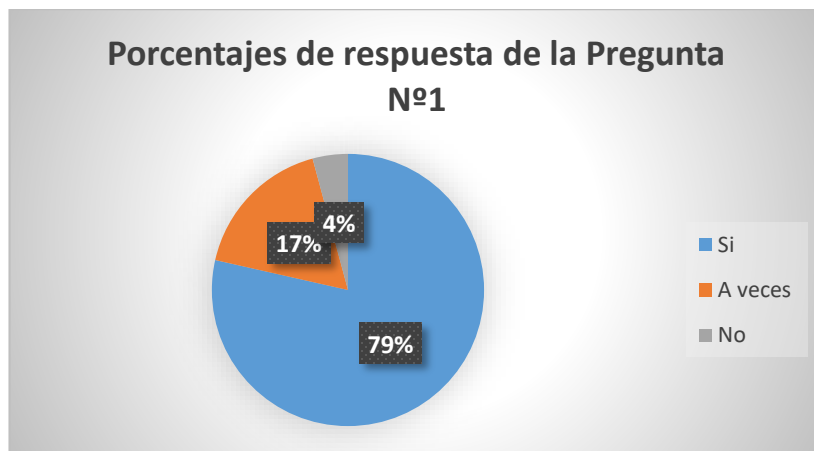


Gráfico 1-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 1

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Análisis: En el gráfico se observa los porcentajes de respuesta a la pregunta número 1, dejando a notar que la gran mayoría (n=300; 79%) de la población encuestada menciona que, si le atraen los artículos electrónicos, en cambio una mínima parte (n=16; 4%) de los participantes mencionaron que no les atraen los artículos electrónicos, lo que nos demuestra que los negocios enfocados en este tipo de artículos poseen un gran mercado de consumidores.

Interpretación: Gracias al gráfico presentado podemos determinar que la gran mayoría de los participantes del estudio mencionan que les atraen los equipos tecnológicos, por lo que podemos mencionar que existe un potencial mercado de este tipo de productos, lo que da factibilidad a la realización del presente trabajo.

- **Pregunta Numero 2.- ¿Tiene algún tipo de equipo de cómputo en tu hogar?**

Tabla 2-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 2

Pregunta N°2					
Respuesta	Laptop	Computador de escritorio	All in one	Ninguno	Total
Total	182	140	55	5	382
Porcentaje (%)	47,64	36,65	14,40	1,31	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

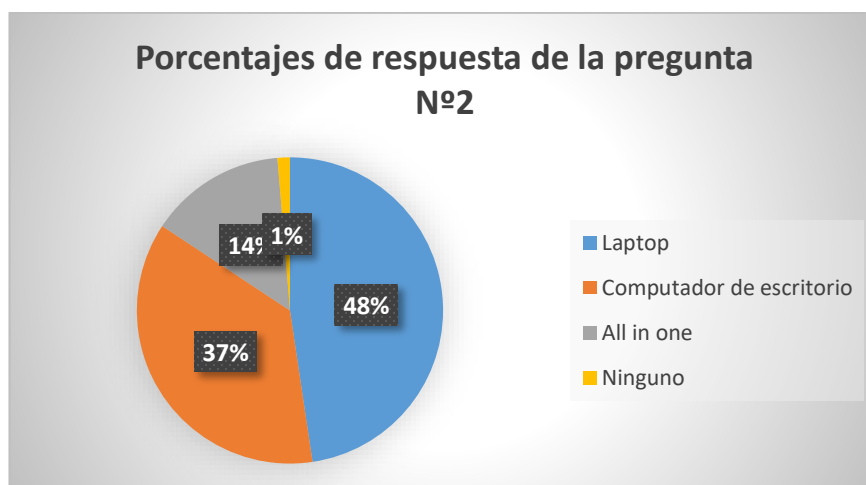


Gráfico 2-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 2

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: En el gráfico se pueden observar los porcentajes de respuesta a la pregunta 2 por parte de la población de estudio, quienes en su mayoría (n=182; 48%) manifestaron que a la hora de comprar un computador prefieren una laptop, esto puede ser debido a la facilidad de uso y transporte del mismo, seguido de otro grupo de participantes (n=140; 37%) que prefieren computador de escritorio y por último un pequeño (n=55; 14%) porcentaje de participantes que menciono preferir los equipos all in one.

Interpretación: La consideración a la interrogante planteada demuestra que la mayoría de los encuestados prefieren los equipos de cómputo de tipo laptop y de escritorio, por lo que esta información ayudará al presente trabajo al momento de plantearse que equipos incluir en la base de datos del inventario a plantearse, esto permitirá tener mayores rendimientos al momento del cálculo de costes.

- **Pregunta Numero 3.- ¿En su familia cual es el uso que le dan a los equipos de cómputo?**

Tabla 3-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 3

Pregunta N°3					
Respuesta	Educación	Trabajo	Diversión	Negocios	Total
Total	182	132	47	21	382
Porcentaje (%)	47,64	34,55	12,30	5,50	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

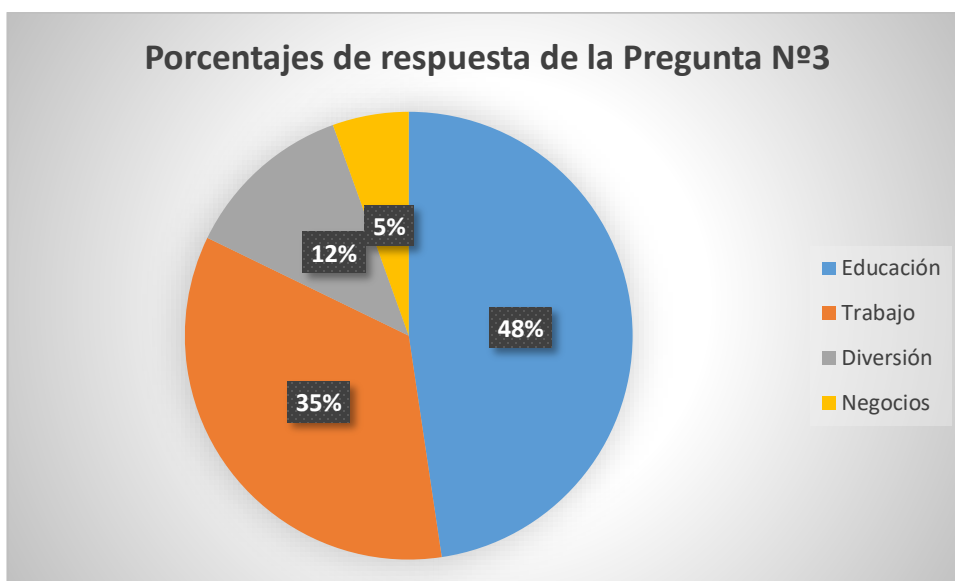


Gráfico 3-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 3

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Análisis: En el gráfico número se observa los porcentajes de respuesta de la pregunta número 3 por parte de los participantes del estudio, resaltando que la mayoría (n=182; 48%) utilizan sus equipos de cómputo en actividades educativas, seguido de un alto porcentaje (n=132; 35%) de participantes que utilizan sus equipos para el trabajo, dejando muy por debajo a actividades como diversión (n=47; 12%) y negocios (n=21; 5%).

Interpretación: La información obtenida en esta pregunta nos ayuda a tener una idea de la posible utilización de los equipos de cómputo por parte de los clientes potenciales, resaltando que prefieren equipos que los ayuden en actividades como su trabajo y estudio, lo que deja a un lado a actividades que no son consideradas como fundamentales para el desarrollo personal y profesional.

- **Pregunta Numero 4.- ¿Los equipos de cómputo con los que usted cuenta en su hogar, satisfacen sus requerimientos?**

Tabla 4-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 4

Pregunta N°4			
Respuesta	Si	No	Total
Total	231	151	382
Porcentaje (%)	60,47	39,53	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

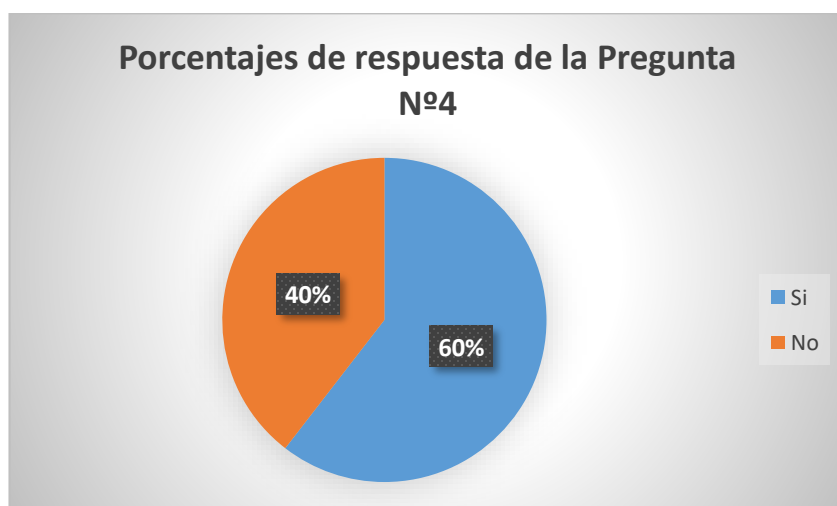


Gráfico 4-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 4

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Análisis: En el gráfico se observa los porcentajes de las respuestas de los participantes a la pregunta 4, dejando ver que la mayor parte (n=231; 60%) menciono que los equipos de cómputo que poseen satisfacen sus necesidades, esto puede ser negativo para los negocios que venden equipos de cómputo ya que no existiría una gran demanda por parte de los consumidores, pero un porcentaje menor (n=151; 40%) menciono que sus equipos de cómputos no son suficientes para lograr satisfacer sus requerimientos.

Interpretación: Gracia al gráfico presentado podemos identificar que una parte de los encuestados no están satisfechos con el rendimiento de sus equipos de cómputo actuales lo que deja una puerta abierta al desarrollo de un emprendimiento de venta de este tipo de equipos.

- **Pregunta Numero 5.- ¿Le gustaría adquirir un nuevo equipo de cómputo que satisfaga sus requerimientos?**

Tabla 5-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 5

Pregunta N°5				
Respuesta	Si	Tal vez	No	Total
Total	242	96	44	382
Porcentaje	63,35	25,13	11,52	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

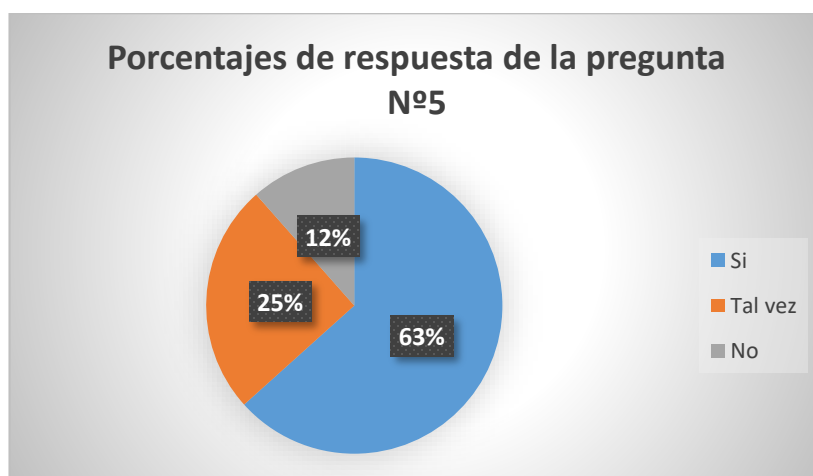


Gráfico 5-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 5

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: En el gráfico se puede ver que la gran mayoría (n=242; 63%) de la población participante del presente estudio piensa en adquirir un equipo de cómputo de acuerdo a sus necesidades de trabajo, esto seguido de una porción (n=96; 25%) de encuestados que menciono que tal vez compre un nuevo equipo, lo que deja a evidenciar q existe una gran mayoría de participantes que estaría dispuesta a cambiar su equipo de cómputo por uno de mejor calidad, dejando al final a mínima cantidad (n=44; 12%) de encuestados que no piensan cambiar su equipo de cómputo actual.

Interpretación: Gracias a la información obtenida en esta pregunta podemos determinar que la mayor parte de la población de estudio está de acuerdo en que quisieran adquirir un nuevo equipo de cómputo, más actual y con mejores componentes que el anterior, esta información es de suma utilidad ya nos deja ver que los consumidores siempre buscaran comprar lo último en tecnología, dejando una idea del tipo de equipos que el emprendimiento deberá pensar en adquirir.

- **Pregunta Numero 6.- ¿Qué tipo de equipo de cómputo le gustaría adquirir?**

Tabla 6-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 6

Pregunta N°6				
Respuesta	Laptop	Computador de escritorio	All in one	Total
Total	171	150	61	382
Porcentaje	44,76	39,27	15,97	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

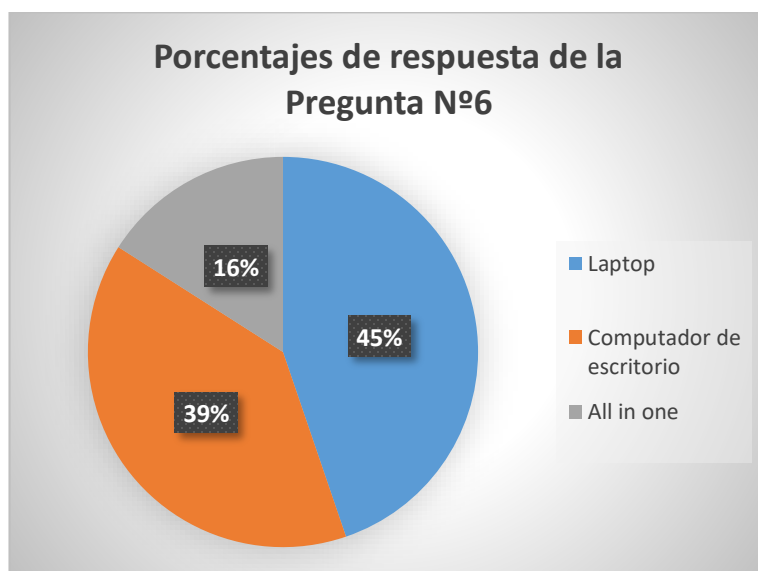


Gráfico 6-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 6

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: En el gráfico se observa que un alto porcentaje (n=171; 45%) de la población de estudio, menciona que prefieren adquirir una laptop, seguido de un porcentaje no muy menor (n=150; 39%) que prefieren un computador de escritorio, para dejar al final a un pequeño grupo de participantes (n=61; 16%) que prefieren comprar un equipo all in one.

Interpretación: Gracias al gráfico se puede determinar las preferencias de la población de estudio en cuanto al tipo de equipo de cómputo que preferirían adquirir, resaltando en direccionamiento hacia las laptops lo que permite mencionar que un emprendimiento de venta de equipos de cómputo debería en su mayoría tener este tipo de equipos de cómputo a la venta.

- **Pregunta Numero 7.- ¿Cuál sería la gama de este equipo de cómputo?**

Tabla 7-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 7

Pregunta N°7				
Respuesta	Alta	Media	Baja	Total
Total	202	149	31	382
Porcentaje	52,88	39,01	8,12	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

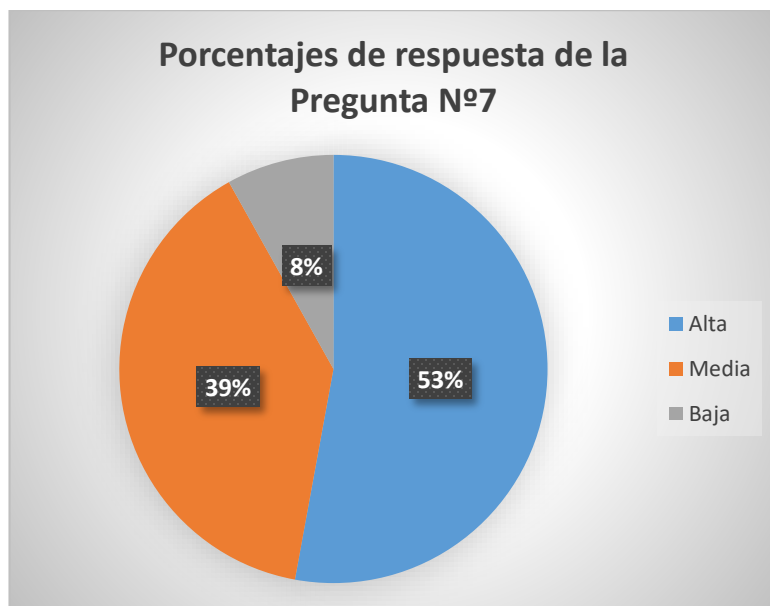


Gráfico 7-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 7

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Análisis: En el grafico se puede ver que la mayor parte (n=202; 53%) de la población de estudio mencionaron que prefieren comprar un equipo de cómputo de gama alta, seguido por un grupo (n=149; 39%) que prefieren comprar un equipó de gama media y al final un porcentaje muy pequeño (n=31; 8%) de participantes que prefieren los equipos de gama baja.

Interpretación: Con respecto a la interrogante planteada se puede observar que al momento de elegir la gama de los equipos de cómputo las poblaciones de estudio prefieren a los de gama alta, sin embargo, estos equipos son de un costo muy alto por lo que es mejor optar por tener a la venta una mayoría de equipos de gama media, lo que permitiría tener un rango de ventas adecuado ya que un porcentaje medio de la población de estudio menciono que prefieren este tipo de equipos.

- **Pregunta Numero 8.- Cuánto estaría dispuesto a gastar al comprar un computador?**

Tabla 8-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 8

Pregunta N°8					
Respuesta	Entre \$500 y \$1000	Menos de \$500	Entre de \$1000 y \$1500	Más de \$1500	Total
Total	192	103	67	20	382
Porcentaje	50,26	26,96	17,54	5,24	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

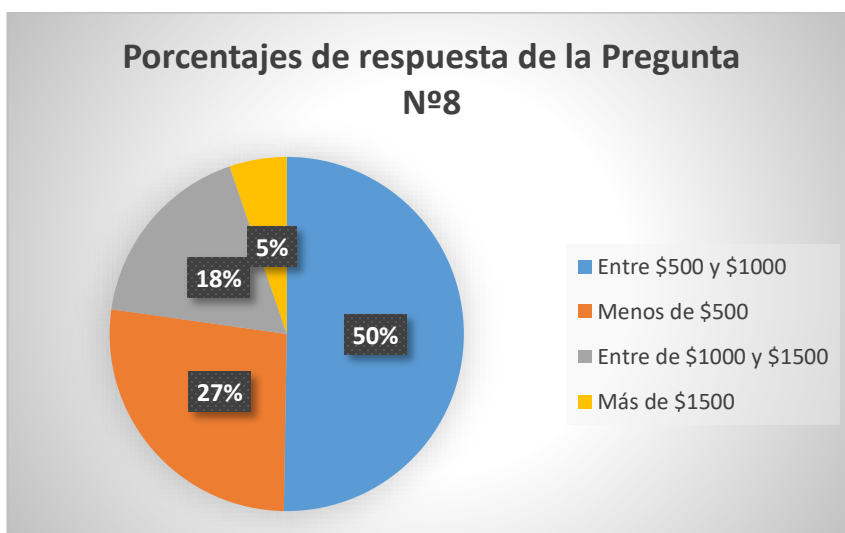


Gráfico 8-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 8

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: Esta pregunta está enfocada en averiguar cuál es el rango de dinero que los participantes del estudio están dispuestos a gastar en la compra de un equipo de cómputo, por lo que en el gráfico se observa que la mayor parte (n=192; 50%) prefieren gastar entre 500 y 1000 dólares, seguido de otro porcentaje (n=103; 27%) que prefieren gastar menos de 500 dólares, para dejar al final a quienes están dispuestos a gastar entre 1000 y 1500 dólares (n=67;18%), y más de 1500 dólares (n=20; 5%) en un equipo de cómputo.

Interpretación: Gracias al gráfico se puede demostrar que la mitad de la población participante del presente estudio está dispuesta a gastar entre 500 y 1000 dólares en un computador. Esta información será de gran utilidad ya que da una idea de los precios que deberían tener los equipos de cómputo para que sean atractivos para los consumidores y también al momento de abastecerse de equipos de cómputo, ya que se cuenta con un rango de precios para los mismos.

- **Pregunta Numero 9.- ¿Cuándo compra un equipo de cómputo que es lo primero que toma en cuenta?**

Tabla 9-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 9

Pregunta N°9					
Respuesta	Precio	Calidad de los componentes	Gama del equipo	Marca	Total
Total	152	134	47	48	382
Porcentaje	39,79	35,08	12,57	12,57	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

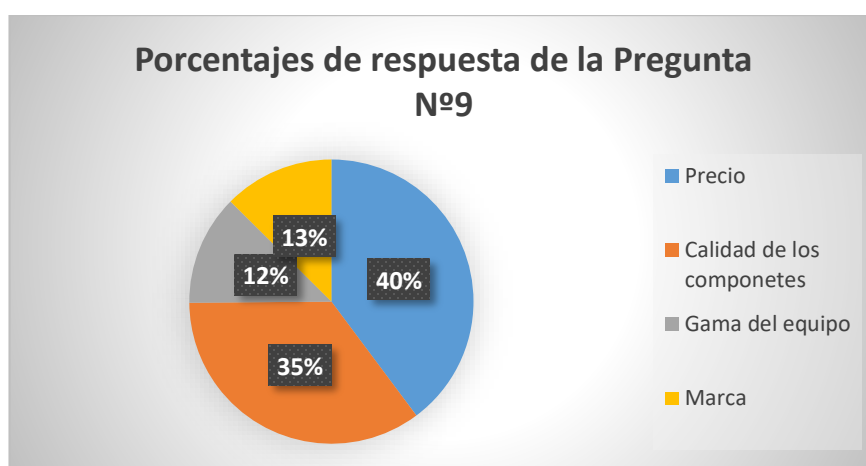


Gráfico 9-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 9

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Análisis: En el gráfico se observa que casi la mitad ($n=152$; 40%) de la población de estudio se fijan en el precio antes de comprar un equipo de cómputo, seguido de un porcentaje casi igual ($n=134$; 35%) que se fijan más en la calidad de los componentes que tendrá el equipo de cómputo, lo que deja a un porcentaje muy pequeño que prefieren la gama del equipo ($n=47$; 12%) y la marca ($n=48$; 13%) antes de comprar dicho equipo.

Interpretación: Con respecto a la interrogante planteada se puede determinar que uno de los factores más importantes que deberán tener los equipos a vender serán un precio conveniente y la calidad de sus componentes esto podría ayudar a tener una mayor participación en el mercado y que los equipos sean más atractivos para los potenciales clientes.

- **Pregunta Numero 10.- ¿En qué lugar le gusta comprar sus equipos de cómputo?**

Tabla 10-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 10

Pregunta N°10					
Respuesta	Tiendas especializadas	Centros Comerciales	Internet	Local de crédito	Total
Total	162	103	85	32	382
Porcentaje	42,41	26,96	22,25	8,38	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

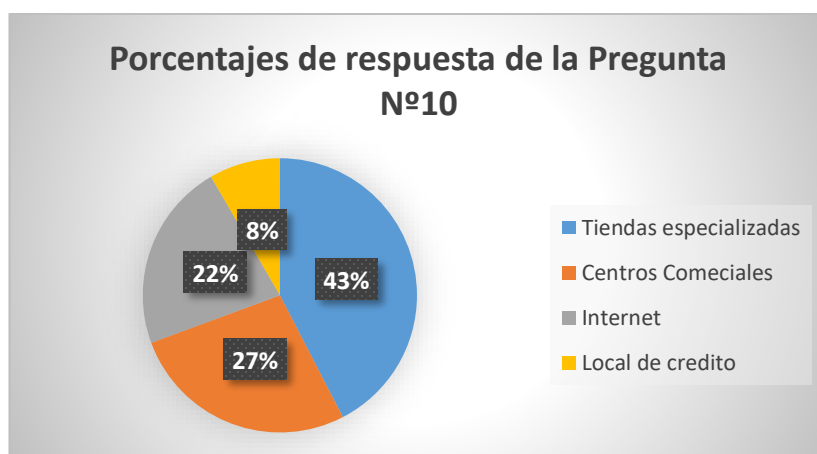


Gráfico 10-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 10

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: En el gráfico se puede observar los porcentajes de respuesta de los participantes con respecto al lugar donde prefieren comprar sus equipos de cómputo, teniendo un porcentaje muy alto (n=163; 43%) de quienes prefieren adquirirlos en tiendas especializadas, seguido de un porcentaje medio (n=103; 27%) de participantes que prefieren adquirirlos en centros comerciales, continuado de un porcentaje casi igual (n=85; 22%) de participantes que prefieren el internet para comprar, para dejar al final (n=32; 8%) a quienes prefieren comprar en locales de crédito.

Interpretación: gracias al gráfico podemos determinar que casi la mitad de la población de estudio menciona que prefiere comprar sus equipos tecnológicos y de cómputo en una tienda especializada en ellos. Esto deja ver que el crear una tienda especializada en la venta de equipos de cómputo tendrá una buena acogida por parte de su segmento del mercado.

- **Pregunta Numero 11.- ¿Con qué frecuencia actualiza o mejora su equipo de cómputo?**

Tabla 11-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 11

Pregunta N°11				
Respuesta	Cada 2 años	Cada 6 meses	Cada año	Total
Total	132	76	74	282
Porcentaje	46,81	26,95	26,24	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

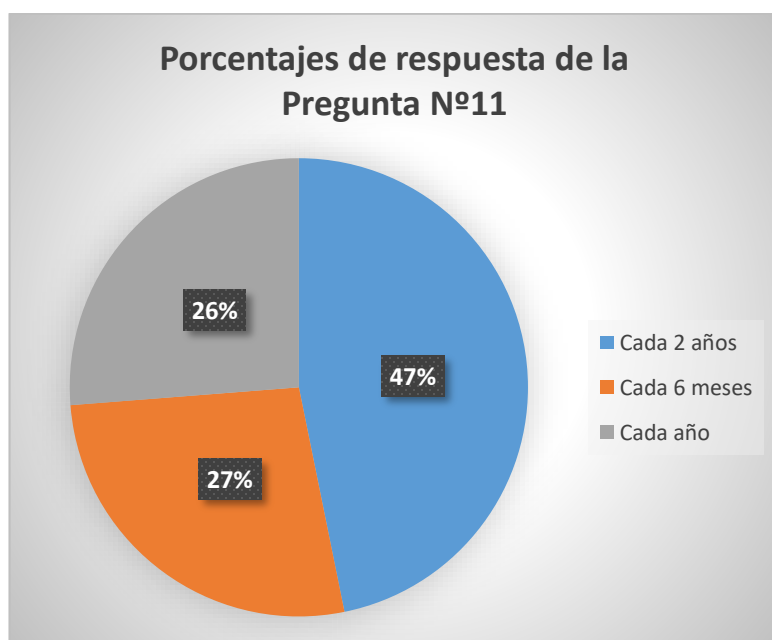


Gráfico 11-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 11

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Análisis: Esta pregunta está enfocada en conocer el periodo de tiempo en que los participantes del estudio compran o actualizan sus computadores, observándose que la mayoría (n=132; 47%) lo hace cada 2 años, seguido de porcentajes casi par cedidos que lo hacen cada 6 meses (n=76; 27%) y cada año (n=74; 26%),

Interpretación: con respecto a la interrogante podemos determinar el tiempo de uso que los clientes les dan a sus equipos de cómputo antes de actualizarlos o comprar otros. Esto es muy importante ya que nos indica que la mayor parte de le los clientes potenciales realizan la compra de un nuevo computador cuando ha pasado entre 1 año y 2 años de la compra de su actual computador.

- **Pregunta Numero 12.- ¿Cuándo su equipo de cómputo sufre un daño que hace con él?**

Tabla 12-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 12

Pregunta N°12			
Respuesta	Repararlo	Reemplazarlo	Total
Total	329	53	382
Porcentaje	86,13	13,87	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

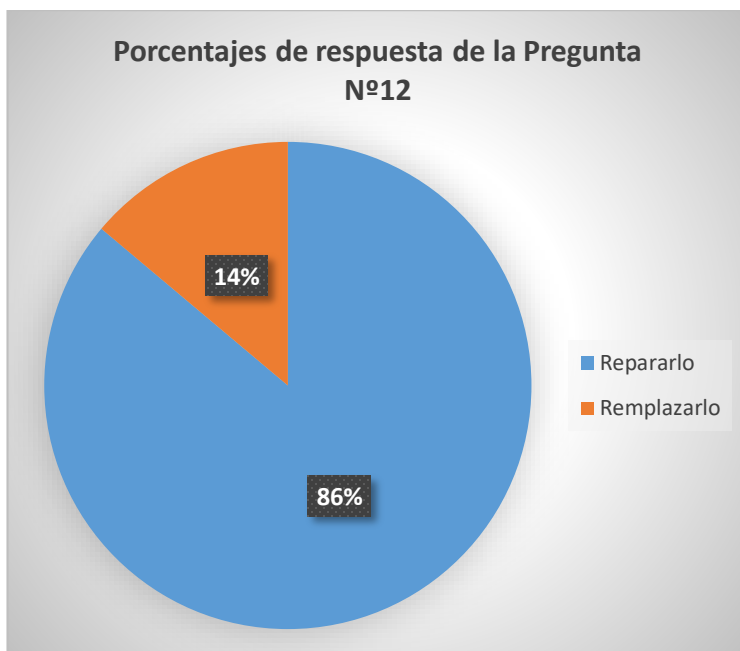


Gráfico 12-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 12

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: En el gráfico puede observar el porcentaje de respuesta por parte de los participantes del estudio con respecto a la pregunta 12 o específicamente que hacen los usuarios cuando su equipo de cómputo ha sufrido un daño, y lo que la mayoría ($n=329$; 86%) contestó fue el repararlo, lo que deja una puerta abierta para el desarrollo de un negocio de reparación de computadoras.

Interpretación: Gracias al gráfico se puede determinar qué es lo que hacen los participantes del estudio cuando un equipo de cómputo sufre algún daño o avería. Viéndose que la gran mayoría prefiere llevarlos donde algún técnico que los repare, esto nos indica que existe una gran demanda para una empresa que ofrezca los servicios de reparación de equipos de cómputo.

- **Pregunta Numero 13.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en la reparación de su computador?**

Tabla 13-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 13

Pregunta N°13					
Respuesta	Entre \$30 y \$50	Menos de \$30	Entre de \$50 y \$100	Más de \$100	Total
Total	163	126	71	22	382
Porcentaje	42,67	32,98	18,59	5,76	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

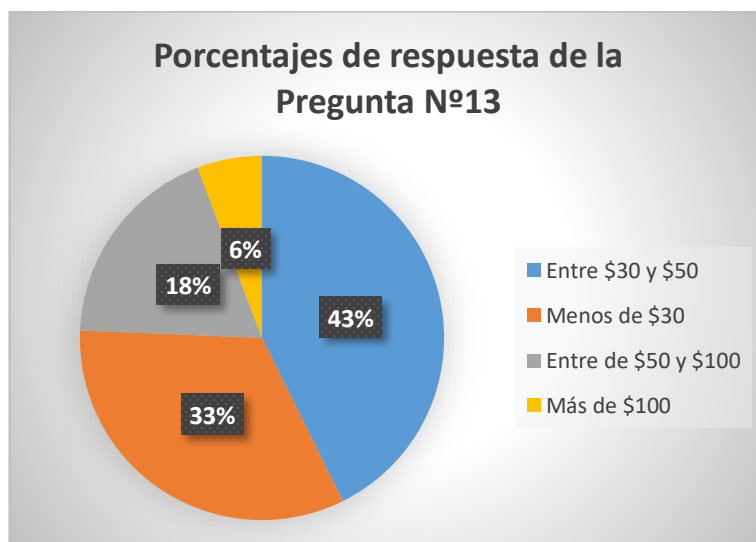


Gráfico 13-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 13

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: En el gráfico se puede observar el porcentaje de respuestas a la pregunta 13 por parte de los participantes del estudio, evidenciándose que la mayoría (n=163; 43%) prefieren gastar entre 30 y 50 dólares, seguido de un alto porcentaje (n=126; 33%) de encuestados que mencionaron preferir gastar menos de 30 dólares, para continuar con un porcentaje bajo (n=71; 18%) de participantes que estarían dispuestos a gastar entre 50 y 100 dólares en la reparación de su computador y finalmente un mínimo porcentaje (n=2; 6%) que estarían dispuestos a gastar más de 100 dólares.

Interpretación: Con respecto a la información obtenida en esta pregunta podemos determinar el precio que los participantes del estudio prefieren pagar por la reparación de sus equipos de cómputo. Esto nos ayudara al momento de establecer los precios por los servicios de reparación que probablemente se brindaran.

- **Pregunta Numero 14.- ¿Qué busca en un servicio de reparación de computadores?**

Tabla 14-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 15

Pregunta N°14					
Respuesta	Rapidez	Honestidad	Garantía	Precios Asequibles	Total
Total	134	113	92	43	382
Porcentaje	34,55	30,12	23,67	11,21	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

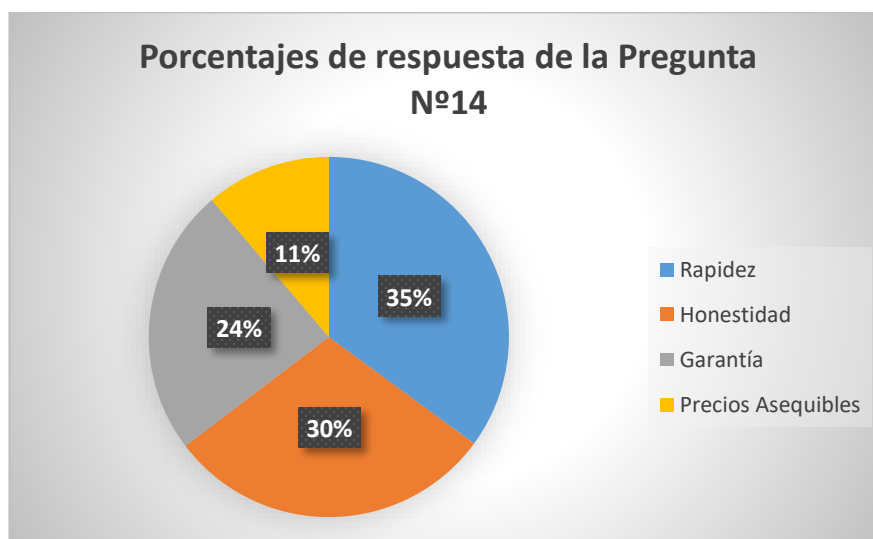


Gráfico 14-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 14

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: En el gráfico se observa los porcentajes de respuesta con respecto a la pregunta 13, en la cual una mayor parte (n=134; 35%) de la población de estudio menciona que buscan rapidez al momento de reparar sus computadores, así mismo otra gran parte (n=113; 30%) menciona que ellos buscan honestidad por parte de quienes reparasen sus computadores, dejando por detrás a una pequeña parte de participantes (n=92; 24%) que prefieren que se les entregue una garantía por la reparación, y al final una mínima parte (n=43;11%) de encuestados que respondió que prefieren un precio asequible en la reparación.

Interpretación: Gracias al gráfico podemos determinar la clase de servicio al cliente que prefieren los encuestados, resaltando que prefieren rapidez y honestidad por parte de quienes reparen su equipo de cómputo. Esta información es de gran ayuda para establecer el tipo de servicio al cliente que tendrá el negocio a desarrollarse.

- **Pregunta Numero 15.- ¿En la ciudad de Ambato existe algún local de venta o reparación de computadores que cumpla con sus requerimientos?**

Tabla 15-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 15

Pregunta N°15			
Respuesta	Si	No	Total
Total	243	139	382
Porcentaje	63,61	36,39	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

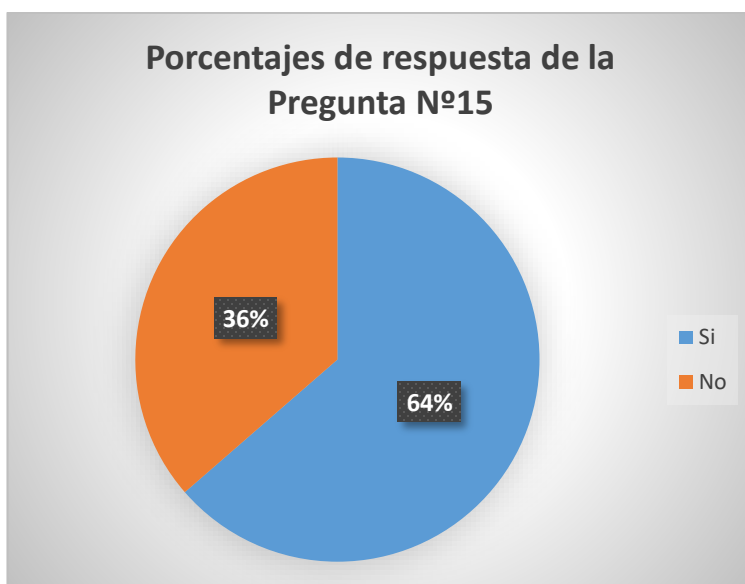


Gráfico 15-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 15

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Análisis: En esta pregunta se buscaba identificar si la población de estudio conoce de algún local de venta o servicio de reparación de computadores que satisfaga con su expectativa, por lo que en el gráfico se puede observar que la mayor parte (n=243; 64%) mencionó que sí conocían la existencia de un local de este tipo en la ciudad de Ambato. Por otra parte, una poca cantidad (n=139; 36%) de encuestados mencionó no conocer ningún local de este tipo en la ciudad de Ambato.

Interpretación: Con respecto a la interrogante planteada podemos determinar que más de la mitad de la población encuestada conoce de la existencia de alguna tienda de venta y reparación de equipos de cómputo. Esto deja en conocimiento de que existe una alta competencia en este sector del mercado.

- **Pregunta Numero 16.- ¿Estaría dispuesto a adquirir o reparar su equipo de cómputo en una nueva tienda que le ofrezca satisfacer todos sus requerimientos?**

Tabla 16-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 16

Pregunta N°16			
Respuesta	Si	No	Total
Total	359	23	382
Porcentaje	93,98	6,02	100

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

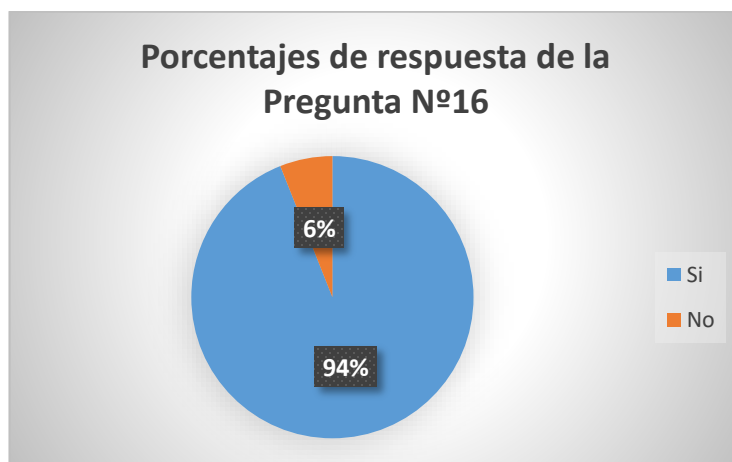


Gráfico 16-2: Respuestas al Cuestionario-Pregunta 16

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Análisis: En el gráfico se observa el porcentaje de participantes del presente estudio que respondió a la pregunta número 16, resaltando que la gran mayoría (n=359; 94%) casi la totalidad respondió que si estarían dispuestos a adquirir o reparar sus equipos de cómputo en una nueva tienda que les brinde los servicios mencionados anteriormente y satisfaga sus necesidades.

Interpretación: Gracias al gráfico se puede determinar que la insatisfacción de la población de estudio con las tiendas de venta y reparación de equipos de cómputo existentes en el mercado. Por lo que la mayor parte menciona que estarían dispuestos a comprar en una nueva tienda especializada en este sector, esto crea una probabilidad de aceptación muy alta por parte de los posibles clientes al emprendimiento desarrollado en este trabajo.

2.12. Determinación del tamaño del mercado

En esta sección se presenta el cálculo tamaño del mercado con el que cuenta el presente proyecto de inversión, a través de los datos gracias a la investigación bibliográfica y encuesta realizada. Resultando en que se necesita de 307 productos tecnológicos (Tabla 17). Sin embargo, de acuerdo a la realidad que del mercado se la demanda que espera satisfacer la empresa se dividirá en 10 equipos de cómputo vendidos y 100 mantenimientos o reparaciones al mes.

Tabla 17-2: Tamaño del Mercado

Detalle	Valor
Población entre 20 y 34 años	97.831
Población que le atraen los equipos electrónicos (79,00%)	77.286,49
Población que adquiriría un nuevo equipo de cómputo (63,00%)	48.690,45
Población que presenta interés en la nueva tienda (93,98%)	45.759,32
Participación en el mercado	8,2%
Mercado Meta	3.752,26
Consumo del producto Individual al mes (2 años - 24 meses)	0,082
Total de unidades requeridas al mes	307,7

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

2.12.1. Demanda Insatisfecha

A continuación, se procede a calcular demanda insatisfecha para los 5 primeros años de funcionamiento de la empresa teniendo en cuenta un crecimiento de producción y de unidades requeridas de 2,5% anual.

$$Demanda\ insatisfecha_{año(N)} = Demanda_{año(N)} - Oferta_{año(N)}$$

De acuerdo a la formula anterior para el primer año se tendría una demanda requerida de 307 unidades (entre servicios de reparación y unidades vendidas) y como oferta de acuerdo a lo planteado por la realidad de la empresa solo se podrá ofrecer 110 unidades (entre servicios de reparación y unidades vendidas) por lo que se tendría una demanda insatisfecha de 197 unidades. Los siguientes años se estima un crecimiento del 2,5% para demanda y oferta.

Tabla 18-2: Tamaño del Mercado

Año	Demanda (Unidades y servicios requeridos)	Oferta (servicios y unidades que se puede satisfacer)	Demanda Insatisfecha
1	307	110	197
2	315	113	202
3	323	116	207
4	331	118	212
5	339	121	217

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

De acuerdo a la tabla 18, se puede ver que existe una alta tasa de demanda insatisfecha por lo que la empresa tendrá que realizar más inversiones en años futuros con el objetivo de reducir esa demanda y así obtener una mayor participación en el mercado.

CAPITULO III

3. MARCO PROPOSITIVO

3.1. Factibilidad Operativa

3.1.1 *Tipo de empresa*

La empresa estará constituida como una Sociedad por Acción Simplificada (S.A.S), la cual entrega ventajas para el emprendedor como la participación de una o varias personas jurídicas o naturales en la constitución de la empresa, un trámite más simplificado, ágil y sin costo, sin implantar un monto mínimo de inversión. Como también, de acuerdo al tamaño se supone como microempresa ya que estará conformada por una cantidad de trabajadores menor a nueve, con respecto a su actividad económica pertenecerá al sector terciario ya que se dedicará a la comercialización de computadores y de acuerdo a la titularidad del capital de la empresa será privada ya que el manejo del capital se llevará a cabo de forma particular.

3.1.2 *Diseño del logo empresarial*

La actividad económica de la empresa será la comercialización de equipos de computación, por lo que se estableció a V-TRONIC, como nombre empresarial ya que hace alusión computadores y equipos de tecnología.

3.1.3 *Filosofía empresarial*

- **Misión**

Ser una empresa líder en la comercialización, mantenimiento y reparación de equipos de cómputo, enfocándose en el cliente quien es lo más importante para la empresa, por lo que, debe tratársele de la mejor manera posible, y así ser en el futuro una de las empresas más reconocidas en el sector de computación.

- **Visión**

Entregar un servicio de calidad a nuestros clientes conforme a los requerimientos planeados, logrando ser una empresa líder en la venta, mantenimiento y reparación de computadoras portátiles, de escritorio y all in one contando con las mejores marcas del mercado, para lo cual se trabajará con los mejores estándares de calidad correctamente ejecutados para que los clientes nos prefieran.

3.1.4 Valores y políticas de la organización

V-TRONIC buscara promover una cultura organizacional enfocada en la transparencia, el respeto, compromiso, calidad y puntualidad, promoviendo la comunicación personalizada a todo nivel, la eficiencia y la innovación, el trabajo en equipo, todo ello bajo un marco de responsabilidad social. La empresa estará sometida a la normativa vigente dictada por los entes reguladores, como también, sus actividades estarán regidas al reglamento interno, el cual se desarrollará con respecto a los objetivos de la empresa y contendrá las siguientes políticas organizacionales:

- Proporcionar un servicio eficiente y rápido, cuidando cada etapa del proceso de mantenimiento y reparación.
- Promover la formación continua y capacitación de los empleados en las materias requeridas reglamentariamente y en aquellas concernientes a la gestión de calidad, atención al cliente, fomentando su interés en la mejora continua.
- Proporcionar un trato justo y esmerado a todos los clientes y colaboradores, manejando eficientemente sus requerimientos, reclamos y sugerencias.
- Fomentar el comportamiento ético en todas las actividades que se lleven a cabo dentro de la empresa.
- Regirse con la legislación y reglamentación medioambiental vigente y con todos los compromisos que la empresa suscriba al respecto.

3.1.5 *Objetivos estratégicos*

V-TRONIC S.A.S. se propone los siguientes objetivos estratégicos enfocados a la inauguración e inicio de sus actividades, como también al reconocimiento y posicionamiento de la empresa:

- Diseñar un plan de marketing que permita un ingreso rápido de la empresa en el mercado objetivo.
- Incrementar la oferta de productos tecnológicos, ofertando productos innovadores y acordes a los requerimientos de los clientes.
- Incrementar la cuota de mercado periódicamente.
- Instaurar líneas de comunicación directas con los clientes.
- Implementar un sistema de calidad y mejora continua en todas las actividades que se desarrollen dentro de la empresa.
- Llevar a cabo capacitaciones encaminadas a la socialización de la visión y misión de la empresa, su cultura organizacional y las habilidades requeridas en el personal de la empresa.

3.1.6 *Diseño organizacional estructura y descripción de funciones*

El tipo de diseño organizacional que se adapta de mejor forma a este proyecto es la estructura simple (figura 5), o, mejor dicho, un diseño organizacional con una departamentalización poca, autoridad centralizada en una sola persona y poca formalización, adecuado para iniciativas emprendedoras.

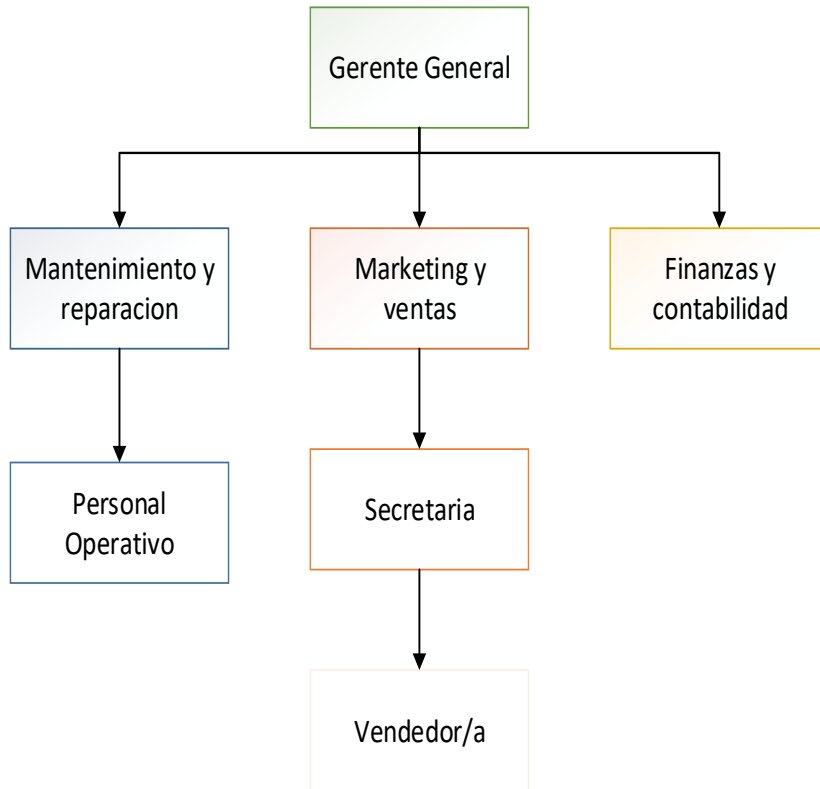


Figura 5-3: Organigrama de la Empresa
Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.1.6.1. Descripción de funciones

Las funciones designadas para cada cargo se detallan a través de la Tabla 19.

Tabla 19-3: Descripción de Funciones del personal de V-TRONIC

Cargo	Descripción de funciones
Gerente general	<p>Toma de decisiones y planificación estratégica</p> <p>Administración y asignación de recursos.</p> <p>Establecimiento de objetivos principales a corto, mediano y largo plazo.</p> <p>Organización de actividades enfocadas a la consecución de las metas de la empresa.</p> <p>Coordinación de todas las áreas de la empresa.</p> <p>Actividades concernientes a la representación técnica de la empresa.</p>

Jefe de mantenimiento y reparación	<p>Planificación y coordinación del mantenimiento y reparación.</p> <p>Control de calidad de materias primas y producto reparado.</p> <p>Supervisión y capacitación de personal operativo.</p> <p>Supervisión y control de todas las etapas del proceso de mantenimiento y reparación.</p> <p>Elaboración y control de registros y documentación sobre las reparaciones llevada a cabo.</p>
Personal operativo	<p>Ejecución de las actividades de acuerdo a la planificación de reparación y mantenimiento.</p> <p>Acatamiento de la normativa interna y obligaciones concernientes al cargo.</p> <p>Cumplimiento de metas de producción.</p> <p>Logística y distribución de los equipos.</p>
Jefe de marketing	<p>Recibir pedidos, sugerencias y reclamos por parte de los clientes.</p> <p>Estudiar y abrir nuevos nichos de mercado.</p> <p>Estudiar a los competidores, las necesidades de los clientes y nuevos productos.</p>
Contador	<p>Preparación de estados financieros y declaración de impuestos.</p> <p>Llevar a cabo la facturación.</p> <p>Administración de las cuentas por pagar y cuentas por cobrar, como también el registro de compras y ventas.</p>
Secretaria	<p>Elaborar, organizar y coordinar la agenda de acuerdo a prioridades, a clientes internos y externos.</p> <p>Manejar las relaciones públicas.</p> <p>Receptar y entregar la correspondencia que ingresa al gerente.</p> <p>Gestión de cobranza.</p> <p>Crear nexos entre el cliente y la empresa.</p>

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

3.1.7 Estrategias de crecimiento y expansión de la empresa

V-TRONIC S.A.S. se ha planteado como estrategias de crecimiento, enfocadas al desarrollo y expansión empresarial, los siguientes:

- Incrementar paulatinamente las ventas.
- Diversificar las líneas de productos enfocándose en todo tipo de artículos tecnológicos.
- Llegar a mercados de otras provincias del Ecuador.
- Llevar a cabo estrategias de marketing que se acoplen a la dinámica variante del mercado.
- Crear alianzas estratégicas con distribuidores localizados en todas las provincias del Ecuador.

3.1.8 Cadena de valor

Las ventajas competitivas que posee la empresa, fueron identificadas mediante el diagrama de cadena de valor (figura 6), el cual favorece reconocer y analizar las principales actividades que desarrollan un valor para los clientes. En este ámbito, V-TRONIC S.A.S, posee ventajas competitivas al contar con tecnología de punta y colaboradores especializados al servicio de reparación y mantenimiento de computadores.

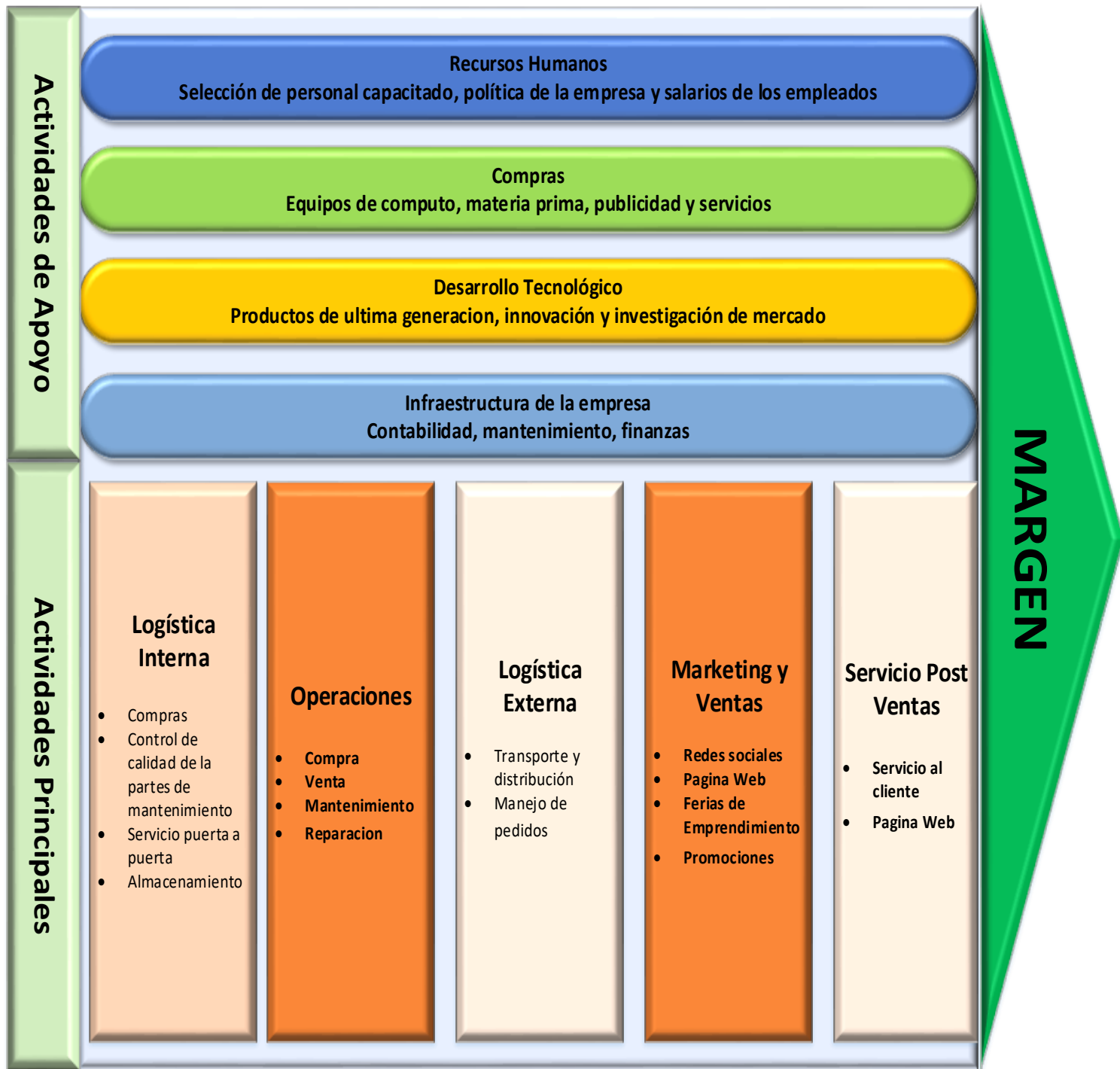


Figura 6-3: Cadena de Valor
Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.1.9 Análisis FODA

Mediante la matriz FODA (tabla 20), se analiza la realidad interna de la empresa (fortalezas y debilidades) y se valora su situación externa (oportunidades y amenazas) con la meta de conseguir una perspectiva general que favorezca la toma de oportunas decisiones estratégicas.

Tabla 20-3: Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Precio de los equipos	Alta competencia
Capital	Modalidad de venta
Tiempo de garantía	Medios de publicidad
Atención al cliente	Falta de personal
Redes sociales	
Ubicación del local	
Calidad	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Gran demanda	Inversiones poco lucrativas
Nuevas redes sociales	Crisis económica
Ubicación del local	Aparición de nuevas empresas
	Devaluó de las marcas a ofertar

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.2. Factibilidad Técnica

3.2.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto



Figura 7-3: Mapa de la Ciudad de Ambato

El proyecto estará localizado en el Cantón Ambato provincia del Tungurahua, en la parroquia urbana San Francisco en la zona del parque Cevallos, ubicada a 15 minutos del ingreso norte de la ciudad. Esta parroquia cuenta con todos los servicios básicos además estar ubicada en el centro de la ciudad, y muchos factores más que se detallan en la Tabla 21, donde el sector mencionado toma una mayor ponderación con respecto a la zona sur de la ciudad de Ambato. La localización grafica del proyecto se presenta en la figura 7.

Tabla 21-3: Localización del proyecto

Estudio de Localización					
Factor	Peso	San Francisco		Huachi Grande	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Disponibilidad de locales comerciales	25%	7	1.75	8	2
Disponibilidad de empleados	15%	8	1.2	8	1.2
Probables Clientes	15%	8	1.2	7	1.05
Nivel comercial del sector	45%	9	4.05	7	3.15
	100%		8.15		7.40

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.2.2. *Diseño del local*

Se buscará un local que cuente con un área amplia para presentar los productos, con una oficina donde se pueda ubicar el área de reparación y mantenimiento de computadores.

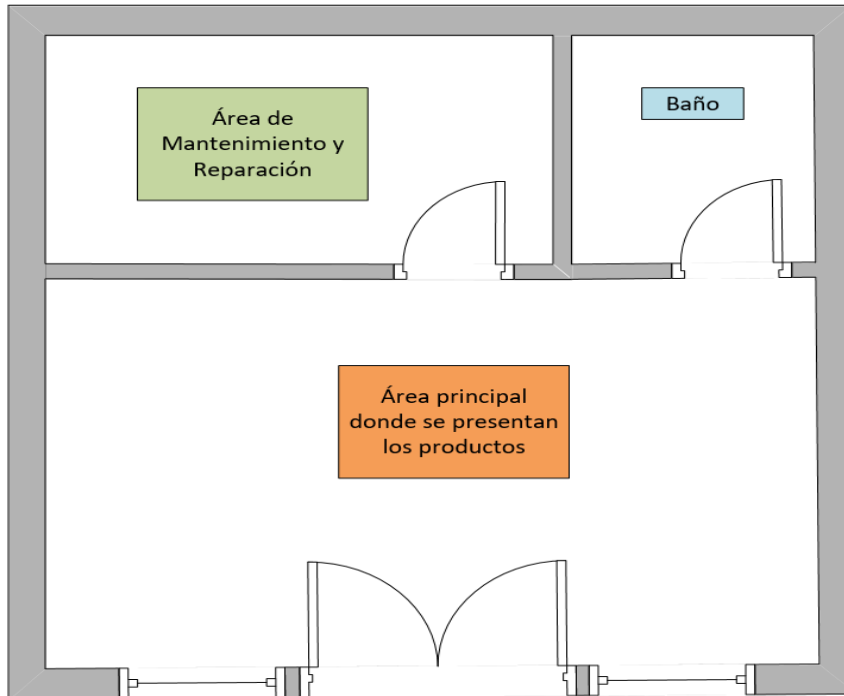


Figura 8-3: Diseño del local
Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.2.3. *Presentación del Producto*

El servicio que se va ofertar en el mercado es la venta y mantenimiento de computadores ya sean del tipo laptop, de escritorio y all in one. La principal característica del servicio será la atención personalizada a los clientes en la venta de computadores que cubran los requerimientos técnicos y económicos. Así mismo se brindará una atención personalizada al momento de dar mantenimiento o reparar los equipos buscando siempre ofrecer las mejores alternativas al cliente.

3.2.3.1. *La Marca*

La marca con la cual se identificará el servicio será “V-TONIC siendo una palabra llamativa y novedosa, actual y que provoca la repetición por parte de los clientes. Nombre claro, fácil de pronunciar y pegajoso para los posibles clientes.

3.2.4. *Plan de estrategias de marketing*

El plan de marketing se llevó a cabo mediante la herramienta de Marketing Mix, misma que contiene elementos como: producto, precio, distribución y promoción. Siendo las metas principales de este

plan la introducción, reconocimiento y posicionamiento de la empresa, la persuasión de posibles clientes hacia el mercado del servicio ofertado por la empresa.

3.2.4.1. Estrategias de producto:

El servicio de venta, mantenimiento y reparación de computadores se ofertará en redes sociales, mediante imágenes promocionales en las que se proyectará las características y precios de los productos tecnológicos y proporcione toda la información concerniente al servicio de reparación de computadores. El servicio contará con la particularidad de trabajo a domicilio, cualidad que será vista como un elemento de promoción y de diferenciación.

3.2.4.2. Estrategias de precio:

El rango máximo y mínimo de precio de los computadores se fijará de acuerdo a los costos de importación, distribución, las características técnicas y la calidad del producto, la relación oferta-demanda y los precios de la competencia. Por otra parte, para el precio del servicio de separación se tomará en cuenta en el precio de los materiales utilizados, la mano de obra y los precios de la competencia de tal forma que permita y garantice la rentabilidad del negocio y la competitividad en el mercado.

3.2.4.3. Estrategias de distribución:

Para la comercialización de los computadores en la provincia de Tungurahua se emplearán canales directos de distribución, es decir se dará la opción de entrega directa en la casa del cliente. Para la entrega del producto en provincias lejanas, se recurrirá a la distribución mediante empresas de transporte como Servientrega.

3.2.4.4. Estrategias de promoción:

Las estrategias de promoción estarán orientadas a la difusión de mensajes claros sobre las características tecnológicas de los computadores y el compromiso de la empresa en el servicio de mantenimiento y reparación, para lo cual se tomarán las siguientes acciones:

- Promoción de los productos y servicios de la empresa mediante redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube), creando expectativa sobre los productos ofertados.
- Publicidad móvil mediante servicios de bicicleta publicitaria.

- Edición de un video promocional con el título “V-TRONIC”, a través del cual se dará a conocer aspectos referentes a todos los servicios que ofrece la empresa.
- Promociones y ofertas especiales por la compra de los productos.
- Vinculación a redes de emprendimiento y participación en ferias y eventos afines.
- Empleo de afiches publicitarios ubicados en sitios estratégicos de la ciudad de Ambato.

3.2.5. *Factibilidad Económica*

En esta sección se analizó la posibilidad económica del desarrollo de la empresa Vtronic a través del cálculo indicadores financieros orientados en la evaluación de proyectos de inversión.

3.2.6. *Estimación de mercado*

Para la estimación del mercado se trabajará con lo establecido en el cálculo tamaño del mercado el cual se estableció de acuerdo a la realidad del mercado que la demanda que espera satisfacer la empresa se dividirá en 10 equipos de cómputo vendidos y 100 reparaciones al mes.

3.2.7. *Inversión inicial*

La inversión inicial es el gasto que se requiere para poder iniciar con el desarrollo del proyecto de inversión, estando compuesta por activos fijos y activos diferidos.

Los activos fijos están compuestos por bienes tangibles que tendrán una prolongada duración en la empresa generalmente superior a un año, además estos bienes pueden ser rematados una vez cumplan su utilidad dentro de la empresa.

Por otra parte, los activos diferidos son bienes que no se pueden ver físicamente, son gastos operativos como legalización, capacitación al personal, publicidad inicial y garantía local (Tabla 23).

Tabla 22-3: Inversión Inicial-Activos fijos

Activo	Costo Total
Equipos de Computación	\$3.000,00
Muebles	\$1.600,00
Enseres	\$1.300,00
TOTAL	\$5.900,00

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

Tabla 23-3: Inversión Inicial-Activos diferidos

Descripción	Costo Total
Permisos de Funcionamiento	\$1.200,00
Publicidad	\$1.000,00
Capacitaciones para el personal	\$500,00
Garantía Local	\$1.000,00
TOTAL	\$6.200,00

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.2.8. Capital de Trabajo

El capital de trabajo se dividió en costos fijos y costos variables.

3.2.8.1. Costos fijos

Para el presente proyecto como costos fijos se ha considerado a la mano de obra. El personal fue seleccionado de acuerdo al organigrama presentado en el estudio corporativo (figura 5).

Tabla 24-3: Costos de Producción-costos fijos de mano de obra

Puesto	Salario mensual	Salario anual	Beneficios de Ley anual	Total anual	Sueldo mensual
Gerente	\$800	\$9.600	\$2.304	\$11.904	\$992
Contador	\$600	\$7.200	\$1.828	\$9.028	\$752,33
Publicista (1/2 tiempo)	\$200	\$2.400	\$676	\$3.076	\$256,33
Jefe de Mantenimiento	\$600	\$7.200	\$1.828	\$9.028	\$752,33
Ayudante y Vendedor	\$425	\$5.100	\$1.352	\$6.452	\$537,67
TOTAL	\$2.625	\$31.500	\$7.988	\$39.488	\$3.034

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Aparte de la mano de obra también se considera como costos fijos a los gastos administrativos, de ventas y de publicidad, arriendo por el local y el gasto en servicios básicos (agua, luz y conectividad).

Tabla 25-3: Costos de Producción-costos fijos Totales

Rubro	Costo Mensual	Costo Anual
Gasto Administrativo	\$60,00	\$720,00
Gasto de ventas	\$50,00	\$600,00
Gasto de publicidad	\$50,00	\$600,00
Arriendo	\$600,00	\$7.200,00
Salarios	\$3.034,33	\$36.411,96
Conectividad (teléfono e internet)	\$30,00	\$360,00
Servicio de luz	\$30,00	\$360,00
Servicio de agua	\$20,00	\$240,00
TOTAL	\$3.874,33	\$46.491,96

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

3.2.8.2. Costos Variables

Como costos variables se han tomado en cuenta los costos por materia prima, ya sea como equipos de cómputo o insumos necesarios para el mantenimiento y reparación, además se conoce que las ventas mensuales requeridas son 10 equipos de cómputo y los servicios de reparación requerido son 100.

Tabla 26-3: Costos de producción-Costos variables

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Equipos de Computo	10	\$500,00	\$5.000,00	\$60.000,00
Piezas de repuesto	100	\$25,00	\$2.500,00	\$30.000,00
Componentes electrónicos	100	\$5,00	\$500,00	\$6.000,00
Varios	100	\$0,01	\$1,00	\$12,00
TOTAL			\$8.001,00	\$96.012,00

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

3.2.9. Determinación de precio de venta del producto

El precio de venta de los equipos de cómputo y el servicio de reparación se ha calculado teniendo en cuenta los costos de producción (costos fijos y variables por unidad) y un margen de ganancia del 0,15% para los computadores y el 0,25% para el servicio de reparación. Resultando en un precio por equipo de cómputo de \$910,00 y por servicio de reparación de \$49,73. Cantidades que se hallan dentro del rango determinados en la encuesta (Tabla 27 y 28).

Para el cálculo del costo fijo por unidad se tomó en cuenta un 75% del costo fijo total para los equipos de cómputo y el restante 25% para el servicio de mantenimiento y reparación.

Tabla 27-3: Precio unitario del producto

Detalle (\$)	Precio
Costo fijo por unidad	\$290,57
Costo variable por unidad	\$500,00
Costo total por unidad	\$909,15
Precio del mercado	\$500-1000
Precio de venta	4910,00

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

Tabla 28-3: Precio unitario del servicio

Detalle (\$)	Precio
Costo fijo por unidad	\$9,68
Costo variable por unidad	\$30,1
Costo total por unidad	\$49,73
Precio del mercado	\$30-50
Precio de venta	\$50,00

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.2.10. *Capital de trabajo*

El capital de trabajo es obligatorio para pagar los gastos mensuales conformados por los costos fijos y variables, depreciaciones y pago de cuota mensual de crédito bancario. Siendo un valor primordial ya que garantiza la ejecución normal de las actividades durante el tiempo mencionado.

Tabla 29-3: Capital de trabajo

Detalle	Valor
Costos fijos	\$3.874,33
Costos variables	\$8.001,00
Depreciaciones	\$1.180,00
Pago de crédito	\$695,25
Capital de trabajo para 30 días	\$13.750,58

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.2.11. *Financiamiento*

Para poder ejecutar el proyecto de inversión se requiere de un financiamiento, para lo que una vez investigado diferentes opciones de crédito en el país se ha seleccionado la más conveniente, siendo esta por parte de BanEcuador. Se conoce que la inversión total de proyecto es de \$25.850,92. Los

socios aportaran con el 23% del capital y el 77% restante será financiado a través de un préstamo a 3 años plazo con un interés anual del 16,42% (Tabla 30).

Tabla 30-3: Financiamiento del Proyecto

Detalle	Valor (\$)
Inversión Total	\$25.850,92
Préstamo al 16,42% de interés (77%)	\$20.000,00
Capital propio (23%)	\$5.850,92
Cuotas	\$696,25

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

3.2.12. Flujo de efectivo

Para un correcto cálculo del balance del flujo de efectivo se tomó en consideración un periodo de 0-5 años, para lo cual se tuvo en cuenta todos los ingresos que recibirá la empresa por año, los cuales serán generados a través de la venta de equipos de cómputo y la prestación del servicio de mantenimiento y reparación con una proyección en el crecimiento de las ventas del 2,5%.

Además, se tomó en cuenta todos los gastos que requeridos para el comienzo de las operaciones de la empresa y los costos operativos directos e indirectos de la producción. Como también, se tomaron en cuenta los costos concernientes a la participación de los empleados (15%), obligaciones tributarias (20%) y financiamiento (Ver Tabla 31).

Tabla 31-3: Flujo de caja proyectado a 5 años

Precio de venta	Computador= \$910,00	Servicio de mantenimiento y reparación= \$50, 00				
Crecimiento de venta	2,50%					
Años	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$172.800,00	\$177.120,00	\$181.548,00	\$186.086,70	\$190.738,87
Total de Ingreso		\$172.200,00	\$176.505,00	\$180.917,63	\$185.440,57	\$190.076,58
Costos Variables		\$96.012,00	\$98.412,30	\$100.872,61	\$103.394,42	\$105.979,28
Costos fijos		\$46.491,96	\$47.654,26	\$48.607,34	\$49.579,49	\$50.571,08
Costos Totales		\$142.503,96	\$146.066,56	\$149.479,95	\$152.973,91	\$156.550,36
Utilidad Bruta en Ventas		\$33.296,04	\$34.128,44	\$35.219,92	\$36.343,46	\$37.499,94
Depreciación		-\$1.180,00	-\$1.180,00	-\$1.180,00	-\$1.180,00	-\$1.180,00
Intereses		-\$2.417,44	-\$1.563,38	-\$570,23	\$0,00	\$0,00
Utilidad antes de Impuestos		\$29.698,60	\$31.385,06	\$33.469,69	\$35.163,46	\$36.319,94
Participación de los trabajadores (15%)		-\$4.454,79	-\$4.707,76	-\$5.020,45	-\$5.274,52	-\$5.447,99
Impuesto (20%)		-\$5.939,72	-\$6.277,01	-\$6.693,94	-\$7.032,69	-\$7.263,99
Utilidad Neta		\$19.304,09	\$20.400,29	\$21.755,30	\$22.856,25	\$23.607,96
Reemplazo de activos					-\$1.000,00	
Inversión de Activos fijos	-\$5.900,00					
Inversión de activos diferidos	-\$6.200,00					
Capital de trabajo	-\$13.750,58					\$13.750,58
Flujo de efectivo	-\$25.850,58	\$17.354,09	\$18.401,54	\$19.706,58	\$20.756,31	\$21.455,53
Flujo de efectivo acumulado	-\$25.850,58	-\$8.496,49	\$9.905,05	\$29.611,63	\$50.367,94	\$71.823,47

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.2.13. Indicadores financieros

En esta sección se realizó el cálculo de indicadores los financieros, los cuales tienen el objetivo de evaluar la rentabilidad que se pretende generar con la propuesta de inversión. El primer elemento calculado fue la Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), la cual presentó un valor del 15,66%, que hace referencia al valor mínimo esperado a alcanzar de rentabilidad con respecto a la inversión realizada.

Como segundo punto se calculó el Valor actual neto (VAN), dando como resultado un valor de \$ 36.453,05 para un flujo de caja de 5 años (Tabla 32). Al ser un valor positivo de VAN, la propuesta de negocio se considera aceptable para la inversión.

Como tercer punto se calculó la Tasa interna de retorno (TIR), dando como resultado un porcentaje del 51%, valor por encima del TMAR (16%), que demuestra que la propuesta de inversión es altamente rentable. Además, se calculó el periodo de retorno de la inversión (PRI) el cual fue de 1,4 años lo que garantiza una recuperación no muy prolongada del capital invertido en el proyecto y finalmente se calculó el costo beneficio, el cual presentó un valor de 1,15 lo que demuestra que se conseguirá mayores y mejores resultados con menor esfuerzo.

Tabla 32-3: Cálculo de Indicadores Financieros

Descripción	Formula	Valor
TMAR	<i>TMAR = Tasa de inflación + riesgo de la inversión</i>	15,66%
VAN	$VAN = BNA - I_0$	\$36.453,05
TIR	$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$	51%
PRI	$PRI = \text{año anterior de recuperacion de la inversion} + \frac{\text{inversion inicial} - \text{Flujo de efectivo}}{\text{Flujo de efectivo del año en que se recupera la inversion}}$	1,4
Costo beneficio	$Qe = \frac{C_F}{(P_{vu} - C_{uv})}$	1,15

Elaborado por: Byron David Villena Pappe

3.3. Factibilidad Comercial

3.3.1. Análisis del entorno

El análisis del entorno ayuda a la empresa a identificar y evaluar los factores externos como situaciones, acontecimientos y tendencias que afectan a su adecuado desempeño y que no puede controlar. (macro entorno), se analizan a través de la herramienta de análisis PESTEL, misma que contiene factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos (Prieto, 2017).

3.3.1.1. Factores Políticos

En el último año el Gobierno del Ecuador ha iniciado un plan de apoyo a las microempresas, mediante la entrega de un crédito a través del programa Reactíivate Ecuador, mismo que cuenta con USD 1.150 millones los cuales estarán destinados a los sectores afectados por la crisis económica del COVID19. Actualmente, más de 2.700 micro, pequeñas y medianas empresas se han visto beneficiadas por este apoyo y se han desembolsado cerca de USD 107,4 millones, de créditos que van desde un monto de USD 2.800 hasta USD 300.000. Emprendedores como comercios, talleres mecánicos, restaurantes, rotularía, agroindustria, servicios profesionales, alimentos procesados, entre otros, son quienes forman parte de este grupo de beneficiarios (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020).

Además, el Gobierno Nacional busca proteger la economía de los ciudadanos, las familias y las microempresas que tienen préstamos activos con entidades financieras y que, debido a la situación de emergencia sanitaria, no pueden cubrirlos. Por lo que, a través de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, se declaró que el pago estos créditos al sistema financiero nacional puede diferirse hasta por 60 días, sin que ello conlleve un costo adicional y sin causar ninguna clase de intereses moratorio, gasto, recargo o multas (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria., 2021).

3.3.1.2. Factores Económicos

Actualmente la economía ecuatoriana está en recuperación, el segundo trimestre del año 2021 se registró un incremento interanual del 8,4%. Siendo un progreso sustancial si se considera que un año atrás, al segundo trimestre del 2020 el PIB se desmoronó en -12,8%, siendo ese el período más crítico para la economía ecuatoriana producto de la pandemia del COVID-19 (Banco Central del Ecuador, 2021).

Ecuador inició el año 2021 con mínimas expectativas de recuperación económica y una proyección del crecimiento del PIB de 2.8%, sin embargo, el primer trimestre terminó con una caída -5,6% del PIB en cifras interanuales. De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (BCE), esta diferencia es debido a que en el primer trimestre del año 2020 la pandemia del COVID-19 aun no impactaba a la economía ecuatoriana (Banco Central del Ecuador, 2021).

Además, en la economía ecuatoriana, para enfrentar a los efectos del COVID-19 y mediante el desarrollo de los acuerdos a través de los organismos multilaterales, se busca destinar diversos planes de ayuda a las microempresas ecuatorianas, lo que aportara de forma positiva en el desempeño económico. Pero, las restricciones de movilidad que no cesan, poseen efectos de ralentización en la recuperación económica, especialmente en las actividades de servicios como el turismo, empero de los estímulos asociados a los gastos relacionados con el sector y que podrán ser deducibles del pago al impuesto a la renta en el 2021 (Cota, 2021).

3.3.1.3. Factores sociales

En el año 2020 previo al inicio de clases del sector sierra en el Ecuador, se vio una alta demanda de computadores existentes en el mercado. Específicamente el 1 de septiembre del 2020 arrancó el año lectivo 2020-2021 de forma no presencial en el que 1'822.615 estudiantes de las instituciones (particulares, fiscales, fisco misionales y municipales) del régimen Sierra Amazonía, tenían que asistir a clase a través de reuniones virtuales mediante el Plan Educativo Aprendemos Juntos en Casa, por parte del Ministerio de Educación. Por ello, para atender las necesidades resultantes de las clases en línea, los padres de familia se vieron en la necesidad de comprar equipos electrónicos, lo que incrementó la demanda de los mismos (El Universo, 2021).

En Ambato de igual forma se vio una alta demanda de computadoras por el inicio de clases en la Sierra para el periodo 2021-2022, lo que incrementó la venta de computadores en esta ciudad previo al inicio de clases. Siendo los equipos más económicos los que más se comercializaron ya que las familias aún sufren la crisis económica provocada por la pandemia. Por ejemplo, en almacenes Tecnicom, ubicado en el barrio Ficoa al norte de Ambato, las ventas se incrementaron en un 30% en los últimos 15 días (Enríquez, 2021).

3.3.1.4. Factores Tecnológicos

Producto del confinamiento las personas se vieron en la necesidad de realizar sus compras mediante canales electrónicos, lo que derivó en un crecimiento del comercio electrónico en Ecuador consiguiendo un volumen de negocio de USD 2,3 mil millones en el año 2020, lo que

demuestro un crecimiento de USD 700 millones (43,75 %) con respecto al año 2019. Para el año 2021 se vio un crecimiento no menor a un doble dígito (CECE, 2021).

El año 2020 marcó un antes y un después para los negocios online. Situación que obligó a micro y grandes empresas a realizar esfuerzos para adaptarse a lo más rápido a la nueva realidad y al nuevo tipo de consumo. Para demostrar esta explosión, bastan los siguientes dos datos (Zambrano & Castellanos, 2021):

- 1 de cada 3 compradores optó por primera vez por el canal online para realizar sus compras.
- Se informó un crecimiento del 800% en visitas a los sitios webs y un 44% en órdenes de compra con respecto al 2019.

3.3.1.5. Factores Ecológicos

Los cambios en las condiciones de vida debido al confinamiento provocaron un incremento en el gasto energético por parte de las familias del Ecuador. Las consecuencias de esto son altos problemas ambientales como la contaminación ambiental ya que la gran mayoría de las actividades tecnológicas del día a día producen contaminación, ya sea lumínica, acústica o atmosférica, cuyo receptor al final es el medio ambiente. Cada vez que se utiliza electricidad se produce de manera indirecta desechos contaminantes (Sampedro & Machuca, 2021).

Debido a esto las empresas que comercializan productos que consuman electricidad deben garantizar que estos cumplan con las políticas de uso y consumo energético establecidas en la Ley Orgánica de Eficiencia energética. (Asamblea Nacional., 2019).

3.3.2. Estudio del sector de ventas de computadoras 5 fuerzas de PORTER

En la Tabla 33 se presenta el análisis de las 5 fuerzas de Porter desarrollado para el análisis de la competencia de mercado para la industria de jugo de frutas desde la información recolectada en el marco teórico.

Tabla 33-3: Análisis de las 5 fuerzas de PORTER

Fuerza	Análisis	Intensidad
Poder de negociación de los clientes	Esta fuerza posee un nivel de impacto medio, ya que el servicio al cliente tendrá características únicas que lo diferenciarán de la competencia	Media
Rivalidad entre las empresas	Las empresas que comercializan computadores y ofrecen servicio de mantenimiento a la vez son pocas en la ciudad de Ambato, además la creciente demanda de computadores da una gran probabilidad de poder abarcar el mercado.	Medio
Amenaza de competidores nuevos	Una vez realizado el estudio de mercado, se conoce que la barrera de ingreso es baja lo que facilita el ingreso de nuevos negocios.	Alta
Poder de negociación de los proveedores	El auge del comercio electrónico hace que sea fácil el contacto con proveedores nacionales e internacionales, facilitando el abastecimiento del negocio.	Alta
Amenaza de ingreso de productos sustitutos	Hay una gran influencia al tratarse de productos sustitutos, ya que en el mercado existe una gran cantidad de productos de electrónicos falsificados.	Alta

Elaborado por: Byron David Villena Pappé

3.4. Factibilidad legal

3.4.1. Factibilidad Política y Legal

Toda microempresa que opere en el Ecuador debe cumplir con los siguientes aspectos legales:

- Mensuales.
- Declaración de impuestos retenidos en fuente.
- Impuestos al valor agregado IVA.
- Preparación y declaración de Anexo Transaccional.
- Anuales.
- Preparación y declaración de 1.5 por mil del impuesto municipal sobre los activos.
- Preparación y declaración del impuesto a la patente.
- Análisis de cálculos y registros de la provisión de impuesto a la renta y del anticipo del impuesto a la renta por el año posterior a dicha declaración.
- Elaboración y transmisión de informes al Ministerio de Relaciones Laborales.

- Elaboración Impuesto a la renta.

Además, al contar con empleados la empresa tiene que tomar en cuenta el manejo de nómina cumpliendo con los siguientes deberes (Codigo del Trabajo., 2017):

- Aviso de Entrada y Salida Seguro Social IESS.
- Pago de obligaciones patronales.
- Elaboración y entrega de Rol de pagos.
- Preparación de formulario 107. “Comprobantes de retención en la fuente del Impuesto a la Renta, por ingresos de trabajo en relación de dependencia”.
- Elaboración Anexo de Relación de dependencia (RDEP).
- Presentación de informes al Ministerio de Relaciones Laborales: Décima tercera remuneración, décima cuarta remuneración e informe de participación sobre utilidades (anual).

3.5. Factibilidad Temporal

La factibilidad temporal no se ha podido estimar ya que aún no se tiene una fecha concreta para la implementación del proyecto de inversión.

CONCLUSIONES

El estudio de factibilidad propuesto para la creación de la empresa de venta y reparación de equipos de cómputo “V-TRONIC” en la ciudad de Ambato perteneciente a la provincia de Tungurahua, presentó una notoria disposición para la adquisición de los productos y servicios de reparación, ya que un 97,35% de la población objetivo muestra predisposición para el consumo en la nueva empresa, además se distinguirá por las características de los equipos de cómputo, los precios y la atención personalizada en el servicio de reparación.

Mediante la encuesta se logró identificar los requerimientos y preferencias que tienen los clientes para los equipos de cómputo, destacándose una preferencia hacia una las laptops de gama media que tengan un precio entre 800 y 1000 dólares. Por otra parte, con respecto al servicio de reparación y mantenimiento, los clientes manifestaron que buscan rapidez, honestidad y un precio entre los 30 y 50 dólares.

Por su lado la factibilidad operativa permitió identificar el tipo de empresa, la cual será de tipo Sociedad por Acción Simplificada (S.A.S), por el número de empleados era una microempresa y pertenece al sector terciario de empresas, como también, se logró definir la misión, visión, objetivos y valores y políticas que tendrá la empresa. Además, se diseñó la estructura y descripción de las funciones que se ejecutaran dentro de la empresa.

Por su parte la factibilidad técnica realizada demostró que la parroquia de San Francisco es un sector estratégico por la ubicación de la empresa, ya que cuenta con una lata disponibilidad de locales comerciales, es un sector altamente comercial ya que está ubicado en el centro de la ciudad y cuenta con un alto porcentaje de mano de obra. Todo ello lo hace un lugar altamente factible con grandes posibilidades de éxito.

Además, la factibilidad financiera permitió identificar la rentabilidad que tendrá el proyecto de creación de la empresa, a través de los costos de venta, la producción total mensual y anual, y la inversión inicial, elementos que fueron utilizados para el cálculo de los indicadores financieros como el TMAR con un índice del 15.66%, el VAN con un valor de \$36.453,05, la TIR con un índice del 51%, el PRI con un tiempo de 1,4 años y costo beneficio con un total de 1.15 lo que demostró que no se requerirá de un gran esfuerzo para obtener beneficios.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable seguir llevando a cabo estudios de factibilidad comercial que permitan identificar los futuros requerimientos y necesidades del mercado meta.
- Es recomendable continuar investigando el mercado de equipos de cómputo y así determinar las nuevas tecnologías del mercado.
- Es recomendable llevar a cabo una adecuada campaña de publicidad para promocionar el tipo de servicio que ofrece la empresa, ya que para una gran parte de la gente no resulta relevante donde lleven a reparar sus equipos.
- Desarrollar alianzas estratégicas para la adquisición de equipos, de repuestos y de la materia prima para el mantenimiento y reparación. de los equipos de cómputo.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, A. R. (2020). *Mantenimiento preventivo, correctivo y evolutivo*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE SINALOA. Obtenido de <http://repositorio.upsin.edu.mx/formatos/A055ACOSTAGUERREROAXELRICARDO11128.pdf>

Aguilera, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofin Habana*, 12(2), 322-343. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v11n2/cofin22217.pdf>

Ajila, J. (2019). *CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA PARA EVALUAR LA FACTIBILIDAD DE PROYECTOS DE INVERSIÓN DEL SECTOR CACAOTERO EN LA CIUDAD DE MACHALA*. MACHALA: UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14480/1/ECUACE-2019-AE-DE00491.pdf>

Amaru, C. (2018). *Fundamentos de Administración-Teoría General y proceso Administrativo*. Pearson Hall.

Arévalo, ., D. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>

Armero, S. (2018). *Mantenimiento de Computadores*. Popayán - Colombia: Universidad del Cauca - Computadores para Educar. Obtenido de https://ciudadaniadigital.gov.co/627/articles-12648_recurso_PDF.pdf

Arnau, J. &. (2018). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital De Investigación*, 13(1), 1-21. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v13n1/a08v13n1.pdf>

Asamblea Nacional. (2019). Ley Organica de Eficiencia Energetica. Obtenido de <https://www.recursoyenergia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/03/Ley-Eficiencia-Energe%CC%81tica.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2021). La economía ecuatoriana inicia la recuperación económica con una expansión del 2,8% en 2021. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1431-la-economia-ecuatorial-inicia-la-recuperacion-economica-con-una-expansion-del-2-8-en-2021>

Baque Villanueva, L. K. (2020). PLAN DE NEGOCIO-PARA EMPRENDIMIENTOS DE LOS ACTORES Y ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>

Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS*, 41(24), 183-196. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>

Brume, M. (2019). *Estructura organizacional*. Barranquilla: Sello Editorial: Institución Universitaria Itsa. Obtenido de <https://www.itsa.edu.co/docs/ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL.pdf>

Bueno, R., Ramos, M., & Berellaza, C. (2018). *Elementos Basicos de la Administracion*. Impreso en México: GRUPO EDITORIAL PATRIA. Obtenido de https://dgep.uas.edu.mx/librosdigitales/6to_SEMESTRE/elementos_basicos__de_administracion.pdf

Camino, G. (2018). *ESTRATEGIA PARA LA MEJORA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN UNA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE TUNGURAHUA*. Ambato - Ecuador: PUCESA. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2732/1/76922.pdf>

Cardoso, A., García, D., & García, J. (2019). Evaluación de la factibilidad económico financiera del proyecto de inversión: Centro Cultural Julio Antonio Mella. *Cienfuegos*, 11(5), 8-18. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n5/2218-3620-rus-11-05-8.pdf>

Carvajal, A. (2021). Plan de negocio para la comercialización de una bebida a base de infusiones tipo té de plantas aromáticas y medicinales lista para consumir en la provincia de Tungurahua. *Universidad Técnica De Ambato-Carrera De Ingeniería En Alimentos*.

Catillo, B. (14 de Octubre de 2020). *Guía Universitaria*. Obtenido de Guía Universitaria: <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>

CECE. (2021). *Transacciones electrónicas en Ecuador durante el Covid-19*. Camara Ecuatoriana de Comercio Electronico. Obtenido de <https://cece.ec/wp-content/uploads/2020/06/Transacciones-electronicas-en-Ecuador-durante-el-Covid19.pdf>

Codigo del Trabajo. (2017). H. CONGRESO NACIONAL. 2012. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>

Cohen, N., & Gómez, G. (12 de Agosto de 2019). *Metodología de la investigacion, ¿Para qué?* Buenos Aires, Argentina: Editorial Teseo. Obtenido de Sites Google: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190823024606/Metodologia_para_que.pdf

Contreras, O., & Garibay, N. (2020). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43-70. Obtenido de <http://www.scielo.edu.uy/pdf/in/v15n2/1688-8626-in-15-02-43.pdf>

Cota, I. (2021). La economía de Ecuador, un dolor para el futuro presidente. *El Pais*. Obtenido de <https://elpais.com/economia/2021-02-05/la-economia-de-ecuador-un-dolor-para-el-futuro-presidente.html>

desarrollo, P. d. (2020). *Programa de las naciones unidas para el desarrollo*. Obtenido de https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sdgoverview/mdg_goals.html

desarrollo, P. n. (26 de 10 de 2017). <https://www.planificacion.gob.ec/>. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf

DINARP. (2021). *Requisitos para inscribir compañías constituidas de forma presencial en la Superintendencia de Compañías*. Quito: Dirección Nacional de Registros Públicos. Obtenido de <https://www.gob.ec/dinardap/tramites/inscripcion-constitucion-companias-sociedades>

Duarte, F. (2017). Emprendimiento, empresa y crecimiento empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 1(3), 46-56. Obtenido de

https://www.researchgate.net/publication/331074268_Emprendimiento_Empresa_y_Crecimiento_Empresarial

Duergel, Y., & Argota, L. (2017). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA DEL PRODUCTO SISTEMA AUTOMATIZADO CUBANO PARA EL CONTROL DE EQUIPOS MÉDICOS. *3C Tecnología*, 6(4), 46-63. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.17993/3ctecno.2017.v6n4e24.46-63>

El Universo. (30 de Mayo de 2021). La importación de computadoras creció 62,3% en el año de pandemia. *Diario El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/la-importacion-de-computadoras-crecio-623-en-el-ano-de-pandemia-nota/>

Enríquez, C. (30 de agosto de 2021). Alta demanda de computadores previo al inicio del año escolar no presencial. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/alta-demanda-computadores-clases-virtuales.html>

Fernández, V. (2018). PUNTO DE EQUILIBRIO Y SU INCIDENCIA EN LAS DECISIONES FINANCIERAS DE EMPRESAS EDITORAS EN LIMA. *QUIPUKAMAYOC*, 26(52), 95-101. doi:<http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v26i52.15507>

Fong, C., Flores, K., & Cardoza, L. (2017). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. *Revista Nova Scientia*, 9(19), 411-440. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/2033/Resumenes/Resumen_203353519023_1.pdf

García, D., Martínez, F., & Antón, M. (2019). Principales riesgos que afectan a las empresas. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 28(1), 11-26. Obtenido de <https://accid.org/wp-content/uploads/2020/03/1-1.pdf>

García, Y., & Sorhegui, R. (2020). La teoría de los recursos y capacidades como fundamento metodológico para el estudio de la gestión de la innovación empresarial. *EVISTA CIENTÍFICA ECOCIENCIA*, 7(1), 1-15. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/304>

Gómez, M., & Vázquez, E. (2019). Teorías de la administración. *TEPEXI Boletín Científico de la Escuela Superior Tepeji del Río*, 11, 79-83. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/tepxi/issue/archive>

Gómez, O. (2017). *Evaluación financiera y análisis de riesgos de un proyecto de inversión para la elaboración de chocolate artesanal orgánico en el Ecuador*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6092/1/T2559-MFGR-Gomez-Evaluacion.pdf>

González, L. (2018). Humanismo y gestión humana: una perspectiva de interpretación para el trabajo social aplicado al campo laboral. *Revista Eleuthera*, 42-63.

Guacondo, S. (2019). *ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO EN LA TOMA DE DECISIONES DE UNA EMPRESA ENSAMBLADORA DE VEHÍCULOS*. MACHALA: UITMACH-FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14676/1/E-10084_AGUAACONDO%20CORDOVA%20SHIRLEY%20KATHERINE.pdf

Guerrero, J. (2018). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES TECNOLÓGICOS EN LA CIUDAD DE MACHALA*. GUAYAQUIL, ECUADOR: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL-MAESTRÍA

EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10964/1/T-UCSG-POS-MAE-184.pdf>

Iglesias, A., & Torres, J. (2019). Referentes teóricos que sustentan el clima organizacional: revisión integrativa. *Medisur*, 17(4), 123-147. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v17n4/1727-897X-ms-17-04-562.pdf>

INEC. (2018). *Encuesta Multipropósito - TIC 2018*. Instituto Nacional de Censos y Estadísticas. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2018/201812_Principales_resultados_TIC_Multiproposito.pdf

INEC. (2021). *Censo 2010 Poblacion y Vivienda*. Instituto Nacional de Censos y Estadísticas. Obtenido de https://sni.gob.ec/documents/10180/5383656/proyecci%C3%B3n_de_poblacion_por_cantones_2020_-_2025.rar/6bdecf08-8dad-4309-b0ac-bc758a69f6a1

Jervis, T. M. (10 de Abril de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/metodo-sintetico/>

Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación*. Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1399/Teor%C3%ADas%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Marconi, G. (2018). *Teorias y escuelas de la administracion*. Universidad Abierta Interamericana- Facultad de Ciencias Empresariales. Obtenido de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC129738.pdf>

Mazón, L., Villao, D., Núñez, W., & Serrano, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba –Ecuador. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 3(8), 14-24. Obtenido de https://www.ecorfan.org/spain/researchjournals/Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial/vol3num8/Revista_de_Estrategias_del_Desarrollo_Empresarial_V3_N8_2.pdf

Mero, J. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *FIPCAEC*, 3(3), 84-102. Obtenido de <http://fipcaec.com/ojs/index.php/es>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). El Gobierno Nacional crea el nuevo crédito Reactívale Ecuador para proteger las plazas de trabajo en el país. *Gobierno de la Republica del Ecuador*. Obtenido de <https://www.finanzas.gob.ec/el-gobierno-nacional-crea-el-nuevo-credito-reactivate-ecuador-para-proteger-las-plazas-de-trabajo-en-el-pais/>

Moncayo, C. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil-Faculta de Administración. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>

Nirian, P. O. (Julio de 05 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>

Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo. (2021). *Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo*. Obtenido de Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>

Orejuela, S., & Sandoval, P. (2017). Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos. *Universidad de Chile-Carreras de Ingeniería comercial*. Obtenido de https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf

Panta, K., & Masias, R. (2017). *FACTORES RELEVANTES EN LAS TEORÍAS DE LA ADMINISTRACIÓN*. Piura, Perú.: Universidad de Piura de Ciencias- Facultad Económicas y Empresariales. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3239/AE_301.pdf

Paredes, T. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización frutícola – orgánica*. Ambato: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2385/1/76549.pdf>

Pasqual, J. (2017). Los criterios Valor Actual Neto y Tasa Interna de Rendimiento. *Revista electrónica sobre la enseñanza de la Economía Pública*, 1(2), 1-11. Obtenido de <http://e-publica.unizar.es/wp-content/uploads/2015/09/21pasqual.pdf>

Peña, Z. (2019). “Cálculo del punto de equilibrio, herramienta para la toma de decisiones. Sucursal 6971 BANDEC. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 80(100), 1-9. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/10/toma-decisiones-bandec.pdf>

Pérez, R., García, N., & García, J. (2021). La empresa española ante la COVID-19: factores de adaptación al nuevo escenario. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(21), 5-24. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v11n21/1390-6291-Retos-11-21-00005.pdf>

Pinanjota, A., & Yauli, E. (2020). “*Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos elaborados a base de chocho*”. Latacunga-Ecuador: Universidad Técnica de Cotopaxi. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5915/1/T-001446.pdf>

Prieto, D. (2017). Análisis de los factores del entorno bajo el enfoque de PESTEL y DAFO para el proyecto empresarial “FEQUIMA”: Portal web de maquinarias, equipos y herramientas en Brasil. *Sapienza Organizacional*, 2(3), 129-152. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5530/553056601009.pdf>

Quispe, D., & Tisalema, D. (2020). Utilidad de la tasa de retorno (TIR) como instrumento de evaluación para proyectos de inversión. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, 3(5), 102-117. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/339002119_TIR_MODIFICADO

Romero, A. (2019). Importancia Del Estudio Técnico En Un Proyecto De Inversión. *UTMACH-Carrera De Administración De Empresas*. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14826/1/E-11295_ROMERO%20ROMERO%20ADRIANA%20KATHERINE.pdf

Romero, O., Hidalgo, A., & Correa, H. (2018). *Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*. Machala - Ecuador: Ediciones UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>

Saca, J. (2018). *USO DEL VAN Y TIR COMO HERRAMIENTAS PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA DE UN NEGOCIO DE EMPRENDIMIENTO*. MACHALA:

- UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12692/1/ECUACE-2018-AE-CD00360.pdf>
- Sampedro, C., & Machuca, S. (2021). Impacto ambiental por consumo de energía eléctrica en los Data Centers. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 8(4), 1-19. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/dilemas/v8nspe4/2007-7890-dilemas-8-spe4-00034.pdf>
- Santana, D. (2018). Estudio Administrativo Del Modelo De Negocios “Angel De La Guarda”. *Universidad Casa Grande-Facultad De Administración Y Ciencias Políticas*. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1387/4/Tesis1611SANe.pdf>
- Simisterra, É., Rosa, R., & Suárez, S. (2018). La viabilidad de un proyecto, el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). *PRO-SCIENCES: REVISTA DE PRODUCCIÓN, CIENCIAS E INVESTIGACIÓN*, 2(17), 9-15. Obtenido de <http://pdfs.semanticscholar.org/e5c7/514a716672daec48fc3d538be07becfd910.pdf>
- Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala. (2018). *Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala*. Obtenido de [Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala:](http://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/)
- Sornoza, D. (2018). *FUNDAMENTOS DE EMPRENDIMIENTO*. ALCOY (ALICANTE: Editorial Área de Innovación y Desarrollo,S.L. Obtenido de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/05/Fundamentos-de-emprendimiento.pdf>
- Soto, C., Ollague, J., Arias, V., & Sarmiento, C. (2017). Perspectivas de los criterios de evaluación financiera, una selfie al presupuesto de proyectos de inversión. *INNOVA Research Journal*, 2(8), 139-158. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3765/11/Perspectivas%20de%20los%20criterios%20de%20evaluaci%C3%B3n%20financiera%20una%20selfie%20al%20presupuesto%20de%20proyectos%20de%20inversi%C3%B3n.pdf>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2021). Resoluciones expedidas por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/interna-npe?31396>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2019). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(7), 1-16. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Torrecilla, J., Reina, M., & Skotnicka, A. (2019). La importancia del plan de empresa como herramienta de gestión para emprendedores tecnológicos. *ESPACIOS*, 40(3), 1-12. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n03/a19v40n03p28.pdf>
- Torres, F. (2018). Estudio Administrativo Del Modelo De Negocios “Dermoboutique”. *Universidad Casa Grande-Facultad De Administración Y Ciencias Políticas*. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/1396/4/Tesis1591TORe.pdf>
- Torres, M., Vecino, C., & Mantilla, C. (2018). *LOS RECURSOS, LAS CAPACIDADES Y SUS INTERRELACIONES EN EL TEJIDO INDUSTRIAL COLOMBIANO*. Universidad Industrial de Santander. Obtenido de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01865796/document>
- Ullauri, M., & Zurita, A. (2017). Proyecto de Factibilidad para la creacion de una empresa dedicada al diseño y evaluacion de proyectos de einversion en el Sector Norte de la Ciudad de Quito. *Universidad Politecnica Salesiana Sede Quito*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4207/1/UPS-QT03570.pdf>

Uvidia, M. (2019). "Factores De Éxito Del Líder Emprendedor Ambateño. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*, 291-314. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2762/1/76933.pdf>

Valderrama, D. (2020). Análisis de los factores que condicionan la rentabilidad de los emprendimientos sociales. Obtenido de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4094/ADM_1020816659_2020_2.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Velásquez, A. (2020). El análisis beneficio costo y la importancia de su aplicación en los proyectos de inversión pública. *Universidad Ricardo Palma*, 1(5), 147-149. Obtenido de <https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/3382/25.%20Velasquez%20Jara%2c%20El%20an%c3%a1lisis%20beneficio%20Costo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vera, C., Navas, W. I., & Amén, C. R. (2017). Algunas especificaciones acerca de la administración de empresas. *Dom. Cien*, 3(1), 284-298. Obtenido de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdova, J. (2018). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: UN ENFOQUE PRÁCTICO*. Riobamba, Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf>

Yanez, D. (19 de Mayo de 2020). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/enfoque-investigacion/>

Yépez, B. (2020). *Propuesta para la implementación de un sitio web de comercio electrónico utilizando la infraestructura escalable en la nube IAAS*. Guayaquil, Ecuador: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL-FACULTAD DE EDUCACIÓN TÉCNICA PARA EL DESARROLLO. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15576/1/T-UCSG-PRE-TEC-ITEL-382.pdf>

Zambrano, B., & Castellanos, E. (2021). El E-Commerce en las empresas ecuatorianas. Un análisis de los informes de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en el marco de la pandemia Covid-19. *PUBLICANDO*, 8(29), 13-20. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2176/2387>