



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**

## **TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIEROS DE EMPRESAS**

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSIÓN DE SERVICIOS, PRODUCTOS Y SUMINISTROS INFORMÁTICOS DE LA EMPRESA “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS-TECHRESOURCES CIA. LTDA” EN LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2014.

William Elías Tayupanda Morocho

María Elizabeth Espinoza Bautista

Riobamba - Ecuador

**Año 2014**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPANSIÓN DE SERVICIOS, PRODUCTOS Y SUMINISTROS INFORMÁTICOS DE LA EMPRESA “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS- TECHRESOURCES CIA. LTDA”EN LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO PARA EL AÑO 2014”, previo a la obtención del título de Ingenieros de Empresas., ha sido desarrollado por el Sr. William Elías Tayupanda Morocho y la Srta. María Elizabeth Espinoza Bautista, han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

**MBA Ing. Hítalo Bolívar Veloz Segovia**

**ASESOR DE TESIS**

**ING. Richard Eduardo Caiza Castillo**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, WILLIAM ELÍAS TAYUPANDA MOROCHO Y MARÍA ELIZABETH ESPINOZA BAUTISTA, estudiantes de la Escuela de Ingeniería de Empresas de la Facultad de Administración de Empresas, declaramos que la tesis que presentamos es auténtica y original. Somos responsables de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**WILLIAM ELÍAS TAYUPANDA MOROCHO**

**MARÍA ELIZABETH ESPINOZA BAUTISTA**

## **DEDICATORIA**

**A Dios,** por estar conmigo en todo momento, en cada paso que doy, cuidándome, guiándome y brindándome fortaleza para continuar.

**A mis padres,** los seres más maravillosos, a quienes debo lo que soy, quienes con su sacrificio me guiaron al camino del bien, por estar en los momentos que más los necesitaba y de esa manera poder lograr éxitos en cada etapa de mi vida.

**A mis hermanos/a,** quienes me apoyaron incondicionalmente en todo momento, gracias a ellos pude lograr alcanzar mi meta de ser un profesional.

**A mis amigos** quienes me apoyaron de una u otra manera, por estar en todo momento brindándome su apoyo en el logro de mí objetivo.

**William Elías Tayupanda Morocho**

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser el motor de nuestra existencia, porque no permitió desmayar en ningún momento y sin ÉL nada sería posible.

A mis padres, hermanos y mi novio por brindarme su apoyo incondicional, espiritual, moral y económico para la culminación de mi carrera y ser verdadero ejemplo de honestidad y constancia a lo largo de mi vida, la fuerza que me impulsa para alcanzar mis metas.

**María Elizabeth Espinoza Bautista**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios quien por su misericordia e infinito amor me permite seguir viviendo, cuidándome, acompañándome en los momentos difíciles para continuar luchando día a día.

El más sincero agradecimiento a la Escuela superior politécnica de Chimborazo, en especial a la Escuela de Ingeniería de Empresas, por brindarme la oportunidad de obtener mi título profesional y ser persona útil a la sociedad.

Un agradecimiento especial al Ingeniero. Hítalo Veloz por su apoyo, confianza y por brindarme sus conocimientos, de igual manera al Ingeniero. Richard Caiza e Ingeniero. Silvio Montufar por su colaboración y predisposición en la culminación de la tesis.

Agradezco de manera especial a mis padres, hermanos/a, cuñada y amigos por enseñarme siempre a enfrentar los obstáculos que se me presenten en la vida.

**William Elías Tayupanda Morocho**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud y amor infinito a Dios, porque en todo momento me ha demostrado que se encuentra entre nosotros, dándome la sabiduría y fortaleza necesaria.

A mis queridos Padres: Gregorio Espinoza y Magdalena Bautista, porque siempre me han acompañado en todo momento de manera incondicional y me ayudaron a solucionar mis problemas con sus buenos y sabios consejos, para ellos mi perdurable gratitud y cariño.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y de manera especial a todo el personal docente de la Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería de Empresa por la formación académica brindada.

A su vez mi profunda gratitud a los Ingenieros. Hítalo Veloz y Richard Caiza, por su tiempo y guía en el desarrollo del presente trabajo. Son personas dignas de admiración por su entrega, dedicación y amor a la Docencia.

A todos aquellos amigos y familiares que directa o indirectamente me ayudaron en la culminación de este proyecto y me acompañaron en todo momento de mi vida estudiantil.

A todos muchas gracias

# ÍNDICE GENERAL

Portada	I
Certificación del tribunal.....	II
Certificado de responsabilidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	VI
Índice general.....	VIII
índice de tablas.....	<del>XIX</del> <del>XIII</del>
índice de gráfico.....	<del>XIV</del> <del>XIV</del> <del>XIV</del>
Resumen ejecutivo.....	<del>XV</del> <del>XV</del> <del>XV</del>
Abstract... ..	<del>X</del> <del>Error! Marcador no definido.</del> <del>Error! Marcador no definido.</del> <del>VI</del>
Introducción.....	1
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>3</b>
El problema.....	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Formulación del problema.....	3
1.1.2. Delimitación del problema.....	3
1.2. Justificación del problema.....	4
1.3. Objetivos.....	5
1.3.1. Objetivo general:.....	5
1.3.2. Objetivos específicos:.....	6
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>7</b>
Marco teórico.....	7
2.1. Antecedentes investigativos.....	7
2.1. Fundamentación teórica.....	7
2.1.1. ¿Qué es un proyecto?.....	7
2.1.2. Proyecto factible.....	8
2.1.3. Proyecto de negocios.....	9
2.1.4. Empresa.....	11
2.1.5. Proceso de expansión en el mercado.....	12
2.1.6. Servicios informáticos.....	15
2.1.7. Servicios informáticos y su importancia.....	16
2.1.8. Beneficios de los Servicios informáticos.....	17

2.1.9. Marco referencial.....	18
2.2. Hipótesis .....	19
2.2.1. Hipótesis general .....	19
2.2.2. Hipótesis específicas.....	19
2.3. Variables de estudio.....	19
2.3.1. Variable independiente .....	19
2.3.2. Variable dependiente .....	19
<b>CAPÍTULO III</b> .....	20
Marco metodológico .....	20
3.1. Modalidad.....	20
3.2. Tipos de estudios .....	20
3.2.1. Estudios exploratorios: .....	20
3.2.2. Estudios descriptivos: .....	20
3.3. Población y muestra.....	20
3.4. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.....	21
3.4.1. Métodos .....	21
3.4.2. Técnicas e instrumentos de investigación .....	21
3.5. Preparación y análisis de datos .....	22
3.6. Presentación de los resultados .....	22
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	35
Propuesta.....	35
4.1. Estudio de mercado .....	35
4.2. Introducción.....	35
4.3. Marketing mix: producto, precio, plaza y promoción .....	36
4.3.1. Identificación del producto .....	36
4.3.2. Precio .....	41
4.3.3. Plaza.....	42
4.3.3.1. Canales de distribución .....	42
4.3.4. Promoción.....	42
4.4. Estudio de la demanda.....	46
4.4.1. Identificación de la demanda.....	46
4.5. Análisis de la oferta .....	49
4.5.1. Identificación de la demanda.....	50
4.6. Determinación de la demanda insatisfecha. ....	52

4.7. Estudio Técnico .....	53
4.7.3. Ingeniería del proyecto .....	57
4.7.3.1. Proceso de producción. ....	57
4.7.4. Distribución en planta.....	62
4.7.5. Estudio administrativo / legal .....	64
4.7.5.1. Misión .....	64
4.7.5.2. Visión.....	64
4.7.5.3. Principios y valores .....	64
4.7.6. Objetivos para el primer año .....	65
4.7.7. Estructura organizacional .....	65
4.7.7.1. Organigrama estructural.....	65
4.7.7.2. Organigrama funcional .....	66
4.8. Estudio ambiental .....	71
4.9. Estudio financiero.....	74
4.9.1. Inversión y financiamiento .....	74
4.9.2. Inversión total .....	74
4.9.2.1 Inversión en activos fijos .....	75
4.9.2.2 Inversión en activos diferidos .....	76
4.9.2.3 Inversión en capital de trabajo .....	77
4.9.3. Financiamiento .....	79
4.9.4. Costos e Ingreso del Proyecto .....	81
4.9.4.1 Costos.....	82
4.9.4.2 Costos de operación .....	82
4.9.5. Depreciaciones y amortizaciones. ....	83
4.9.6. Ingresos.....	90
4.9.7. Evaluación financiera .....	91
4.9.7.1 Estado de situación inicial .....	91
4.9.7.2 Estado de resultados.....	92
4.10 Flujo neto de caja proyectado.....	95
4.11 Evaluación financiera del proyecto .....	97
4.11.1 Cálculo de la tasa de rendimiento mínima aceptable (trema).....	97
4.11.2 Valor actual neto ( van ) .....	97
4.11.3 Valor actual neto.....	98
4.11.4 Valor actual neto negativo .....	98

4.11.5 Tasa interna de retorno (tir) .....	99
4.11.6 Periodo de recuperación de la inversión (Pri) .....	100
4.11.7 Relación beneficio / costo.....	101
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>103</b>
Conclusiones y Recomendaciones .....	103
Bibliografía .....	105
Anexos.....	106

## INDICE DE TABLAS

No.	Título	Página
1:	Población y muestra.....	21
2:	Edad de los encuestados .....	23
3:	Sexo de los encuestados.....	24
4:	Pregunta N° 1 .....	25
5:	Pregunta N° 2 .....	26
6:	Pregunta N° 3 .....	27
7:	Pregunta N° 4 .....	28
8:	Pregunta N° 5 .....	29
9:	Pregunta N° 6.....	30
10:	Pregunta N° 7 .....	31
11:	Pregunta N° 8.....	32
12:	Pregunta N° 9 .....	33
13:	Características de los productos.....	<u>393938</u>
14:	Demanda histórica .....	<u>474746</u>
15:	Demanda proyectada .....	<u>484847</u>
17:	Oferta histórica .....	<u>505049</u>
18:	Oferta proyectada.....	<u>515150</u>
19:	Demanda insatisfecha .....	<u>535352</u>
20:	Micro localización .....	<u>565655</u>
21:	Equipo de Computo .....	<u>606059</u>
22:	Muebles de oficina.....	<u>606059</u>
23:	Talento humano .....	<u>616160</u>
24:	Inversión total .....	<u>616160</u>
25:	Inversión total .....	<u>747472</u>
26:	Obras civiles .....	<u>757573</u>
27:	Muebles y equipos de oficina .....	<u>757573</u>
28:	Equipo de computo .....	<u>767673</u>
29:	Inversión total fija.....	<u>767674</u>
30:	Inversión diferida.....	<u>767674</u>
31:	Costos de operación, gastos administrativos, gastos de ventas .....	<u>787875</u>

32: Inversión en capital de trabajo .....	<u>797976</u>
33: Financiamiento .....	<u>808077</u>
34: Amortización de la deuda .....	<u>818178</u>
35: Gastos generales .....	<u>818178</u>
36: Mano de obra directa mensual – expresado en dólares .....	<u>828279</u>
37: Costo de operación mensual – expresado en dólares.....	<u>838380</u>
38: Depreciaciones.....	<u>848481</u>
39: Amortizaciones .....	<u>848481</u>
40: Sueldos y salarios mensual – expresado en dólares.....	<u>868683</u>
41: Útiles de aseo mensual – expresado en dólares .....	<u>878784</u>
42: Papelería y útiles de oficina mensual – expresado en dólares .....	<u>888885</u>
43: Servicios básicos mensual – expresado en dólares .....	<u>888885</u>
44: Alquiler del local usd.....	<u>898986</u>
45: Gastos Organización anual– expresado en dólares.....	<u>898986</u>
46: Gastos de ventas mensuales – expresado en dólares .....	<u>909087</u>
47: Estado de situación inicial .....	<u>929289</u>
48: Estado de pérdidas y ganancias .....	<u>949491</u>
49: Flujo neto de caja proyectado .....	<u>969693</u>

## INDICE DE GRÁFICO

No.	Título	Página
1:	Edad de los encuestados .....	23
2:	Sexo de los encuestados.....	24
3:	Pregunta N° 1 .....	25
4:	Pregunta N° 2.....	26
5:	Pregunta N° 3 .....	27
6:	Pregunta N° 4.....	28
7:	Pregunta N° 5 .....	29
8:	Pregunta N° 6.....	30
9:	Pregunta N° 7.....	31
10:	Pregunta N° 8.....	32
11:	Pregunta N° 9.....	33
12:	Productos informáticos a distribuir.....	36
13:	Software a distribuir .....	37
14:	Mantenimiento de hardware .....	37
15:	Desarrollo de software y publicidad y marketing por internet .....	37
16:	Logotipo de la empresa.....	38
17:	Funda para despacho de productos .....	40
18:	Canal de distribución .....	42
19:	Demanda histórica .....	<a href="#">474746</a>
20:	Proyección de la demanda .....	<a href="#">494948</a>
21:	Oferta histórica .....	<a href="#">505049</a>
22:	Oferta proyectada.....	<a href="#">525251</a>
23:	Demanda insatisfecha .....	<a href="#">535352</a>
24:	Macro localización-Morona Santiago.....	<a href="#">555554</a>
25:	Micro localización - Morona Santiago .....	<a href="#">575755</a>
26:	Flujo de venta de servicio informático .....	<a href="#">585857</a>
27:	Flujo de la venta de los productos .....	58
28:	Distribución en planta.....	<a href="#">636361</a>
29:	Organigrama estructural .....	<a href="#">676765</a>
30:	Organigrama funcional .....	<a href="#">686866</a>

## RESUMEN EJECUTIVO

Se ha planteado la Elaboración de un Proyecto de Factibilidad para la expansión de servicios, productos y suministros informáticos de la empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS – TECHRESOURCES CIA. LTDA”, en la Ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago para solventar las necesidades de personas que buscan alternativas tecnológica.

Para lograr este Proyecto de Factibilidad realizamos una investigación de mercado la cual nos permitió determinar la existencia de una considerada demanda insatisfecha de consumidores de 101.550 cantidad correspondiente a los 5 años de durabilidad del proyecto referida a la comercialización de productos computarizados, suministros y servicios informáticos lo que permite ratificar que el proyecto es comercialmente viable para el cantón Macas

El Estudio Técnico permitió determinar el tamaño óptimo del proyecto de 12746, 78 dólares en equipo, y suministros con lo cual se garantizará la operación en conjunto, se precisó una infraestructura la cual consta de dos divisiones Administrativa y de productos ya que son óptimas para una buena comercialización que deberá tener la empresa buscando siempre minimizar las inversiones del proyecto.

La inversión requerida para el proyecto asciende los **28.376,33** dólares de los cuales **12.746,78** dólares corresponden a capital propio de la empresa y los **15.629,55** dólares con un financiamiento que será a través de un crédito en la cooperativa de ahorro y crédito Pastaza a una tasa del 16% y un periodo de 3 años.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) de este proyecto fue de 44,01% y el valor del VAN es de **29.673, 45** dólares, esto permite apreciar la viabilidad financiera del proyecto.

## **ABSTRACT**

The Feasibility-Project Elaboration for the informatics supply, product and service spread of the Enterprise “RECURSOS TECNOLOGICOS ABIERTOS – TECHRESOURCES CIA. LTDA” has been laid out in the city of Macas, Morona Santiago Province so that the demands of people looking for new technological choices can be met.

A market study has been done in order that this feasibility project may be carried out determining that there is an important amount of unsatisfied consumers, that is, 101.550 corresponding to 5 years of project length. In other words, they demand computer product, informatics supply and service marketing confirming this project is commercially feasible for Macas Canton.

12.746,78 USD for equipment and supplies were established with the technical study guaranteeing the whole operation. Infrastructure was also determined and divided into two administrative and product areas as they are topnotch for the right marketing an enterprise looking for diminishing the project investments must have.

The investment required for the project is 28.376,33 from which 12.746,78 USD belong to the enterprise share capital and 15.329,55 USD will be granted by Cooperativa de Ahorro y Crédito Pastaza with a rate of 16% for 3 years.

The internal rate of return (IRR) of this project was 44,01% and the NPV value is 29.673,45 USD allowing observing the financial project feasibility.

## INTRODUCCIÓN

El mercado mundial hace que toda empresa busque y alcance un nivel máximo de competitividad en ventas o servicios, por ende, es necesario obtener los conocimientos prácticos y teóricos suficientes para desenvolverse eficientemente en el mercado.

El primer paso es la organización y estructuración efectiva de la empresa desarrollando métodos y técnicas que permitan contar con estrategias para emprender y enfrentar retos y desafíos que impone la competitividad y la demanda.

En el estudio realizado demuestra diversos aspectos: financiero, organizacional y demanda del proyecto.

Por medio de este estudio se determina que este proyecto es rentable. Así mismo se presenta el proceso a seguir con sus debidas exigencias y limitantes.

El presente trabajo consta de cinco capítulos:

El primer capítulo está compuesto por el problema, el cual contiene, formulación, delimitación y justificación del problema, además del objetivo general y los objetivos específicos.

El segundo capítulo comprende todo lo concerniente al marco teórico de la investigación, el mismo que se refuerza con literatura de investigaciones anteriores al estudio propuesto. Así mismo, antecedentes, marco referencial, hipótesis y variables de estudio.

En el tercer capítulo se menciona la metodología empleada para obtener la información científica y de campo requerido en la presente investigación, la misma que contienen los métodos, tipo de investigación, las técnicas e instrumentos de investigación, el universo, muestra y el procesamiento de datos.

Cuarto capítulo: comprende la propuesta la misma que está conformada, por el estudio de mercado, estudio técnico, ingeniería del proyecto, estudio financiero y evaluación financiera.

Quinto Capítulo: está compuesta por las conclusiones y recomendaciones de la investigación respectivamente.

Dando cumplimiento con esto a los objetivos de la Tesis, que son:

1. Evaluar la factibilidad para la expansión de servicios, productos y suministros informáticos de la empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS-TECHRESOURCES CIA. LTDA”
2. Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha.
3. Realizar el estudio técnico para establecer las necesidades de recursos para la ejecución del proyecto.
4. Evaluar financieramente el proyecto para verificar su rentabilidad.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1. Planteamiento del Problema**

“RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS-TECHRESOURCES CIA. LTDA”. Es una empresa que se dedica, a la venta de equipos informáticos tales como: Computadores de escritorio, monitores, portables, servidores, andeles, impresoras de inyección de tinta, Impresoras láser B/N y color, suministros, multifunciones, plotters, scanner, cámaras digitales y de diferentes tipos de software al por mayor, menor, servicios de tecnología.

En la Provincia de Morona Santiago, Ciudad de Macas, no existe una empresa informática que brinde productos y servicios informáticos de alto nivel, evidenciando la escases de productos en variedad de marcas y modelos; además no existe una entidad fija que distribuya diferentes tipos de equipos informáticos de calidad con soporte y garantía por lo que se plantea un plan de negocio para la expansión de la empresa.

El propósito del proyecto es aprovechar las necesidades del mercado en la ciudad ampliando la demanda de productos informáticos, al poseer experiencia y conocimiento básico en el área técnica y en negocio siendo un ente que ayude al desarrollo de una sociedad que busca no solo un beneficio económico sino también de la ciudad.

##### **1.1.1. Formulación del Problema**

¿El Proyecto para la expansión de la Empresa “Recursos Tecnológicos Abiertos-TECHRESOURCES CIA. LTDA” para el año 2014 es factible?

##### **1.1.2. Delimitación del Problema**

La presente investigación sobre la Elaboración de un Proyecto de Factibilidad para la expansión de servicios, productos y suministros informáticos de la Empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS – TECHRESOURCES CIA. LTDA” se desarrollarán la Ciudad de Macas, Provincia de Morona Santiago en el año 2014.

## **1.2. Justificación del Problema**

La presente tesis, en la medida de lo posible trata de dar aporte efectivo para que el personal directivo y Administrativo de la Empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS- TECHRESOURCES CIA. LTDA” pueda alcanzar mejores rendimientos y resultados en el desempeño de sus labores cotidianas y permanentes, a través de la expansión de servicios, Equipos y suministros informáticos de la empresa.

Las empresas están cada vez más receptivas a los temas de calidad, esta toma de conciencia, exige políticas más fuertes que guíen los actos de quienes participan en ellas para que verdaderamente reconozcan la importancia del cliente y la necesidad de brindarles servicios de calidad.

Se profundiza los conocimientos y enfoques teóricos, con el propósito de contribuir a resolver el problema que la Empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS- TECHRESOURCES CIA. LTDA” tiene en la actualidad.

Se puede evidenciar que la oferta está representada por empresas minoristas que entregan un servicio de baja calidad a costos elevados sin cumplir con los requerimientos de la ciudadanía, derivando a clientes insatisfechos.

Además las empresas competidoras ofrecen poca variedad de productos y los costos de los mismos son muy elevados lo cual se da por falta de profesionalización obteniendo como consecuencias el encarecimiento de productos.

La falta de inversión en la provincia de Morona Santiago, se evidencia en la escasas de comercialización y/o distribución de productos y servicios informáticos los mismo hacen que los costos para la adquisición asciendan a un porcentaje elevado en comparación a la Oferta nacional, debido a la generación de los costos indirectos que se crean para ofertar los productos dentro de la provincia.

RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS – TECHRESOURCES CIA. LTDA, siente la necesidad de expandir sus diferentes servicios y proveer soluciones tecnológicas a la provincia de Morona Santiago, para aprovechar la falta de competencia en la provisión de servicio técnico, venta de equipos y suministros

informáticos y generar un posicionamiento en el mercado que le permita mantenerse a futuro como líder de la industria.

Sin la aplicación del Proyecto la empresa no podrá cumplir los objetivos propuestos a ser alcanzados en el futuro por ende no podrá desempeñarse de manera correcta en el medio tecnológico, sin buscar mejoras tecnológicas, administrativas las mismas que no permitirán incrementar su nivel económico, ni elevar su nivel de participación dentro del mercado.

Con la implementación del proyecto se busca obtener diferentes beneficios para la provincia, tales como abaratar los costos del servicio técnico y brindar asistencia técnica las 24 horas del día. De la misma manera la empresa se beneficiaría al incrementar su mercado y su consecuente aumento en ventas y utilidades, contribuyendo al crecimiento de la misma.

El estudio propone además, la aplicación de instrumentos, herramientas, técnicas y mecanismos de operación a ser empleados dentro de los procesos y procedimientos a ejecutarse, actualizando y complementando los existentes, porque es necesario emplear técnicamente los procesos.

Para que por medio de este modelo la empresa logre obtener los resultados en la medida que las técnicas se implanten adecuadamente.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general:**

Evaluar la factibilidad para la expansión de servicios, productos y suministros informáticos de la Empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS-TECHRESOURCES CIA. LTDA” en la Ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago para el año 2014.

### **1.3.2. Objetivos Específicos:**

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha.
- Realizar el estudio técnico para establecer las necesidades de recursos para la ejecución del proyecto.
- Proponer un plan de identificación del impacto ambiental para reducir los riesgos.
- Evaluar financieramente el proyecto para verificar su rentabilidad.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes Investigativos**

Para el desarrollo del presente estudio se tuvo que indagar en investigaciones anteriores similares como:

#### **TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN: IMPACTO EN LA COMPETITIVIDAD**

El rápido cambio tecnológico por el que atraviesa el mundo contemporáneo, con los grandes avances en las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), así como la biotecnología y los nuevos materiales, plantean una serie de oportunidades y desafíos a la sociedad y a la estructura productiva de los distintos países a nivel mundial. De esta forma, es común escuchar que aquellos países que no logren adaptar para sí las transformaciones impulsadas por las nuevas tecnologías en la industria, agricultura, salud, medio ambiente, energía, educación y otros sectores, corren el riesgo fatal de quedarse a la zaga en términos de desarrollo y bienestar; y más aún en el caso particular de los países en desarrollo, de profundizar la llamada brecha tecnológica que los separa del mundo industrializado.<sup>1</sup>

Cabe indicar que en la Ciudad de Macas no existen estudios similares, es decir no hay antecedentes investigativos relacionados al presente estudio, es por esta razón que el tema es muy novedoso.

#### **2.1. Fundamentación Teórica**

##### **2.1.1. ¿Qué es un proyecto?**

Las organizaciones trabajan. El trabajo generalmente involucra operaciones o proyectos, aunque las dos se puedan traslapar. Las operaciones y los proyectos comparten muchas características; por ejemplo, ellas son:

---

<sup>1</sup> ARANGO, Luis Ángel. Biblioteca Virtual. [www.banrepcultural.org](http://www.banrepcultural.org)

- Desarrolladas por personas.
- Limitadas por recursos escasos.
- Son planeadas, ejecutadas, y controladas.

Las operaciones y los proyectos difieren principalmente en que las operaciones son sucesivas y repetitivas mientras que los proyectos son temporales y únicos. Un proyecto por lo tanto puede ser definido en término de sus características distintivas un proyecto es una tarea temporal desarrollada para crear un producto o servicio único. Temporal quiere decir que cada proyecto tiene un comienzo definitivo y una terminación definitiva. Único quiere decir que el producto o servicio es diferente de alguna manera distintiva de todos los proyectos o servicios similares.

Los proyectos son desarrollados en todos los niveles de la organización. Estos pueden involucrar a una sola persona o a muchas miles. Y pueden requerir menos de 100 horas para completarse o más de 10'000,000. Los proyectos pueden involucrar a una sola unidad de una organización o cruzar muchas fronteras organizacionales como en consorcios o sociedades de hecho. Los proyectos son muchas veces componentes críticos de la estrategia de negocios de la organización que los desarrolla. Ejemplos de proyectos pueden incluir:

- Desarrollar un nuevo producto o servicio.
- Efectuar un cambio de estructura, de personal, o de estilo en una organización.
- Desarrollar un nuevo vehículo de transporte.
- Desarrollar o adquirir un nuevo sistema de información.
- Construir o desarrollar una construcción.
- Administrar una campaña electoral.
- Implementar un nuevo procedimiento o proceso en un negocio.<sup>2</sup>

### **2.1.2. Proyecto Factible**

Las organizaciones trabajan. El trabajo generalmente involucra operaciones o proyectos, que no es otra cosa que la investigación, elaboración y desarrollo de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos necesidades de organizaciones o grupos sociales que pueden referirse a la formulación de políticas,

---

<sup>2</sup><http://www.monografias.com/trabajos12/pmbok/pmbok.shtml#ixzz2YCfku8dh>

programas, tecnologías, métodos, o procesos. El proyecto debe tener el apoyo de una investigación de tipo documental, y de campo, o un diseño que incluya ambas modalidades.<sup>3</sup>

La factibilidad, indica la posibilidad de desarrollar un proyecto, tomando en consideración la necesidad detectada, beneficios, recursos humanos, técnicos, financieros, estudio de mercado, y beneficiarios. Por ello, una vez culminado el diagnóstico y la factibilidad, se procede a la elaboración de la propuesta, lo que conlleva necesariamente a una tercera fase del proyecto.<sup>4</sup>

### **2.1.3. Proyecto de Negocios<sup>5</sup>**

El proyecto de negocios, es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. Este documento generalmente se apoya en documentos adicionales como el estudio de mercado, técnico, financiero y de organización.

De estos documentos se extraen temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida. Generalmente se considera que un plan de negocio es un documento vivo, en el sentido de que se debe estar actualizando constantemente para reflejar cambios no previstos con anterioridad.

Un plan de negocio razonable, que justifique las expectativas de éxito de la empresa, es fundamental para conseguir financiación y socios capitalistas.

Generalmente es formulado por empresarios, directivos, o por un emprendedor cuando tiene la intención de iniciar un negocio. En ese caso, se emplea internamente para la administración y planificación de la empresa. Además, lo utilizan para convencer a

---

<sup>3</sup>PALELLA y Otros, (2003), Metodología de Investigación Cuantitativa. Editorial Once. Caracas

<sup>4</sup>Gómez, C., (2000). Proyectos Factibles. Editorial Predios. Valencia.

<sup>5</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto\\_de\\_negocio](http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto_de_negocio)

terceros, tales como bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio.

Este plan puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario, intentará organizar una labor empresarial e implementar las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Usualmente los planes de negocio quedan caducos, por lo que una práctica común es su constante renovación y actualización. Una creencia común dentro de los círculos de negocio es sobre el verdadero valor del plan, ya que lo desestiman demasiado, sin embargo se cree que lo más importante es el proceso de planificación, a través del cual el administrador adquiere un mejor entendimiento del negocio y de las opciones disponibles.

El Plan de Negocio es un documento estratégico con dos funciones fundamentales:

1. Determinar la viabilidad económica- financiera del proyecto empresarial.
2. Va a suponer la primera imagen de la empresa ante terceras personas.

**Las principales aplicaciones que presenta un Plan de Negocio son las siguientes:**

- Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.
- Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.
- Puede facilitar la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.

#### **2.1.4. Empresa**

Conjunto de factores de producción coordinados, cuya función es producir y cuya finalidad viene determinada por el sistema de organización económica en el que la empresa se halle inmersa. En el sistema capitalista o de economía de mercado, el fin de la empresa ha consistido tradicionalmente en la obtención del máximo beneficio o lucro, mientras que en las economías colectivistas con dirección centralizada el fin de la empresa ha consistido en cumplir los objetivos asignados en un plan más general, de ámbito nacional, regional o local. Esta concepción monista de los objetivos empresariales ha experimentado, sin embargo, cambios importantes en uno y otro sistema durante las últimas décadas. La imagen que habitualmente se tiene de la empresa suele corresponderse con sus aspectos accidentales o externos y no con su verdadero contenido. Pero la empresa es algo más que un simple conjunto de bienes materiales. La empresa es un sistema de coordinación central; una unidad de dirección o planificación.

Las empresas o unidades económicas de producción pueden ser clasificadas atendiendo a diferentes criterios. Según sea su tamaño, las empresas pueden ser pequeñas, medianas o grandes. Según la naturaleza de la actividad productiva, hay tantos tipos de empresas como sectores o ramas de la actividad económica, con el grado de desagregación que se quiera. En función de la titularidad del capital social, las empresas pueden ser clasificadas en tres grandes grupos:

- Empresas privadas, cuyo capital es propiedad de particulares (accionistas y socios en general).
- Empresas públicas, cuyo capital es propiedad del Estado y de los poderes públicos en general.
- Empresas sociales o cooperativas, cuyo capital es propiedad de los trabajadores.

Desde la óptica fenomenológica, a la empresa mercantil o empresa de negocios podemos definirla como un conjunto de actividades llevadas a cabo (emprendidas) por el empresario para la producción y el intercambio (distribución) de bienes y servicios, con el objeto de obtener un beneficio máximo o cuando menos satisfactorio (suficiente).

Los diferentes recursos y actividades o funciones de la empresa no pueden ser coordinados (dirigidos) sin una estructura organizativa, que es modelo teórico o marco conceptual de referencia por el que se dispone: qué hacer, cómo hacerlo, quién ha de hacerlo y cuándo ha de hacerse. La organización no es por ella misma un recurso. Es causa y efecto de los servicios que son rendidos por los recursos materiales y humanos de que dispone la empresa.<sup>6</sup>

#### **2.1.5. Proceso de expansión en el mercado**

A veces los directivos de las empresas, razonablemente motivados por una buena gestión económica, deciden invertir en ampliar su mercado.

Esto quiere decir que van a aumentar su capacidad productiva, van a cambiar o aumentar de canales de distribución y, probablemente, van a realizar un gasto en campañas promocionales para dar a conocer sus productos y/o su marca en los nuevos mercados a los que se van a dirigir.

En definitiva, van a intentar establecerse en un mercado hasta ahora ajeno a sus productos o servicios y lo pueden hacer por dos caminos principalmente:

- Ampliando su área geográfica de comercialización.
- Entrando en segmentos del mercado nuevos para la empresa.

#### **Crecimiento por expansión geográfica.**

En el primer caso existen muy poderosas razones para investigar la situación del mercado desconocido. Incluso dentro de un mismo País o Estado se dan diferencias de renta, de hábitos de consumo, de posicionamientos de la competencia, que pueden hacer variar enormemente la percepción de nuestro precio, de nuestros servicios, y de una serie de factores en suma, que debemos valorar antes de presentarnos por las buenas con la convicción intuitiva de que si en el mercado actual nos ha funcionado de maravilla y hemos crecido por encima incluso de lo esperado, lo mismo va a ocurrir en la nueva zona geográfica.

---

<sup>6</sup> LA GRAN ENCICLOPEDIA DE ECONOMÍA. <http://www.economia48.com/spa/d/empresa/empresa.htm>

Por ejemplo: Un conocido ejemplo de esto es lo que ocurrió cuando una conocida marca de café soluble decidió introducirse por primera vez en el mercado español, dando por hecho que iba a tener el mismo éxito de público que en el resto de Europa y USA.

De hecho organizó la distribución correctamente e inicialmente utilizó la misma campaña promocional que le había funcionado correctamente en el resto de países, argumentando la facilidad y ahorro de tiempo que suponía el preparar el café de forma instantánea. Pues bien, el fracaso del nuevo producto fue estrepitoso.

Un estudio de mercado bien realizado reveló que el error estaba en el enfoque de la campaña. Los consumidores de café españoles, además de ser muy exigentes con el sabor del producto acostumbraban a tomarlo sin prisas, y lo asociaban al descanso y a la tertulia, mucho más que el resto de los europeos.

La empresa, una solvente compañía multinacional debió replantearse las campañas publicitarias y cambió totalmente el enfoque de las mismas, así como añadir algunas variantes en el catálogo del producto para acercarlo más al gusto de los consumidores españoles.

Esto pudo llevarlo a cabo la empresa multinacional gracias a su gran colchón financiero que le permitió asumir los costos de su error inicial sin demasiados problemas. Pero no todos los empresarios cuentan con ese respaldo económico. Y ese error podría haberse evitado con un sencillo estudio de mercado antes de introducirse en el mercado español.

### **Expansión por ampliación de nichos de mercado.**

Sería erróneo pensar que si se desea vender productos fuera del nicho de mercado actual, se debe tratar de convencer a toda costa a los consumidores de otro nicho de mercado diferente de las excelencias de mi producto.

Cada nicho de mercado requerirá una forma diferente y específica de presentación del producto o servicio, unas veces simplemente cambiando el formato y otras variando incluso elementos tan importantes como los parámetros de calidad, el precio, las prestaciones adicionales, etc.

Por ejemplo: Para ilustrarlo un poco ponemos con el ejemplo una empresa que se dedica a comercializar abrigos impermeables de diseño.

Puesto que sus resultados económicos en los dos últimos años se pueden calificar como excelentes, con beneficios por encima de las previsiones más optimistas, deciden invertir en producción, almacenaje, estructura comercial, etc. y optan por seguir vendiendo en las mismas zonas del país, pero dirigiéndose a otro segmento de mercado. Esta vez el nicho escogido será de menor poder adquisitivo, y aquí se plantean varias posibilidades.

Puesto que deben reducir costes para poder ofrecer el artículo a un precio más asequible, ¿De dónde se reducen? ¿Del diseño, que implica una más elaborada y costosa confección? ¿O de la calidad, dejando a un lado la impermeabilidad de la prenda para convertirla en un abrigo de uso corriente?

Cada una de estas opciones tiene sus ventajas e inconvenientes y así a primera vista la decisión no es fácil de tomar. Tan sólo un buen estudio previo del segmento de mercado al que piensan dirigirse les permitiría tener suficientes datos para tomar una decisión acertada.

Supongamos que el estudio está terminado y los directivos, ante los resultados del mismo deciden optar por la segunda opción, es decir, reducir costos en las prestaciones. Para ver el porqué de esta decisión, vamos a indicar algunas de las conclusiones a las que han llegado los expertos encargados de realizar el estudio:

- El diseño de la marca está obteniendo una buena acogida entre el público y cuenta ya con cierto prestigio en las zonas donde se distribuye.
- La gente que más valora el producto, después de los consumidores habituales, es gente joven cuyo poder adquisitivo aún no es suficiente para adquirir el producto, pero sí podrían acceder a un modelo que resultara un 40% más barato.
- El factor de impermeabilidad está valorado muy por debajo del diseño por este público.
- En muchas zonas del país donde la lluvia no es un condicionante decisivo a la hora de comprar una prenda de abrigo se valoraría muy positivamente el conjunto del producto por su diseño y calidad esenciales, sobre todo si se presentara como mínimo un 30 % más barato del precio que actualmente tiene.

### **Las razones son evidentes:**

- Se aprovecha y apuntala el prestigio de la marca al mantener el diseño que es el aspecto más valorado.
- La reducción de costos permite abaratar en parte el precio final, y la reducción aplicada al margen comercial, que se verá compensada por el aumento de las unidades vendidas permite acercar el precio del producto al percibido como adecuado por el nuevo segmento de mercado.

Además, al comienzo de la distribución se aplicará una política de precios de penetración.

Puesto que el segmento de mercado en un futuro a medio plazo dispondrá de poder adquisitivo para adquirir nuestro producto de gama más alta, estamos preparando el terreno para la idealización de futuros clientes.<sup>7</sup>

#### **2.1.6. Servicios informáticos**

El servicio de Atención Informática funciona como una ventanilla única para todas las consultas relacionadas con la informática. Dado que se reciben varios miles de peticiones al año y que un problema puede ser tratado hasta en tres niveles de atención por distintos especialistas, se requiere un cierto trabajo adicional.

El orden conseguido con el nuevo sistema tiene inmediatas ventajas para el usuario:

- se dispone de un interlocutor
- cada trabajo tiene un identificador único (ticket) al que hacer referencia
- es posible comprobar la situación y seguimiento de un trabajo en cualquier momento
- control de calidad más estricto

Internamente tiene también sus ventajas: transferencia de trabajos entre distintas áreas técnicas, estadísticas, control de tiempos, etc.

La definición del servicio comprende:

---

<sup>7</sup><http://www.guiacelesteblanca.com.ar/noticias/locales/3810--proceso-de-expansion-en-el-mercado.html>

- Instalaciones y actualizaciones de software.
- Instalaciones, configuraciones y mejoras de hardware.
- Supervisión en reparación de averías de hardware por servicios técnicos externos.
- Petición de nuevos puntos de conexión a la red de la Universidad.
- Asesoramiento técnico y consultas para nuevos equipos.

Con el fin de ofrecer un servicio adecuado, ha sido necesario limitar las intervenciones en las siguientes condiciones:

Respecto a consultas, no se pueden atender consultas que puedan solucionarse por medio de manuales de programas o asistencia a cursos de formación.<sup>8</sup>

### **2.1.7. Servicios informáticos y su importancia**

¿Qué sería de nuestras vidas sin la ayuda de los servicios informáticos? Esas soluciones que nos permiten realizar nuestras labores con mayor rapidez y eficacia. Sin duda alguna, la introducción y desarrollo de los ordenadores y las redes han cambiado la forma en que vivimos. Inclusive aquellos que no les gusta la tecnología, de vez en cuando disfrutan de las ventajas de ciertos servicios informáticos y admiran la calidad de los servicios que se obtienen.

Imaginemos por un segundo, cuantos bits de información se transmiten cada día a través de la red. Por supuesto, para que este flujo ocurra de forma rápida y sin interrupciones, es necesario tener nuestro software y hardware en óptimo estado. Es que el avance informático nos deja de boca abierta cuando nos recordamos acerca de la forma en que se llevaban a cabo las actividades empresariales e incluso personales 20 años atrás.

#### **Amplia gama de servicios informáticos**

En general cuando hablamos acerca de los servicios informáticos, muchos piensan que solo nos referimos acerca del soporte técnico por algún especialista. O quizás en más detalle, muchos piensan que es solo el servicio ofrecido por algunas entidades que se especializan en actividades de reparación de hardware y software. Por supuesto, los más

---

<sup>8</sup> UNIVERSIDAD DE NAVARRA. <http://www.unav.es/SI/servicios/soporte/defservicio.html>

notables son los centros de atención al cliente pertenecientes a todas las compañías que producen y venden ordenadores. Esta es la primera forma de ayuda a la que recurren muchos usuarios cuando presentan problemas con sus máquinas y requieren una solución experimentada. En adición, encontramos programas desarrollados para brindarnos una serie de herramientas con las que somos capaces de realizar tareas de mantenimiento, permitiendo así que nuestro sistema operativo funcione igual o mejor que el primer día en que utilizamos nuestra computadora. Por otro lado, encontramos las soluciones para asistencia remota con las que diferentes operaciones pueden ser realizadas sin importar el lugar donde estemos.

### **2.1.8. Beneficios de los Servicios informáticos**

No hay que ser un experto en la materia o un profesional en computación para descubrir los beneficios que se obtienen con el uso de los servicios informáticos. Si observamos el ámbito personal, podemos decir que son muchas las vías en las que este tipo de servicios nos ofrecen ventajas diariamente, por lo menos si es usted al igual que yo, un usuario activo. En muchas ocasiones necesitamos acceder remotamente a nuestro ordenador, pues hemos olvidado copiar un archivo a la memoria USB, o por qué no, olvidamos subirlo a nuestra cuenta de almacenamiento online. Otras veces recibimos llamadas de algún que otro colega quien necesita de nuestra ayuda pues su PC o Mac no funciona correctamente, entonces somos nosotros los que con la ayuda de la tecnología ofrecemos servicios informáticos.

En el sector empresarial, podemos decir que empleo de estos servicios ayudan a generar ganancias y a la vez permiten reducir costos que pueden llegar a ser muy altos en determinadas ocasiones. Miles de empresas alrededor del mundo se basan en los servicios de mantenimiento y configuración de sistemas con el objetivo de mantener sus operaciones eficientemente. Hoy día no hay necesidad de acudir a los técnicos personalmente, sino que todas las maniobras de soporte pueden ser llevadas a cabo por medio de la Web. Esto permite mayor eficiencia y rapidez a la hora de solucionar los problemas.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> ENRIQUE. (2011). <http://www.mikogo.es/2011/03/01/servicios-informaticos-importancia/>

### **2.1.9. Marco Referencial**

La Empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS-TECHRESOURCES CIA. LTDA”. Es una Compañía Limitada, debidamente aprobado por la Superintendencia de Compañías como una institución seria en el área de tecnología. Una de las actividades que emprende TECHRESOURCES, es la venta de equipos informáticos tales como: Computadores de escritorio, monitores, portables, servidores, andeles, impresoras de inyección de tinta, Impresoras láser B/N y color, suministros, multifunciones, plotters, scanner, cámaras digitales y de diferentes tipos de software al por mayor, menor, servicios de tecnología (Servidores, Cableado estructurado, etc.

Inicia sus actividades laborales en el año 2007, con la conformación de 3 socios, situada en la en la Ciudad de Quito Av. 6 de Diciembre y Rio Coca, conformaron esta empresaviendo la necesidad de proveer servicios profesionales y técnicos con equipos de computación al por mayor y menor a empresas y usuarios de hogar.

En sus inicios se dedicaba exclusivamente a la venta de suministros informáticos a pequeñas empresas pero con el transcurso de los años han podido extenderse por toda la ciudad ya que en la actualidad cuenta con dos sucursales más y brindan otros tipos de productos, como prestación de servicios técnicos a domicilio e internet.

#### **MACRO:**

El proyecto de factibilidad se pondrá en práctica con la finalidad de competir en un futuro con empresas multinacionales que brindan los servicios a implementar.

#### **TECNOMEGA.**

Es conocido en el sector informático del Ecuador como uno de los mayoristas autorizados en la comercialización de productos informáticos, el mismo que fue fundado en el año 1999, con un equipo humano capacitado, conformado actualmente por 170 personas a nivel nacional. Cuenta con seis oficinas en el Ecuador, manteniendo presencia en todas las provincias del país.

MEGAMICRO S.A.

Inició operaciones en Ecuador en Agosto de 1997, como una empresa dedicada a la mayorización de productos informáticos en el país. Inicialmente con una oficina Matriz en Quito y actualmente con sucursales en Guayaquil y Cuenca con sus propias bodegas, para cubrir toda la geografía del país.

### **MICRO:**

Aquí intervienen los locales comerciales, que se dedican al servicio y venta de equipos informáticos.

## **2.2. Hipótesis**

### **2.2.1. Hipótesis General**

La expansión de servicios, productos y suministros informáticos de la Empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS- TECHRESOURCES CIA. LTDA” en la Ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago para el año 2014 es factible.

### **2.2.2. Hipótesis Específicas**

- El estudio de mercado realizado determina si existe una demanda insatisfecha en la Provincia de Morona Santiago, Cantón Macas.
- El estudio técnico establece la calidad y variedad de productos
- El Plan de mitigación del impacto ambiental comprueba que la presencia de la empresa en el sector tiene una incidencia mínima.
- El estudio financiero del proyecto identifica su rentabilidad.

## **2.3. Variables de Estudio**

### **2.3.1. Variable Independiente**

- Proyecto de factibilidad.

### **2.3.2. Variable Dependiente**

- Expansión de servicios, productos y suministros informáticos.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Modalidad**

Se ha escogido el Diseño No experimental, porque actualmente existe la empresa y lo que se pretende realizar es la expansión de la misma dando a conocer los productos, servicios en existencia en la empresa, mejorando diferentes áreas como la administrativa.

Con el proyecto de factibilidad determina si es o no recomendable la creación de una sucursal, fijó las metas y objetivos planteados, y se pudo anticipar posibles problemas con la creación de dicho proyecto, se clarificó de dónde vienen los recursos financieros y se tuvo mejores parámetros para medir el crecimiento de la empresa, de la misma manera benefició mucho en el reconocimiento de la misma, se tendrá más utilidad, se obtuvo más clientes y posicionamiento en el mercado.

#### **3.2. Tipos de Estudios**

##### **3.2.1. Estudios Exploratorios:**

Se realiza un estudio exploratorio ya que se trabajara en el campo es decir, se trabajara directamente con la población de Morona Santiago, recabando información constantemente.

##### **3.2.2. Estudios Descriptivos:**

Se realiza el estudio descriptivo porque el proyecto encierra varias fases y procesos para poder realizar la expansión de la empresa.

#### **3.3. Población y Muestra**

Se estableció que el tamaño del universo vendría a constituir el número de personas de la población económicamente activa de la Ciudad de Macas, provincia de Morona

Santiago obteniendo como resultado un total de **56.918** personas distribuidas de la siguiente forma:

**Tabla N° 1: Población y Muestra**

Población Económicamente activa de Morona Santiago	<b>56. 918,00</b>
PEA Hombres	34.422,00
PEA Mujeres	22.496.00
Error	5%

Se va realizar 397 encuestas para conocer la naturaleza de la demanda.

### **3.4. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación**

#### **3.4.1. Métodos**

- **Método Inductivo.-** En esta investigación se hizo uso del método inductivo ya que partiremos de lo particular a lo general, es decir de casos particulares y de la situación que tiene la Empresa “Recursos Tecnológicos Abiertos” en particular en casos concretos como los recursos, servicios etc.
- **Método Deductivo.-** Se seleccionó el método deductivo, ya que partiendo de las hipótesis planteadas y del planteamiento del problema se llegó a un resultado no generalizado, por medio de la investigación.

#### **3.4.2. Técnicas e Instrumentos de Investigación**

La técnica utilizada en la investigación fue la encuesta con su respectivo instrumento que es el cuestionario.

**ENCUESTA.-** Es un estudio en el cual el investigador busca recaudar datos por medio del instrumento del cuestionario prediseñado, con un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. El investigador selecciona las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación, las encuestas estuvieron dirigidas a la población de Morona Santiago.

## **ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO**

El cuestionario diseñado para este estudio abarcó diferentes preguntas que permitieron realizar un mejor estudio de la demanda. Ver anexo No. 1 (cuestionario aplicado a la población de Macas)

### **3.5. Preparación y Análisis de Datos**

La encuesta fue aplicada a 397 personas, en base al cuestionario el mismo que consta de nueve preguntas, las cuales nos ayudarán a tener una idea más clara del comportamiento del mercado en realización a intención de compra, consumo, y aprovisionamiento de equipos informáticos en la zona.

### **3.6. Presentación de los Resultados**

Los resultados preliminares sobre la investigación, nos dejan ver que en su mayoría los pobladores del cantón Macas podrían ser clientes potenciales de la Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA., es decir que la población está dispuesta a adquirir productos y servicios informáticos, información que corrobora el estudio de mercado, por lo que nos atrevemos a decir que existe una oportunidad de negocio en el cantón con respecto a equipos, suministros y servicios a los PC, situación que minimiza el grado de incertidumbre en el proyecto.

Analizada la encuesta se conoció la aceptación del proyecto (pregunta 1, 2), y en sus preliminares el perfil del potencial consumidor, los productos y servicios con mayor demanda, así como marcas que prefiere la colectividad y la ubicación que debería tener la sucursal dentro del cantón; se generó expectativas a los posibles consumidores, situación que disminuye el grado de incertidumbre en los estudios a llevar a cabo dentro del proyecto.

## A) SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

### EDAD DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS

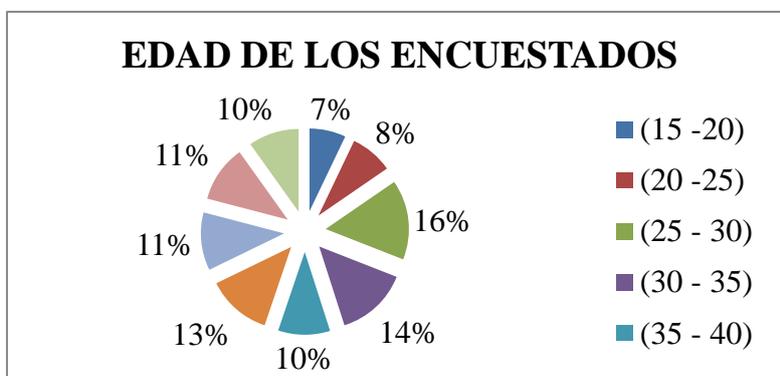
Tabla N° 2: Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
(15 -20)	28	7%
(20 -25)	33	8%
(25 - 30)	62	16%
(30 - 35)	56	14%
(35 - 40)	40	10%
(40 – 45)	50	13%
(45 - 50)	45	11%
(50 - 55)	44	11%
(55 – 65)	39	10%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

Gráfico N° 1: Edad de los encuestados



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

### Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 16% se encuentra entre los 25 – 30 años de edad, mientras que representa el 14% están entre los 30 – 35 años y un 13% de los encuestados se encuentran entre los 40 y 45 años de edad.

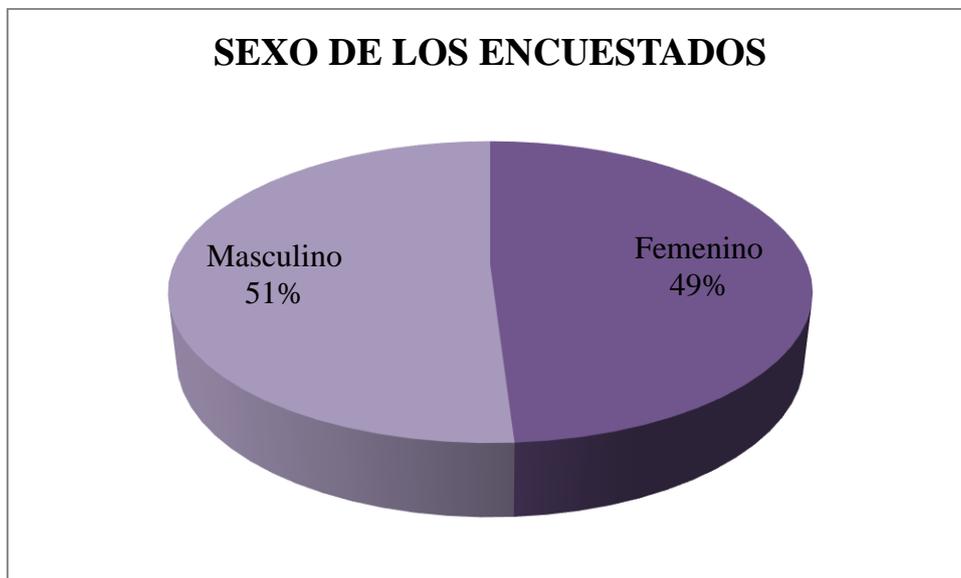
**Tabla N° 3: Sexo de los encuestados**

<b>Sexo</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Femenino	204	51%
Masculino	193	49%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 2: Sexo de los encuestados**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

### **Análisis e interpretación**

De las encuestas realizadas el 51% representan al sexo masculino y el 49% representa el sexo femenino.

## B.) ENCUESTA

### 1. Conoce o ha escuchado de la Empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS - TECHRESOURCES CIA. LTDA?”

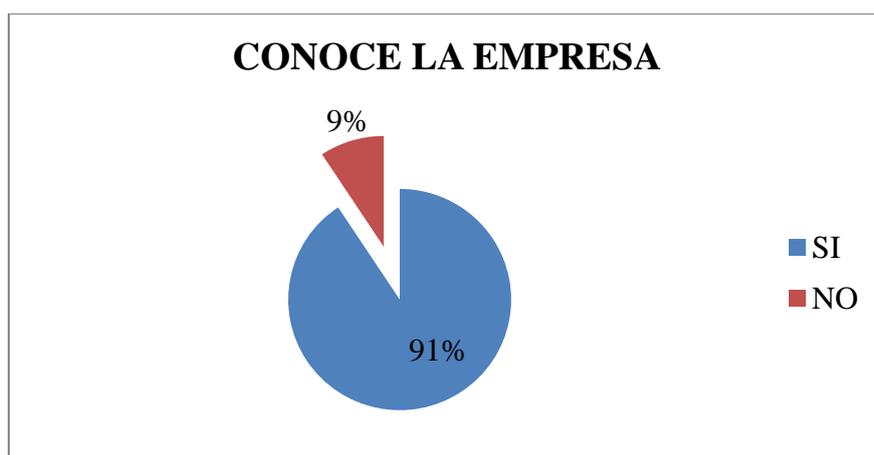
**Tabla N° 4: Pregunta N° 1**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
SI	360	91%
NO	37	9%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 3: Pregunta N° 1**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

### **Análisis e interpretación**

El gráfico muestra que del total de encuestados, mayoritariamente en un 91% de ellos manifiestan que si conocen o han escuchado hablar de la Empresa “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS- TECHRESOURCES CIA. LTDA”, mientras que el 9% restante indica todo lo contrario. Determinando así que la empresa si es muy conocida en el mercado y por ende las personas acuden a esta empresa.

## 2. ¿Adquiere usted regularmente equipos o suministros informáticos?

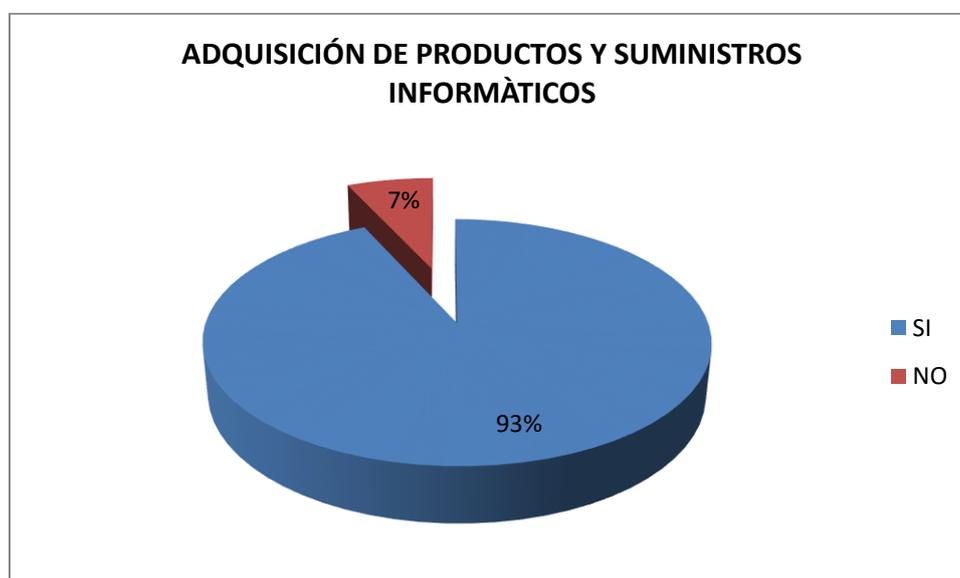
**Tabla N° 5: Pregunta N° 2**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
SI	370	93%
NO	27	7%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 4: Pregunta N° 2**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

### **Análisis e interpretación**

La interrogante muestra que el 93% de encuestados si adquieren con regularidad productos y suministros informáticos, mientras que el 7% indica que no adquieren dichos productos. Estableciendo de este modo que la mayor parte de pobladores adquieren dichos productos con mucha regularidad ya que la informática en la actualidad es lo que mueve al mundo.

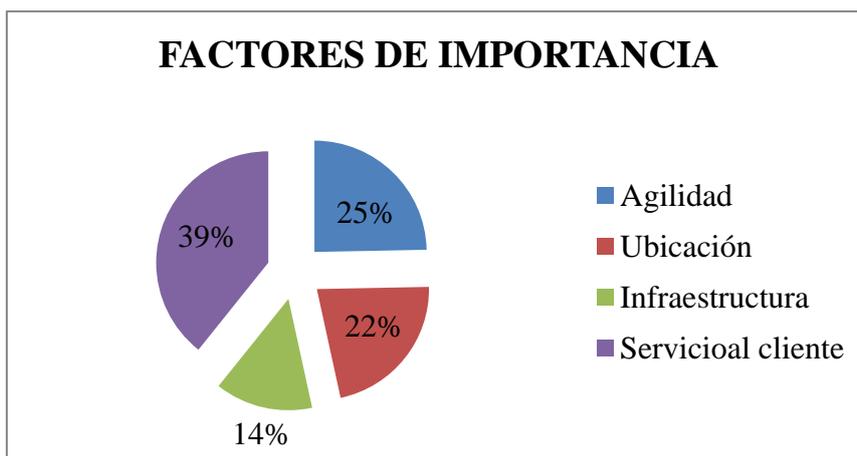
**3. ¿Qué factores toma en cuenta con mayor importancia al momento de adquirir un equipo o servicio informático?**

**Tabla N° 6: Pregunta N° 3**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Agilidad	98	25%
Ubicación	87	22%
Infraestructura	56	14%
Servicio al cliente	156	39%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.  
**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 5: Pregunta N° 3**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.  
**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Análisis e interpretación**

Del total de los encuestados el 39% de ellos indican que los factores que toman en cuenta con mayor importancia al momento de adquirir un equipo o servicio informático es el servicio al cliente. Determinando así que a las personas interesa mucho el servicio que les brindan al momento de adquirir un equipo o servicio informático.

#### 4. ¿Qué tipo de equipo informático necesita usted?

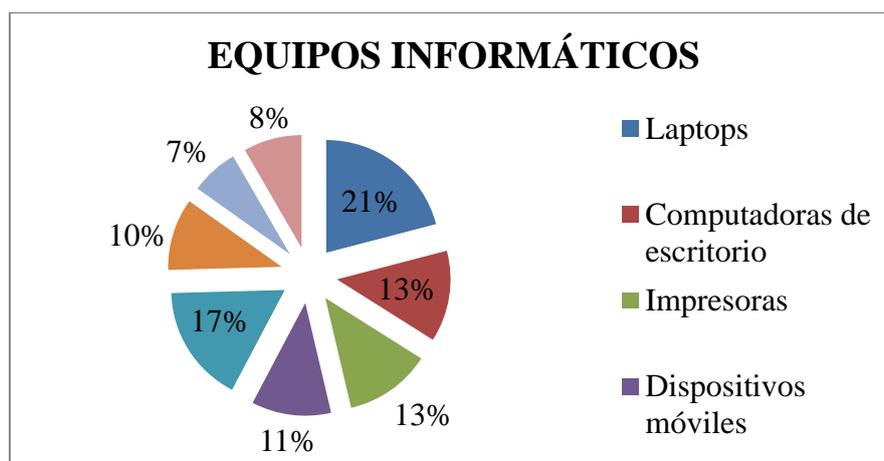
**Tabla N° 7: Pregunta N° 4**

<b>VARIABLES</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Laptops	83	21%
Computadoras de escritorio	52	13%
Impresoras	49	13%
Dispositivos móviles	45	11%
Accesorios	67	17%
Software	41	10%
Sistema	27	7%
Suministros de impresión	33	8%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 6: Pregunta N° 4**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### **Análisis e interpretación**

La presente pregunta indica que el 21% de los pobladores encuestados manifiestan que tipo de equipo informático que necesitan es la laptop, seguido con el 17% que prefieren adquirir accesorios informáticos. Determinando así que los pobladores adquieren una variedad de equipos informáticos dando preferencia las laptops y a los accesorios informáticos.

**5. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre las promociones y ofertas que ofrece “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS - TECHRESOURCES CIA. LTDA”?**

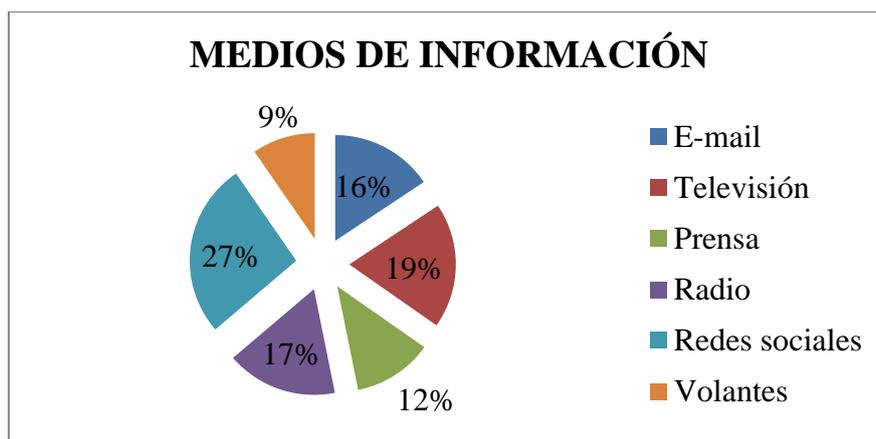
**Tabla N° 8: Pregunta N° 5**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
E-mail	62	16%
Televisión	76	19%
Prensa	48	12%
Radio	67	17%
Redes sociales	106	27%
Volantes	38	9%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 7: Pregunta N° 5**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Análisis e interpretación**

El gráfico indica que el 27% de los encuestados manifiestan medios que le gustaría recibir información sobre las promociones y ofertas que ofrece “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS - TECHRESOURCES CIA. LTDA” es por medio de las redes sociales. Estableciendo así que, la población de Morona Santiago les gustaría recibir información de la empresa por medio de redes sociales ya que actualmente es la forma más rápida por la que se comunican las personas.

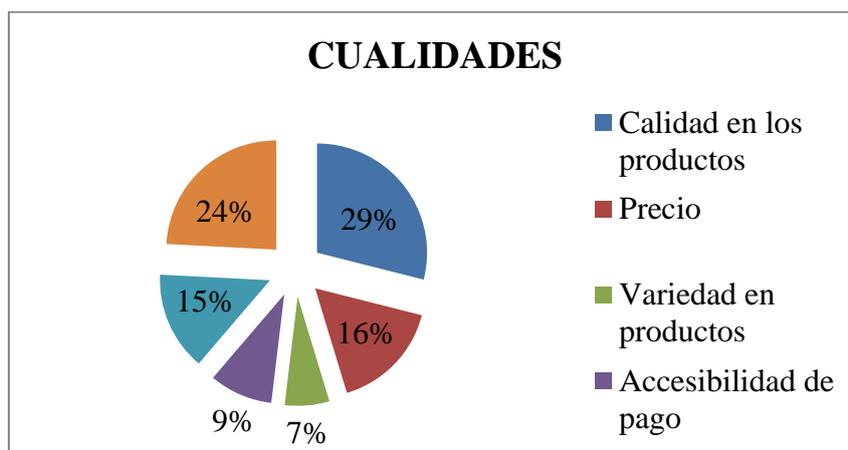
**6. ¿Cuáles son las principales cualidades que tiene su actual proveedor de productos y servicios informáticos?**

**Tabla N° 9: Pregunta N° 6**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Calidad en los productos	115	29%
Precio	65	16%
Variedad en productos	26	7%
Accesibilidad de pago	37	9%
Entrega a domicilio	58	15%
Garantía	96	24%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.  
**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 8: Pregunta N° 6**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.  
**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Análisis e interpretación**

La mayoría de los encuestados, es decir el 29% de ellos señalan que las principales cualidades que tiene su actual proveedor de productos y servicios informáticos es la calidad de dichos productos, seguido de un 24% que señalan que es la garantía. Estableciendo así, que las cualidades que se buscan en los productos es la calidad y la garantía.

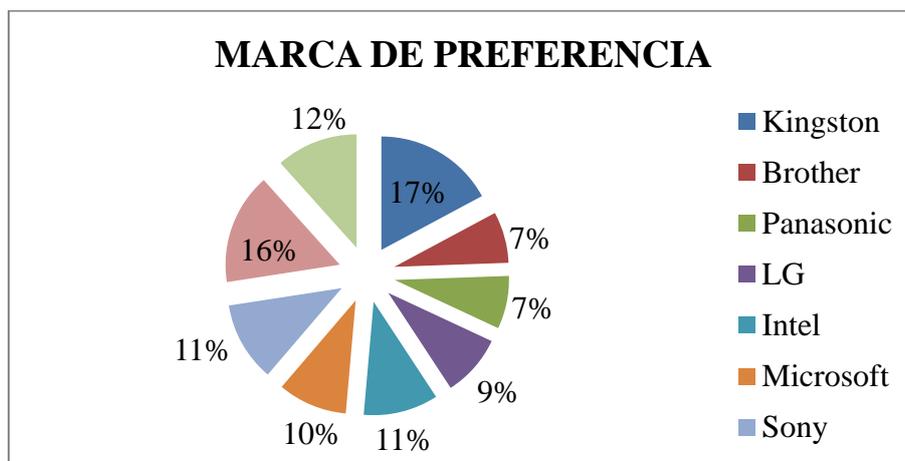
7. ¿Seleccione la marca que Usted prefiere al momento de adquirir un equipo informático?

**Tabla N° 10: Pregunta N° 7**

Variables	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Kingston	68	17%
Brother	29	7%
Panasonic	30	7%
LG	35	9%
Intel	42	11%
Microsoft	39	10%
Sony	45	11%
Hp	63	16%
Nokia	46	12%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.  
**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 9: Pregunta N° 7**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.  
**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Análisis e interpretación**

Como se puede observar en el gráfico anterior, casi en su totalidad de pobladores encuestados es decir en un 17% de ellos señalan la marca de preferencia en productos informáticos la de Kingston seguida de la marca Hp con un 16% de encuestados. Es decir que estas son las marcas que los clientes prefieren al momento de adquirir productos informáticos.

**8. ¿Antes de adquirir un equipo, cuál de estos factores considera más importante?**

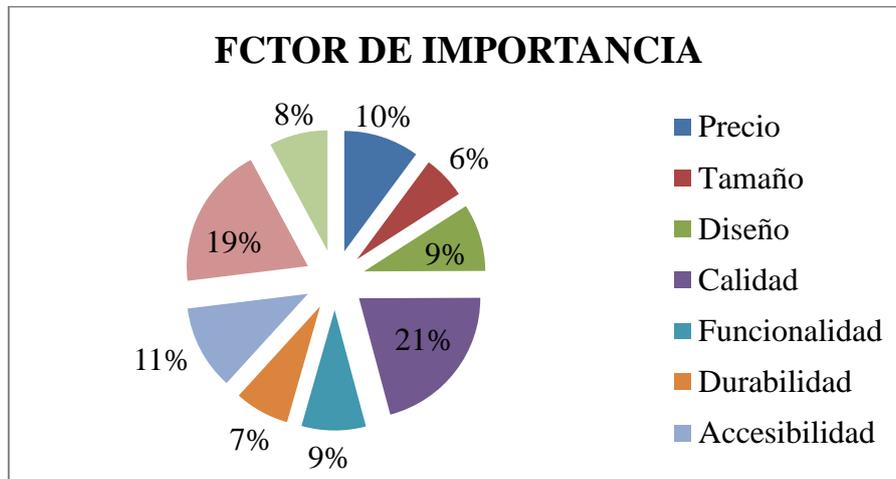
**Tabla N° 11: Pregunta N° 8**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Precio	40	10%
Tamaño	23	6%
Diseño	36	9%
Calidad	83	21%
Funcionalidad	34	9%
Durabilidad	29	7%
Accesibilidad	45	11%
Garantía	76	19%
Soporte	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 10: Pregunta N° 8**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Análisis e interpretación**

El gráfico anterior, muestra, que el 21% de encuestados manifiestan que antes de adquirir un equipo, los factores que considera más importante es la calidad, seguido de la garantía con un 19% de encuestados. Estableciendo así que los clientes buscan calidad y garantía en sus productos suministrados y servicios.

**9. ¿En qué sector de la ciudad le gustaría una nueva sucursal de la empresa?**

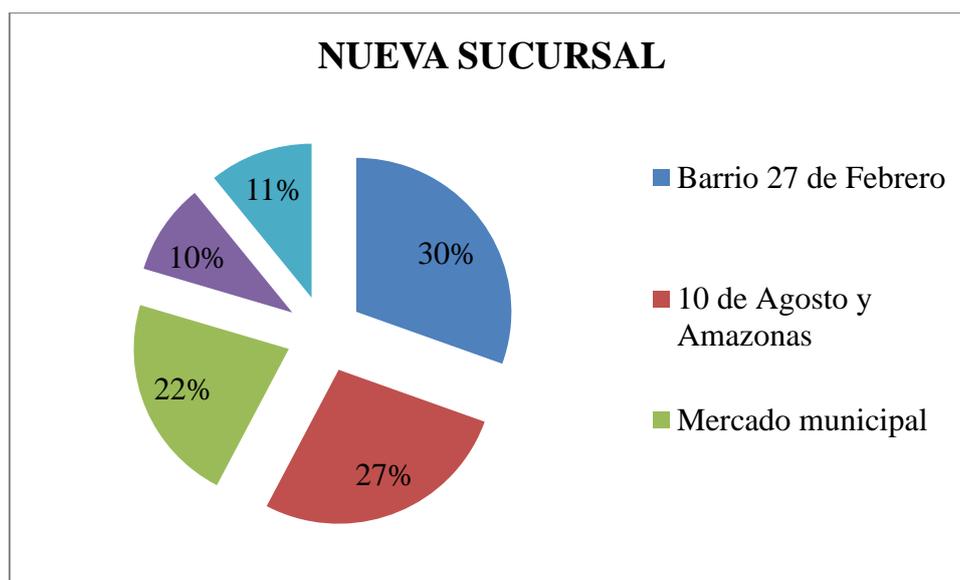
**Tabla N° 12: Pregunta N° 9**

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Barrio 27 de Febrero	121	30%
10 de Agosto y Amazonas	108	27%
Mercado municipal	87	22%
Calles 5 de agosto entre 24 de mayo y 9 de octubre	38	10%
Calles Juan de la Cruz y Av. 29 de Mayo	43	11%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 11: Pregunta N° 9**



**Fuente:** Encuesta a pobladores de Morona Santiago.

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Análisis e interpretación**

Como se puede observar en el gráfico anterior, en un 30% de ellos indican que les gustaría una nueva sucursal de la empresa en el Barrio 27 de Febrero y el 27 mencionan que les gustaría en la Av. 10 de Agosto y Amazonas. Determinando así que estos dos sectores son los más preferidos por la población para una nueva sucursal de la empresa.

## **C.) HALLAZGOS**

- El mercado objetivo identificado está en personas de 25-30 años de edad en su mayoría de sexo femenino, que buscan, utilizan y requieren de equipos y suministros informáticos.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1. Estudio de Mercado**

#### **4.2. Introducción**

TECHRESOURCES CIA. LTDA, posee una organización administrativamente estructurada, pero la organización esta consiente que el mejoramiento financiero, constituye y se ha transformado en un instrumento prioritario entre los agentes económicos, locales y nacionales.

Por ello las aspiraciones de TECHRESOURCES CIA. LTDA, es de comercializar bienes de capital y servicios con calidad y rentabilidad suficiente para satisfacer las necesidades del sector electrónico y sistemas, es decir productos y servicios que resulten adecuados a las exigencias del cantón Macas. Si consideramos como premisa que el comercio, la agricultura y empresas requieren de la dotación de recursos tecnológicos adecuados para apoyar su gestión, se debe ir creando estrategias que permitan mejor posicionamiento de la empresa en el sector al que pretende servir.

En los últimos tiempos TECHRESOURCES CIA. LTDA es un gran apoyo al impulso del cantón Quito y la provincia en materia electrónica informática, que frente al nuevo orden económico del cantón Macas, surge la necesidad de lograr expansión y promover cambios explicables en la tecnología que poseen para el desarrollo del mercado de Macas.



**Gráfico N° 13: Software a distribuir**



Fuente: Empresa TECHRESOURCES CIA LTDA.

**B. Servicios informáticos.-** se entiende todos aquellos servicios que sirven de apoyo y complemento a la actividad informática en una relación de afinidad directa.

**Gráfico N° 14: Mantenimiento de Hardware**



**C. Desarrollo de Software.**

**Gráfico N° 15: Desarrollo de software y publicidad y marketing por internet**



## **Políticas de calidad del producto**

La adquisición y distribución de los bienes y servicios informáticos, será en función de las marcas más conocidas del mercado como: Samsung, Dlink, Lexmark, Dell, Intel, LG, Hp, Toshiba y Sony, que son consideradas marcas de calidad en el mercado local.

## **Diseño de la marca**

La marca con la que se comercializarán los productos y servicios es la que TECHRESOURCES CIA LTDA, utiliza en la provincia de Pichincha.

**Gráfico N° 16: Logotipo de la empresa**



## Características de los productos

**Tabla N° 13: Características de los productos**

<b>GARANTÍA</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<b>2 AÑOS</b>	Monitores LG
	Monitores Samsung
<b>1 AÑOS</b>	Tv LG Mas De 32" LCD , LED, PDP
	Monitores Plasma, LCD 42"
	Impresoras Epson Modelos Tmu220, Tmt88
<b>10 MESES</b>	Discos Duros
	Procesadores
	Reguladores Y Ups
	Dimms De Memoria
	Proyectores Samsung, LG.
	Notebooks, Desktops, Tablets
	Tarjetas De Video, Sonido, Tv Box
	Switchs, Gateways, Wireless, Tarjetas De Red, Routers
	Accesorios, Ventiladores, Card Readers.
	Impresoras Tinta, Matricial, Laser En: Lexmark, Samsung, Epson, Hp
	Productos Genius: Teclado, Mouse, Parlantes, Cámaras Digitales Y Escaners
	Joysticks, Micrófonos, Parlantes.
<b>1 MES</b>	Case, Fuentes De Poder, Mouse Genérico, Case Cd Externo.
	Cables Y Software
<b>Sin garantía</b>	Cartuchos, Herramientas
	Cds En Blanco.

La garantía cubre exclusivamente los problemas relacionados con el hardware (elementos físicos). Por tanto, los problemas de incompatibilidad o mal funcionamiento producidos por el software (programas) son responsabilidad exclusiva del cliente quedando expresamente fuera de garantía.

En todo caso, será el cliente quien deba hacernos llegar el/los equipo/s defectuoso/s en período de garantía, a nuestras instalaciones y recogerlo por sus medios una vez subsanado el defecto. En este sentido, queda claro que la cobertura de garantía no comprende la recogida del equipo defectuoso en el domicilio del cliente, así

como tampoco su entrega en el mismo una vez subsanado el defecto (exceptuando aquellos productos adquiridos con ampliación expresa de garantía "in situ", es decir, en el domicilio del cliente).

### **Embalaje de los productos**

Los productos serán entregados en sus embalajes de cartón proporcionados por las empresas comercializadoras y entregados a clientes en fundas de polipropileno con el logo de la empresa.

**Gráfico N° 17: Funda para despacho de productos**



### **Servicio al cliente**

Si existieran problemas con los equipos adquiridos en la empresa, esta brindará el servicio técnico gratuito requerido en el tiempo correspondiente a la garantía del bien, con el objeto de asegurar la calidad de los productos y el servicio, el mismo que será de manera rápida, eficiente y con la cordialidad que le caracteriza a la empresa.

### **Política de devoluciones**

Para satisfacción de los clientes se aceptarán devoluciones hasta tres días entregadas las mercaderías. Bajo el condicionamiento de haber detectado fallas en el funcionamiento de los equipos, las mismas que serán evaluadas por los técnicos de la empresa antes de hacer efectiva la devoluciones.

### **4.3.2. Precio**

En el estudio de mercado del proyecto se han analizado los precios que tienen los bienes y servicios que se espera distribuir en el mercado:

- Precios promedio existentes en el mercado interno.

Ver anexo No.2 Listado de equipos y suministros informáticos.

- Precios estimados en función del costo de generación del servicio

Mantenimiento.

#### **Fórmula para calcular el precio**

$Cv + \% \text{ de utilidad} = PVP$

#### **Política de precios**

En relación con los precios que manejará la empresa, estos están en el promedio del mercado con un grado de competitividad por el servicio que se pretende extender en la localidad.

#### **Política de descuentos**

Los descuentos se realizarán a volúmenes considerables (superiores a quinientos dólares) de compra y este no sobrepasará del tres por ciento del total de la factura.

#### **Plazos de pago**

En relación a la concesión de crédito directo, se ha considerado 3, 6, 9 meses como plazo máximo de cobro de las deudas por bienes vendidos a clientes a través de tarjetas de crédito.

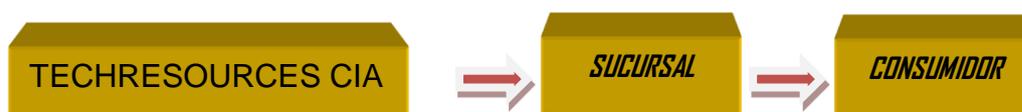
### 4.3.3. Plaza

#### 4.3.3.1. Canales de Distribución

Situar los productos y servicios en el lugar y momento adecuado es una de las tareas decisivas con las que se enfrenta la empresa dada su repercusión directa en las ventas producidas y en la generación de costos adicionales, por ello se ha establecido que para la distribución se realizará la venta directa, la misma que consiste en la utilización de vendedores propios de la empresa en mostrador para exponer sus ventajas y entregar el producto al cliente, situación que es muy importante.

La Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA. Debe tener absoluto control sobre la red comercial que desea construir por lo tanto se define como el canal de distribución apropiado el directo.

**Gráfico N° 18: Canal de Distribución**



#### 4.3.4. Promoción

Para llevar a cabo la comercialización de los productos y servicios que oferta la Empresa TECHRESOURCES CIA. En la Ciudad de Macas se realizará las siguientes consideraciones:

##### 1. Conocimiento de las características de los bienes y servicios a distribuir tales como:

- Hardware.
- Software.
- Venta por catálogo.
- Instalación - Reparación.
- Servicio post venta, mantenimiento y reparación.

- Servicio 24 horas a domicilio.
- Existe posibilidad de asunción de un servicio técnico de distintos proveedores con exclusividad de marca.

## **2. Establecimiento de redes de comercialización**

Las redes de comercialización son actualmente la forma más económica y eficiente para llevar nuestros productos o servicios al cliente final:

- Ventas directas.- En mostrador desde la sucursal
- Ventas telefónicas.- A través del directorio Local, con referencias de clientes.
- Ventas por internet.- Con la utilización de páginas Web especializadas en venta de bienes y servicios informáticos diseñadas por la misma empresa.

## **3. Redes de comunicación**

Pensamos que nuestra principal arma de comunicación va a ser:

### **Boca a boca**

La empresa busca en dar al consumidor motivos para hablar de sus productos y servicios, para proporcionarle las herramientas adecuadas para que esas conversaciones se produzcan muchas veces. Este tipo de comunicación puede darse a través del correo electrónico, foros, listas, charlas, mensajes de texto a un teléfono móvil, y sirve para acelerar el proceso de decisión de compra.

### **Navidad**

El tiempo de navidad es esa época del año cuando la gente está muy ocupada comprando regalos para darlos a sus seres queridos. También es un momento en que las empresas están comercializando sus productos en gran medida, ya que las empresas a menudo tratan de acumular ingresos antes de que el año termine. La Navidad es el momento perfecto para que las empresas hagan un montón de beneficios porque mucha gente está haciendo compras, sin embargo, la competencia es feroz. Mediante el uso de

las ideas correctas de mercadeo de navidad, puedes atraer a los clientes para ofertar a tus productos.

#### **Inicio de clases**

En época de clase es cuando la gente está ocupada y preocupada por la compra de herramientas escolares para que sus hijos tengan una excelente educación y rendimiento en la misma. También es un momento en que las empresas informáticas están comercializando sus productos en gran medida, ya que las empresas a menudo tratan de acumular ingresos en esta temporada como es el inicio de año escolar.

#### **4. Publicidad y promoción**

Como refuerzo a las redes de comunicación, se utilizará:

- **Prensa escrita:**

Se realizara la emisión de la publicidad escrita en el diario EL COMERCIO, los anuncios debe ser a color de (20 x 14cm), se emitirá 4 publicaciones durante un mes los días sábados y domingos por ser el diario más acogido en la provincia de Morona Santiago.

- **Radio**

Es un medio en la que logra difundir la información a toda la ciudadanía, con este medio se logra llegar hasta los rincitos más pequeños que tiene nuestra ciudad, es un medio que tiene mucha acogida en las personas que trabajan en entidades públicas como privadas. En nuestro caso la Información que se ubicará en Radio Shalom por su espectro y longitud de banda en la provincia de Morona Santiago, además por ser la más escuchada, especialmente durante el programa Energía total: con Camilo y Johanna, que se sintoniza en 104.9 FM en horario de 10:00-11:00 y 11:00-12:00, programa en el cual se contratará la publicidad que tendrá una repetición de cinco cuñas por programa.

- **Folletos de buzoneo:**

Se utilizará hojas volantes como un medio de ejecución de las estrategias publicitarias.

- **Trípticos.**

Los mismos que contienen información de todos y cada uno de los equipos y servicios que brinda la empresa, así como los mismos que son entregados sobre todo a nuevos clientes.

- **Hojas volantes**

Se entregarán de manera permanente en las instalaciones de la empresa y en lugares estratégicos de la ciudad.

Estos medios de comunicación serán utilizados principalmente en el periodo de apertura del local comercial, donde se identifique que TECHRESOURCES CIA. LTDA. Distribuye productos informáticos de calidad y al mejor costo del mercado”.

## **5. La atención al cliente:**

Lo fundamental para la Empresa TECHRESOURCES CIA. Es y será sus clientes, por ello es necesario contar con una política de calidad en la empresa, la misma que nos permita estar atentos a lo que nos dicen los clientes y de este modo poder resolver los problemas que pudieran presentarse:

- Atención telefónica: Saludo corporativo sin tiempos de espera.
- Métodos de fidelización: Ofertas especiales para clientes que utilicen compren nuestros productos-servicios, a través de la emisión de una tarjeta personalizada.
- Filosofía de la Empresa con respecto a este tema: Nuestro cliente, nuestra mejor inversión.
- Formación del personal: Al ser uno de los pilares fundamentales de la empresa, se define que todo el personal que trabaje en TECHRESOURCES CIA. LTDA, tendrá que tener formación en atención al cliente.
- Finalmente se creará un punto de atención al cliente

## **6. Calidad en los bienes y servicios**

La Experiencia en la distribución de productos y servicios informáticos, tiene un alto componente de fidelización de clientes a través de la venta de productos con marcas que simbolizan calidad.

Igualmente, en la prestación de servicios supone una percepción inmediata, por parte del cliente, en la calidad del servicio prestado. Por tanto, la calidad del servicio será una prioridad en la venta, y prestación del servicio técnico en la Ciudad de Macas.

### **4.4. Estudio de la Demanda**

Demanda son las diferentes cantidades de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos y en condiciones de adquirir en el mercado, en función de los diferentes niveles de precios en un período de tiempo determinado.

#### **4.4.1. Identificación de la Demanda**

##### **4.4.1.1. Demanda Histórica**

Cantidades de un bien o servicio que se compró en un momento concreto, es así que para tener una idea amplia de cuanto se venía comercializando en la Ciudad de Macas con respecto a equipos, suministros y servicios computarizados, se ha procedido a realizar una entrevista a las distribuidoras locales quien nos ha proporcionado la siguiente información:

## Demanda Histórica promedio en miles de dólares

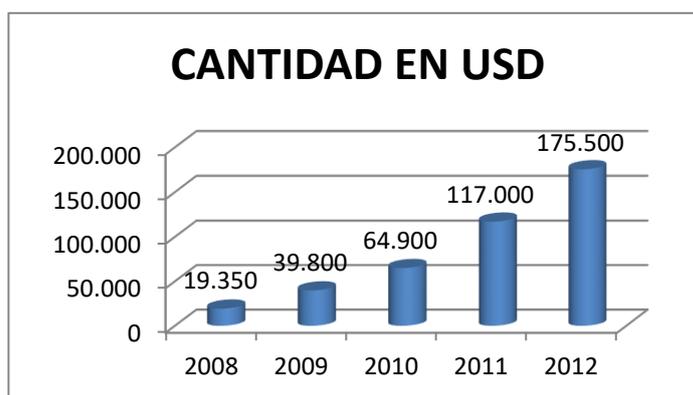
**Tabla N° 14: Demanda Histórica**

AÑO	Cant.Prom USD
2008	19.350
2009	39.800
2010	64.900
2011	117.000
2012	175.500

**Fuente:** Empresas de la localidad (CARTIMEX, SERCOMP, PINSOFT, ENLACE DIGITAL)

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 19: Demanda Histórica**



**Fuente:** Empresas de la localidad (CARTIMEX, SERCOMP, PINSOFT, ENLACE DIGITAL)

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

### 4.4.1.2. Demanda Actual

Cantidades de un bien o servicio que se compra a un precio determinado en este momento. Para ello se hace referencia al estudio de mercado realizado, se identificó una demanda actual potencial en el mercado del cantón Macas.

Se considera el mercado objetivo en función de su población total, la misma que es de 56.918 habitantes; sobre la cual se aplicó una encuesta a una muestra representativa de 397 personas en especial a aquellas que pertenecen a la población económicamente

activa, cuyos resultados concluyen que el 93% de la población adquiere cotidianamente equipos o suministros informáticos, situación que se muestran en el acápite anterior.

#### 4.4.1.3. Demanda Proyectada

La cantidad de un bien o servicio que puede esperarse efectiva en fechas futuras, para ello utilizamos los datos históricos y procedemos proyectarlos utilizando el método de regresión Lineal aplicando la siguiente ecuación:

**Formula:**

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

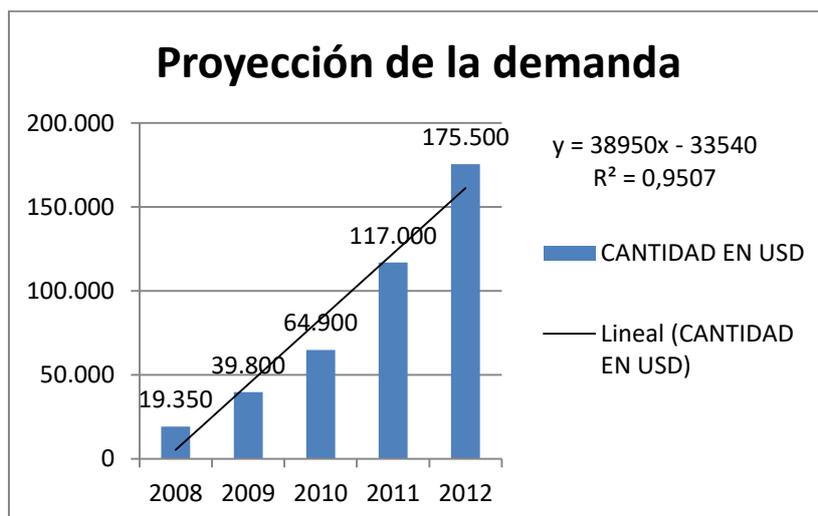
**Tabla N° 15:** Demanda Proyectada

AÑOS	Dem.H( Y)	X	Xy	x2
2008	19.350	-2	-38.700	4
2009	39.800	-1	-39.800	1
2010	64.900	0	0	0
2011	117.000	1	117.000	1
2012	175.500	2	331.000	4
TOTAL	416.550	0	369.500	10

**Fuente:** Demanda Histórica

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 20: Proyección de la Demanda**



**Tabla N° 21: Proyección de la Demanda**

Periodos	Años	Cantidad
3	2013	83.310,00
4	2014	122.260,00
5	2015	161.210,00
6	2016	200.160,00
7	2017	239.110,00

**Fuente:** Demanda Histórica

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### **Análisis e interpretación de datos y resultados:**

Como se puede observar en los datos proyectados se nota que en el año 2013 hay una demanda de 83.310 dólares en productos, suministros y servicios en el año 2014 una cantidad de 122.260 productos y servicios, en año 2015, una demanda proyectada de 161.210, en el año 2016 una cantidad de 200.160 productos y servicios en general y en el año 2017 una cantidad de 239110 dólares producto, suministros y servicios.

#### **4.5. Análisis de la Oferta**

La oferta son las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y en condiciones de ofrecer al mercado en función de los diferentes niveles de precios, en un período de tiempo determinado.

#### 4.5.1. Identificación de la Demanda

##### 4.5.1.1. Oferta Histórica

Cantidades de un bien o servicio que se ofertaron a través del tiempo en un momento concreto, es así que para tener una idea amplia de cuanto se venía ofertando en la Ciudad de Macas con respecto a equipos, suministros y servicios computarizados, se ha procedido a realizar una entrevista a las distribuidoras de la localidad quienes nos ha proporcionado la siguiente información con respecto a la oferta:

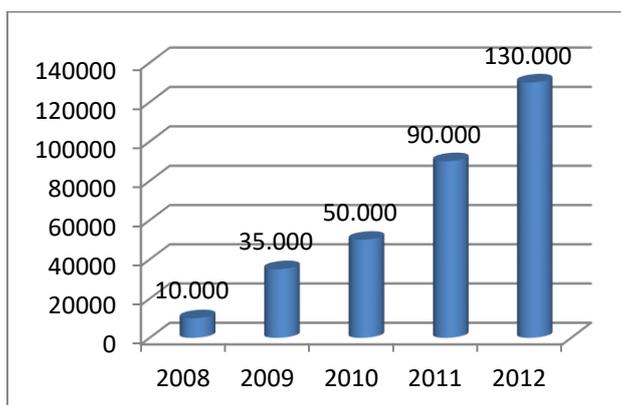
**Tabla N° 16:** Oferta Histórica

<b>AÑOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
2008	10.000,00
2009	35.000,00
2010	50.000,00
2011	90.000,00
2012	130.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>315.000,00</b>

**Fuente:** Empresas de la localidad (CARTIMEX, SERCOMP, PINSOFT, ENLACE DIGITAL)

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 21:** Oferta Histórica



**Fuente:** Empresas de la localidad (CARTIMEX, SERCOMP, PINSOFT, ENLACE DIGITAL)

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### 4.5.1.2. Oferta Actual del Producto

La oferta, se la define como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofertar a determinados precios, para determinarla, se ha definido que la Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA. Pretende ingresar al mercado con una inversión en equipos y suministros de **12.746,78** Dólares.

#### 4.5.1.3. Oferta Proyectada

Para determinar la oferta proyectada, es decir la cantidad de bienes que se pondrán en el mercado en unidades monetarias, se utiliza los datos históricos y procedemos proyectarlos utilizando el método de regresión Lineal a través de la siguiente ecuación:

**Formula:**

$$y = a + bx$$
$$a = \frac{\sum y}{n}$$
$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

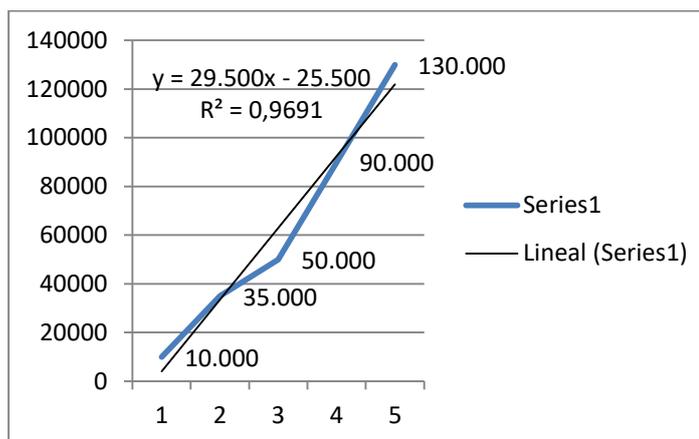
**Tabla N° 17:** Oferta Proyectada

AÑOS	CANTIDAD	X	Xy	x2
2008	10.000,00	-2	-20.000	4
2009	35.000,00	-1	-35.000	1
2010	50.000,00	0	0	0
2011	90.000,00	1	90.000	1
2012	130.000,00	2	260.000	4
TOTAL	315.000,00	0	295.000	10

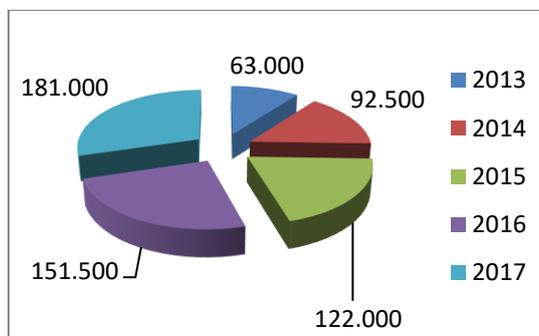
**Fuente:** Oferta Histórica en el cantón Macas

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 22: Oferta Projectada**



Periodos	Años	Ofer.proy
3	2013	63.000
4	2014	92.500
5	2015	122.000
6	2016	151.500
7	2017	181.000



**Fuente:** Oferta Histórica en el cantón Macas

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### **Análisis e interpretación de datos y resultados:**

Como se puede observar en los datos proyectados se nota que en el año 2013 hay una oferta de 63.000 de productos, suministros y servicios en el año 2014 una cantidad de 92.500 productos y servicios, en año 2015, una oferta proyectada de 122.000, en el año 2016 una cantidad de 151.500 productos y servicios en general y en el año 2017 una cantidad de 181.000 producto, suministros y servicios.

#### **4.6. Determinación de la Demanda Insatisfecha.**

Es aquella parte de la población demandante que no está cubierta por la oferta de un bien o servicio, su cálculo se define una vez obtenido los valores de la oferta y la demanda; constituye en sí una diferencia entre oferta y demanda.

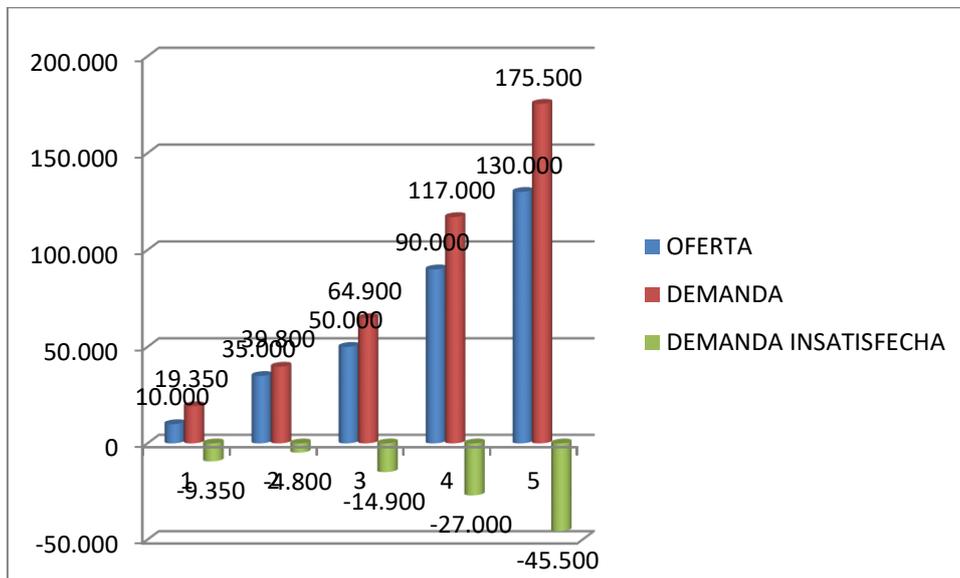
**Tabla N° 18: Demanda Insatisfecha**

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INST
2013	10.000	19.350	-9.350
2014	35.000	39.800	-4.800
2015	50.000	64.900	-14.900
2016	90.000	117.000	-27.000
2017	130.000	175.500	-45.500

**Fuente:** Cuadros de oferta y Demanda

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 23: Demanda insatisfecha**



Un análisis sencillo nos dice que existe demanda insatisfecha de productos computarizados, suministros y servicios en el cantón Macas.

#### **4.7. Estudio Técnico**

##### **4.7.1. Tamaño**

Dentro de los factores que determinan el tamaño de las empresas tenemos la demanda de los bienes y suministros, la facilidad de importar tecnología, y la capacidad financiera, la organización. Por lo tanto, el tamaño de TECHRESOURCES CIA. En la Ciudad de Macas será de 12.746,78 dólares en equipo, y suministros con lo cual se garantizará la operación en conjunto. (Ver anexo No. 2 lista de equipos y suministros)

#### **4.7.2. Localización**

Es el sitio óptimo donde se localizará la unidad de comercialización de la Empresa TECHRESOURCES CIA., la misma contribuye en mayor medida a que se logre una mayor rentabilidad del proyecto, por ello se ha establecido las siguientes fuerzas.

- Costos de transporte de suministros y equipos.
- La disponibilidad y costos relativos de la mano de obra
- Los factores ambientales a saber: terrenos y edificios, condiciones generales de vida, clima, facilidades administrativas, política de descentralización o de centralización, disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo (agua, luz, teléfonos, vías de comunicación, bomberos y otros); condiciones sociales y culturales (población, distribución, edad, actitud hacia la nueva empresa o negocio, calidad y confiabilidad en el personal potencial de la empresa, consideraciones legales y políticas.

Los grupos anteriores resumen los factores básicos o fuerzas que gobiernan corrientemente el análisis para la localización de una empresa o negocio.

#### **Para la localización del sitio específico (micro localización)**

- Localización urbana, o suburbana o rural
- Transporte del personal
- Policía y bomberos
- Costo de los terrenos ./ Cercanía a carreteras ./ Cercanía al aeropuerto
- Disponibilidad de vías férreas ./ Cercanía al centro de la ciudad
- Disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico)
- Condiciones de las vías urbanas y de las carreteras
- Disponibilidad de restaurantes
- Recolección de basuras y residuos
- Restricciones locales
- Impuestos
- Tamaño del sitio
- Forma del sitio
- Características topográficas del sitio

En función de las consideraciones expuestas se establece:

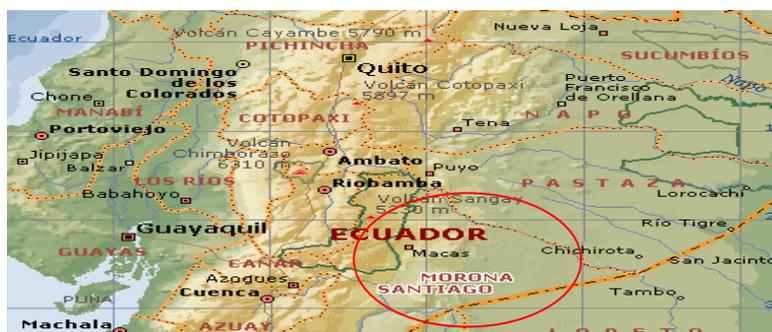
### A. La macro localización

La misma que tiene como objetivo identificar claramente la mejor localización para nuestro proyecto en base a un estudio de los problemas de espacio, los resultados económicos y costos en función de la distancia.

Este análisis se lo realizado para determinar la región del Ecuador en la cual se va a ubicar la empresa, y elegir a la que cumpla con un alto puntaje en sus especificaciones requeridas por la empresa.

La región que se ha elegido, es el Oriente ecuatoriano, la provincia de Morona Santiago una de las regiones que cumple con las expectativas en cuanto a tamaño de mercado, aceptación de la tecnología y crecimiento económico, aspectos fundamentales y de deseo de cualquier empresa que empieza a expandirse.

**Gráfico N° 24: Macro Localización-Morona Santiago**



Fuente: <http://www.google.com.ec/images>

### B. Micro Localización

El análisis de la localización se complica cuando se presentan fuentes alternativas de insumos, o mercados geográficamente distintos, o bien ambos. Para poder establecer una adecuada micro localización, se considera los posibles lugares en relación al listado de los factores relevantes de los lugares propuestos para la localización, luego se le asigna un peso que en la suma total nos debe dar 1,00 y una calificación que puede ir de 1 a 10 los cuales al ser multiplicados nos da la calificación ponderada, cuya sumatoria permitirá determinar la localización óptima del proyecto.

Para el efecto se ha considerado dos lugares básicos:

1.-Barrio Central (Zona A)

2.- Barrio 27 de Febrero, en las calles 10 De Agosto y Amazonas (Zona B)

**Tabla N° 19: Micro Localización**

<b>Factor</b>	<b>Peso</b>	<b>Zona Calificación</b>	<b>A Ponderación</b>	<b>Zona Calificación</b>	<b>B Ponderación</b>
<b>MP Disp.</b>	0,35	5	1,75	5	1,75
<b>Cercanía Mercado</b>	0,10	8	0,80	3	0,30
<b>Cos. Insum</b>	0,25	7	0,75	8	2,00
<b>Servicios B.</b>	0,10	2	0,20	4	0,40
<b>MO Disp</b>	0,10	5	1,00	6	1,60
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>5,50</b>		<b>6,05</b>

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

Aquí podemos observar que la mejor localización es la B, ya que su ponderación total es de 6,05, es decir que la sucursal de la Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA, estará ubicada en el barrio 27 de Febrero, en las calles 10 De Agosto y Amazonas, por ser una localidad que se encuentra en el sector comercial del cantón y a los consumidores de equipos informáticos, así como cuenta con los servicios básicos necesarios y mano de obra, factores necesarios para realizar negocios con eficiencia y eficacia.

## **RESUMEN DE LA LOCALIZACIÓN**

PAÍS: Ecuador

REGIÓN: Oriente

PROVINCIA: Morona Santiago

CANTÓN: Macas

DIRECCIÓN: 10 DE AGOSTO Y AMAZONAS, Barrio 27 de Febrero

## Gráfico N° 25: Micro Localización - Morona Santiago

### Morona Santiago



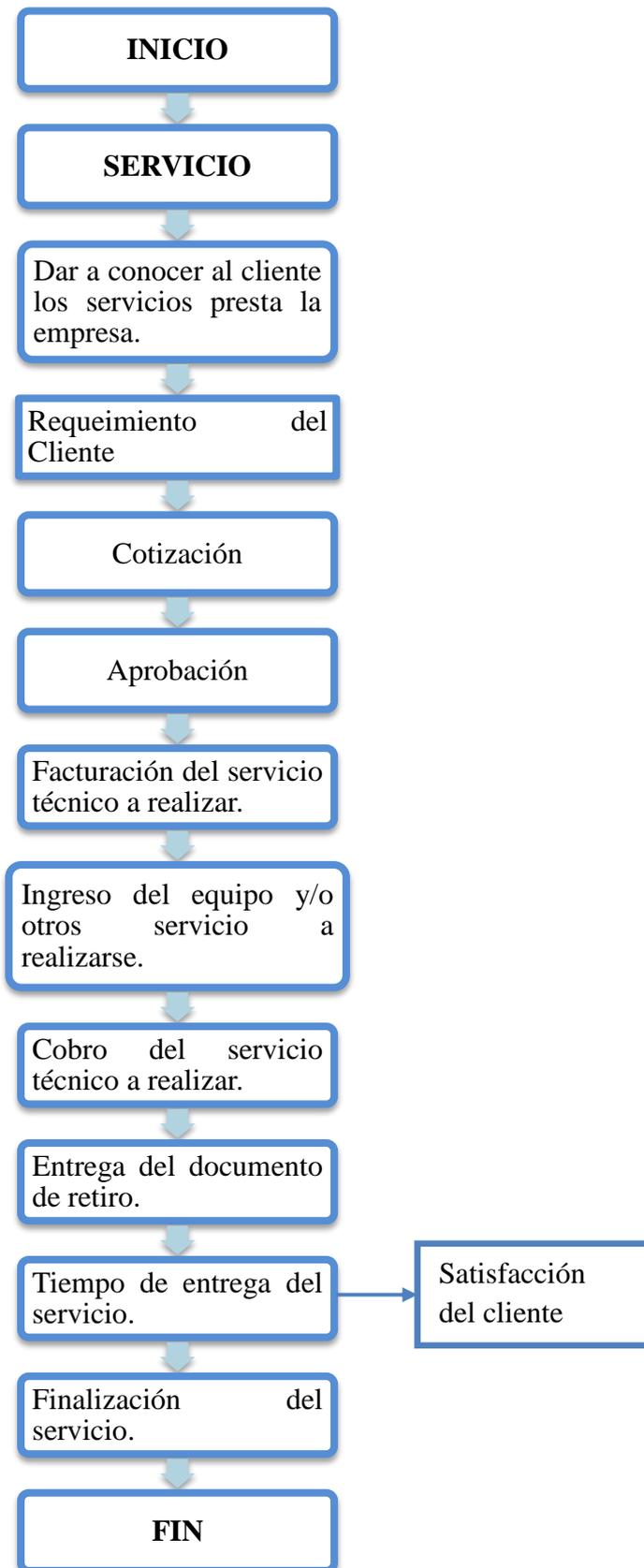
Fuente: <http://www.google.com.ec/images>

### 4.7.3. Ingeniería del Proyecto

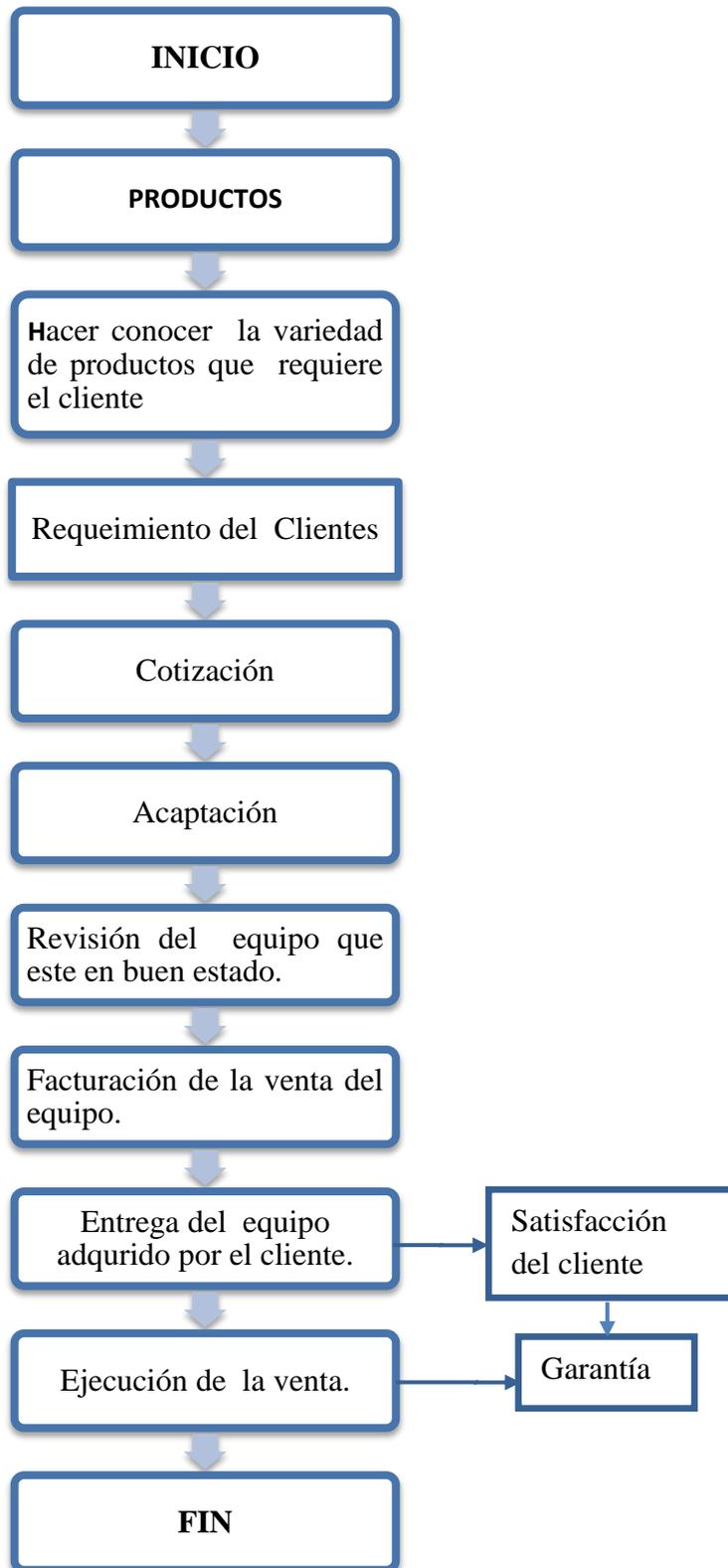
#### 4.7.3.1. Proceso de Producción.

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto, para generar el servicio a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos se convierten en satisfacción para los clientes mediante una determinada función de producción. TECHRESOURCES CIA LTDA. En la generación de sus servicios mantiene los siguientes procesos:

**Gráfico N° 26: Flujo de venta de servicio informático**



**Gráfico N° 27: Flujo de la venta de los productos**



#### 4.7.3.2. Recursos

Para realizar un adecuado estudio del tamaño del proyecto analizaremos las necesidades del proyecto en función de los siguientes requerimientos:

#### 4.7.3.2.1. Equipos de Computo

La Empresa TECHRESOURCES CIA LTDA. Brindará un servicio de calidad, con profesionales experimentados y utilizando recursos tecnológicos adecuados, los medios tecnológicos necesarios son los siguientes:

**Tabla N°20: Equipo de Computo**

<b>Concepto</b>	<b>Precio U. (\$.)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total (\$.)</b>
Computadores	712,50	4	2.850,00
Impresora multifuncional	350,00	1	350,00
Plasma 32"	570,00	1	570,00
<b>TOTAL</b>			<b>3.770,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### 4.7.3.2.2. Muebles y Equipos de Oficina

Los equipos de oficina y enseres, que serán necesarios para el normal funcionamiento de la empresa. Estos se detallan en el siguiente cuadro:

**Tabla N° 21: Muebles de Oficina**

<b>Concepto</b>	<b>Precio U. (\$.)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total (\$.)</b>
Escritorios de oficina	200,00	3	600,00
Mostrador	250,00	2	500,00
Butaca (Sala de espera) con 2 sillas	260,00	1	260,00
Estanterías (vitrinas)	350,00	8	2.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.160,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### 4.7.3.2.3. Talento Humano

La Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA. Deberá contar con personal para las actividades de apoyo como son administración, secretaria, técnico y contador.

A continuación se presenta el personal que requerirá la empresa, así como el sueldo destinado por los servicios que van a ofrecer.

**Tabla N° 22: Talento Humano**

<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Técnico	1	448,14	5.377,72
Director	1	1.146,18	13.754,20
Vendedor	1	772,23	9.266,80
<b>TOTAL</b>		<b>2.366,56</b>	<b>28.398,72</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### **4.7.3.2.4. Recursos Financieros**

Para la inversión del proyecto se hace necesario un desembolso de USD **28.376,33** que cubre los siguientes rubros.

**Tabla N° 23: Inversión Total**

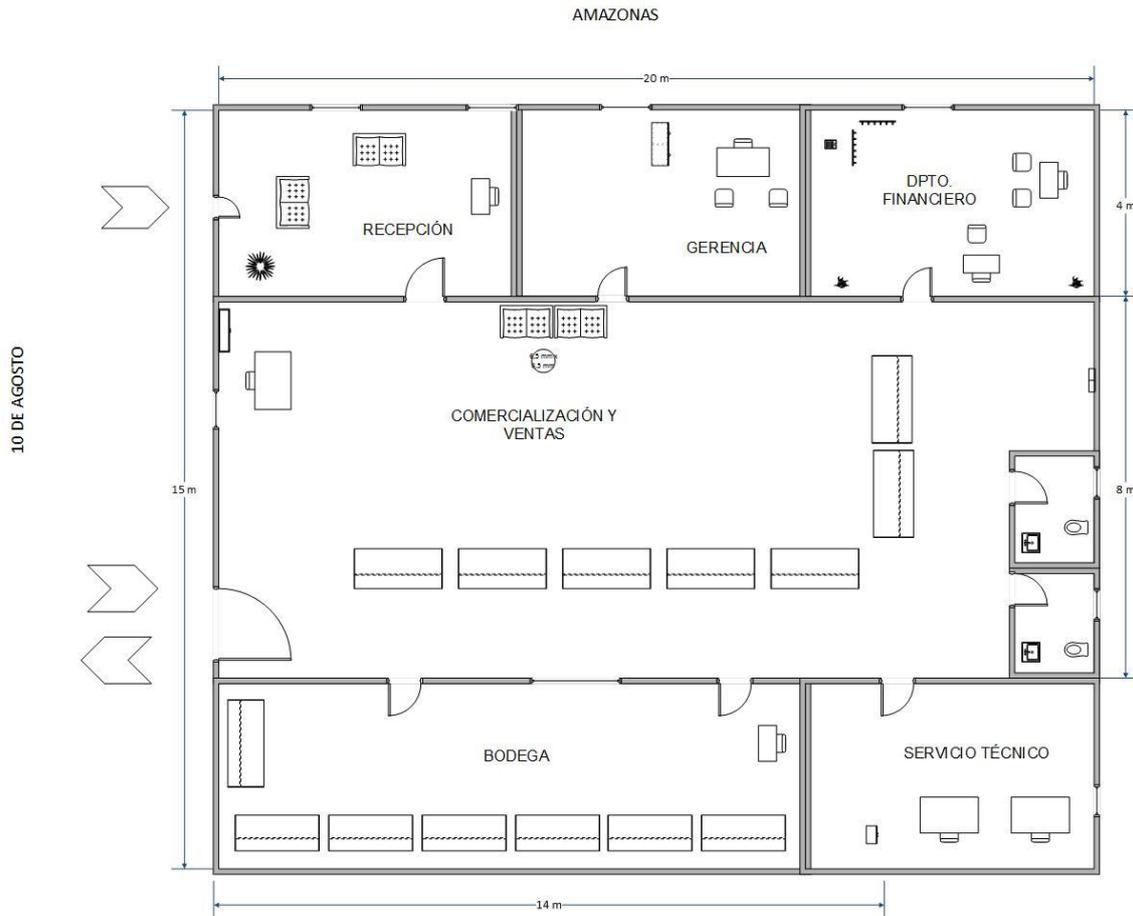
<b>FIJAS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>IMPORTE</b>
Obras Civiles	1.500,00
Muebles y Enseres	4.160,00
Equipo de Computo	3.770,00
<b>S. Total Inversiones</b>	<b>9.430,00</b>
<b>INTANGIBLES</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>IMPORTE</b>
Estudios	900,00
PERMISOS	45,00
<b>S. Total Inversiones</b>	<b>945,00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>IMPORTE</b>
Costos de Operación	13.839,77
Gastos Administrativos	2.444,33
Gastos de ventas	1.717,23
<b>S. Total Inversiones</b>	<b>18.001,33</b>
<b>Total Inversiones</b>	<b>28.376,33</b>

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

#### 4.7.4. Distribución en planta

La distribución en planta de la Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA, en la Ciudad de Macas es la siguiente:

## Gráfico N° 28: Distribución en planta



**Fuente:** Estudio de Localización

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

La planta posee dos divisiones:

1. División administrativa que consta de la Recepción, gerencia, departamento financiero, Comercialización.
2. División de productos y servicios.

El lugar determinado para la planta posee todos los servicios básicos, vías de acceso en buen estado, posee líneas telefónicas en buen estado.

#### **4.7.5. Estudio Administrativo / Legal**

##### **4.7.5.1. Misión**

"Proveer productos de avance necesarios para dotar a las empresas y familias de las herramientas necesarias para su desarrollo y conectividad, a través de la representación local de marcas líderes mundiales en Tecnología de la Información"

##### **4.7.5.2. Visión**

"Ser los Líderes en la importación y distribución de hardware y software para el mercado empresarial y familiar"

##### **4.7.5.3. Principios y Valores**

###### **4.7.5.3.1. Valores**

**Respeto.**-Respetar y aceptar sin condición alguna a las personas como seres humanos con derechos y deberes en un constante proceso de mejora espiritual y material.

**Honestidad:** Promover la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y credibilidad tanto a nuestros clientes, proveedores y colaboradores de la empresa.

**Responsabilidad.**-Cumplimiento con las funciones, objetivos y horarios asignados, brindando un buen servicio al cliente.

**Lealtad.**- Compromiso de los colaboradores que permanecen en la empresa en tiempos adversos y corresponden con honestidad y empeño.

**Trabajo en equipo:** Fomentar la creatividad, la motivación y el liderazgo colectivo, trabajando en equipo, avanzando en la humanización de la administración, obteniendo mayores niveles de productividad y mejorar la prestación del servicio.

#### **4.7.5.3.2. Principios**

- Todos los que forman parte de Recursos Tecnológicos Abiertos-TECHRESOURCES CIA. LTDA, deberán colaborar conjuntamente en equipo para maximizar el crecimiento de la misma.
- Los colaboradores que forman parte de Recursos Tecnológicos Abiertos-TECHRESOURCES CIA. LTDA, tienen que brindar un trato justo a todas las personas, así mismo actuar con integridad ante todas las situaciones que se presenten.
- Trabajar con sentido de pertenencia de la empresa.
- Los colaboradores de Recursos Tecnológicos Abiertos-TECHRESOURCES CIA. LTDA, deberán realizar trabajos con calidad, seguridad y cuidando por su seguridad personal y de la empresa.
- La Empresa realizara reuniones mensuales con todos los colaboradores, para evaluar su desempeño, y el cumplimiento de los procesos.

#### **4.7.6. Objetivos para el Primer Año**

- Distribuir productos y servicios informáticos de alta calidad en el mercado de la Ciudad de Macas.
- Lograr competitividad en el mercado, siendo los primeros en innovación de los sistemas computarizados en el mercado.
- Ser reconocidos por la comunidad de Macas, a través del apoyo integral a todas sus necesidades en materia informática.

#### **4.7.7. Estructura Organizacional**

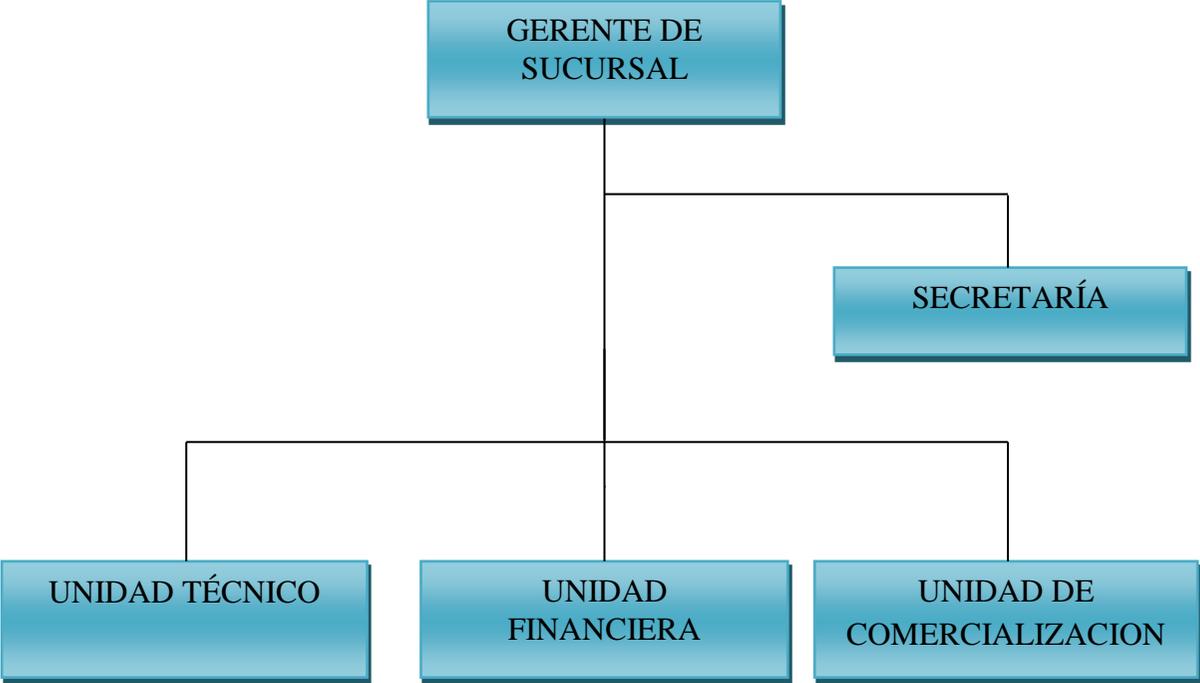
##### **4.7.7.1. Organigrama Estructural**

El organigrama estructural de la organización prevista, considerando la incidencia en los costos de operación del proyecto, donde se definirá claramente al responsable del proyecto y sus diferentes colaboradores.

#### **4.7.7.2. Organigrama funcional**

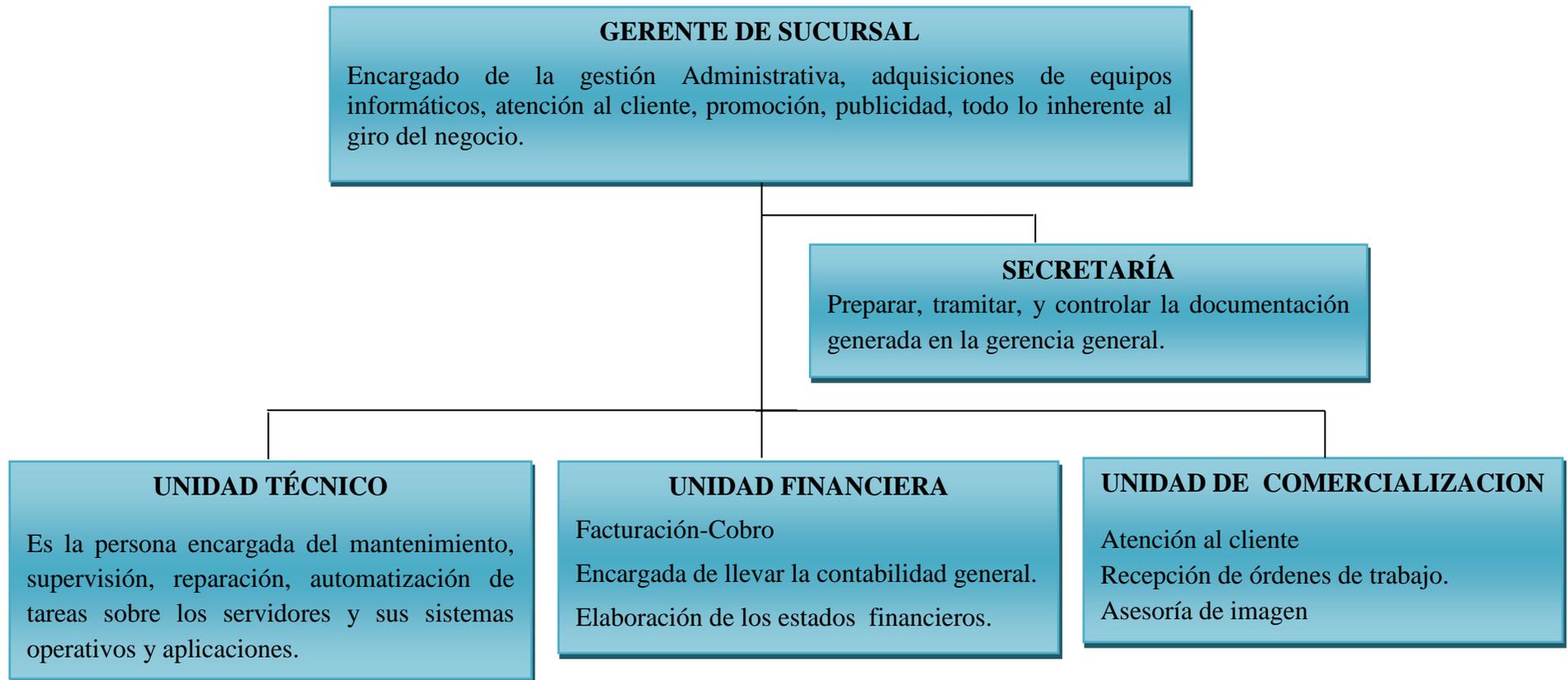
El organigrama funcional donde se describe cada una de las responsabilidades que tendrá cada persona dentro de la organización, facilitando la capacitación a los colaboradores de los diferentes niveles operativos que existen en la organización, facilitando el trabajo de todos los operarios.

**Gráfico N° 29: Organigrama Estructural**



**Fuente:** TECHRESOURCES CIA  
**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gráfico N° 30: Organigrama Funcional**



**Fuente:** TECHRESOURCES CIA

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Gerente.-** Es responsable de dirigir las actividades que ayudan a las organizaciones para lograr alcanzar sus objetivos.

**Secretaria.-** Coordinar el propio trabajo con el de otras personas para el logro de objetivos en común, a través de la colaboración y el intercambio de ideas y recursos.

**Unidad Técnica.-** Es el encargado de realizar la instalación de programas esenciales para el uso cotidiano del PC, tales como editores de texto, antivirus, reproductores de audio y vídeo, sistemas operativos, juegos, navegadores y otras herramientas de trabajo.

**Unidad Financiera.-** Operar e interpretar la contabilidad de una organización, con la finalidad de producir informes para la gerencia y para terceros que sirvan en la toma de decisiones.

**Unidad Comercialización.-** Su cargo se centra en la maximización de valor para el consumidor, la satisfacción plena de este con el fin de elevar la rentabilidad de la propia empresa por el incremento de su participación en el mercado informático.

#### **4.7.8. Tramitología:**

Los trámites necesarios para la apertura de la sucursal de TECHRESOURCES CIA. LTDA. En la Ciudad e Macas es necesario lo siguiente:

✓ **Actualización del RUC**

Documentos	
Formulario, dependiendo del caso:	RUC01-A y RUC01-B ( <a href="http://www.sri.gob.ec/web/10138/96">http://www.sri.gob.ec/web/10138/96</a> ): Deben ser firmados por el representante legal, apoderado o liquidador; según corresponda.
	RUC01-A: Debe estar firmado por el representante legal, apoderado o liquidador; según corresponda. Se presentará solo este formulario cuando existan cambios en las secciones A, B, C, D, E, F, G y H.
	RUC01-B: Deben ser firmados por el representante legal o apoderado, o liquidador; según corresponda. Se presentará solo este formulario cuando existan cambios en los establecimientos que no correspondan a la matriz y/o cuando se incrementen actividades que no correspondan a la actividad principal.
Identificación Representante Legal o Apoderado o liquidador	Si usted es ecuatoriano o extranjero Residente: Original de la cédula de identidad de ciudadanía vigente. Para extranjeros no residentes Original del pasaporte y tipo de visa vigente (excepto la tipo 12-X de transeúntes). Solo ecuatorianos: Original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial, o el pasaporte con el registro de salida e ingreso sellado por Migración. En caso de pérdida, un certificado emitido por la autoridad competente.
Original y copia del documento que respalde el cambio de información que desea realizar (deben guardar relación con los requisitos de inscripción)	

Los formularios se visualizan en los Anexos N° 3 (RUC 01-A) y 4 (RUC 01-B), documentos otorgado por el SRI.

✓ **Permiso de funcionamiento de bomberos (Ciudad de Macas)**

1. Registro Único Contribuyente (RUC) o RISE.
2. Hoja de Inspección Aprobada.
3. Calificación Artesanal Actualizada (Si es Artesano)
4. Permiso del año anterior (cuando aplique)
5. Pago de la tasa anual según la actividad de comercialización dependiendo el tipo del negocio en la Ciudad de Macas.

## ✓ **Patente**

Si se desea realizar una inscripción para obtener la patente por primera vez, es obligatorio cumplir con lo siguiente:

1. Formulario de solicitud de patente, debidamente completado y Firmado por el Contribuyente, proporcionado por la Unidad de Rentas y Patentes.
2. Fotocopia Cedula de identidad del contribuyente.
3. Autorización o informe Sanitario, según corresponda, una vez que la Dirección de Obras Municipales ha autorizado el Local Comercial.
4. Certificado de Avalúo de la propiedad entregado por el S.I.I, que evidencia el destino habitacional de la Propiedad. o contrato de arrendamiento

Al poseer ya la patente de la empresa en la Ciudad de Quito (matriz) se utilizara la misma para la sucursal. Ver Anexo N° 5

### **4.8. Estudio Ambiental**

El Estudio de Impacto Ambiental, que se va a realizar a la Empresa Recursos Tecnológicos Abiertos TECHRESOURCES CIA. LDTA en la Ciudad de Macas, provincia Morona Santiago, tiene como objetivo realizar un análisis general que posibilite solucionar eficientemente los posibles riesgos que pudieran generarse como consecuencia de las actividades operacionales.

La calidad ambiental es una de las grandes aspiraciones de la humanidad ya que la contaminación ambiental es un problema mundial, y es el deber de toda empresa evitar o subsanar los ambientes que contamine.

Según información obtenida se considera que el proyecto para la nueva Sucursal de la Empresa Recursos Tecnológicos Abiertos TECHRESOURCES CIA. LDTA, afecta al medio ambiente de forma indirecta, relacionada con el proceso de fabricación de los productos y priorizará la comercialización de productos ecológicamente responsables.

Se elabora unas posibles contingencias ante los interrogantes de un Impacto Ambiental.

### **¿Cómo es que el uso de las computadoras contamina?**

La contaminación por parte de las computadoras se da con el desperdicio de energía: Una computadora de escritorio promedio desperdicia casi la mitad de la energía que consume, mientras que un servidor desperdicia un tercio, por lo que se incrementa el costo en electricidad y la emisión de gases nocivos para el planeta.

#### **Acciones correctivas a considerarse en el uso de las computadoras**

- Ante esta situación en el proyecto se plantea utilizar tecnología de punta de manera que no afecte al medio ambiente.
- Preferir tecnología “ahorradora de energía”.
- Configurar el software para ahorrar energía en su PC (modo “dormir” o “hibernar”), esto reduce hasta en un 60% el consumo energético.
- Apagar el monitor, modem e impresora cuando no se esté utilizando.

### **¿Cómo afectan los desechos electrónicos al medio ambiente?**

Ninguno de los aparatos eléctricos o electrónicos en uso representa riesgos de contaminación por sí solos, pero al ser desechados ya sea por obsolescencia o por descompostura, son mezclados con la basura normal y por lo tanto se les da el mismo tratamiento, el cual resulta inadecuado, pues estos dispositivos contienen elementos tóxicos y contaminantes que al romperse por golpes o desgaste de la carcasa contenedora se liberan y contaminan el suelo, subsuelo, agua y aire y que posteriormente causan daños a la salud de las personas.

#### **Acciones correctivas en los desechos electrónicos**

La prevención en este caso es

- Proporcionar a los clientes consejos, sugerencias y facilidades para reciclar los equipos.
- Al adquirir un equipo nuevo, si ya no ocupas el que tenías, dónalo a alguien que lo necesite. Si aún se encuentra en condiciones generales funcionales, incluso la puedes vender.

- Si el equipo definitivamente no sirve, podemos sacarle los componentes que aun funcionen y reutilizarlos, y lo que definitivamente no sirve desecharlo de manera segura.
- Donar equipo obsoleto o descompuesto a instituciones que se dedican a reparar y reutilizar con fines sociales.

### **¿Principales elementos tóxicos contenidos en las computadoras y como afectan al medio ambiente?**

A continuación se muestra una tabla que contiene los principales elementos contaminantes que se encuentran en las computadoras y que al ser desechados los equipos van a dar al medio ambiente, contaminándolo y generando riesgos para la salud de las personas que entran en contacto con ellos, también se especifica en que partes de las computadoras se encuentran los elementos y de qué manera afectan a las personas y al planeta.

<b>Elemento</b>	<b>De donde proviene</b>	<b>Como daña a las personas</b>	<b>Como daña al planeta</b>
Plomo	Monitores (Tubo de rayos catódicos), tarjetas de circuitos y chips.	Cáncer y defectos de nacimiento.	Contamina el subsuelo y agua
Neurotóxicas	Monitores	Afecta el sistema nervioso.	Contamina el aire
Cadmio	Monitores, tarjetas de circuitos y chips	Daña pulmones y riñones	Contamina el aire, subsuelo y agua.
Plástico quemado	Monitores, teclados, ratones, etc.	Sustancias cancerígenas	Contamina el subsuelo, aire y agua.
Mercurio	Tarjetas de circuitos	Cáncer	Contamina el subsuelo y agua.
Arsénico	Tarjetas de circuitos y chips	Cáncer	Contamina el subsuelo y agua.

Los residuos que se generen de la actividad de mantenimiento, y gestión administrativa, serán reciclados o recolectados en fundas de polipropileno y entregados a los carros recolectores de desechos de la ciudad.

## 4.9. Estudio Financiero

En este estudio se presenta de manera clara y detallada la inversión y el financiamiento de los elementos que participan en la estructura financiera, a fin de conocer de manera precisa los costos y gastos en los que el proyecto incurrirá.

### 4.9.1. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

Una vez investigado el mercado al que se pretende ingresar, los condicionantes técnicos, los aspectos legales, se procede a determinar el monto necesario para la ejecución del proyecto y su financiamiento.

### 4.9.2. Inversión total

Para obtener la inversión total requerida en la implementación para la nueva Sucursal de la Empresa Recursos Tecnológicos Abiertos TECHRESOURCES CIA. LDTA, resulta necesario conocer los valores totales de los rubros que ésta comprende, como se muestra en el siguiente cuadro.

**Tabla N° 24: Inversión Total**

<b>INVERSIONES</b>	<b>VALORES</b>
FIJAS	\$ 9.430,00
INTANGIBLES	\$ 945,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 18.001,33
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 28.376,33</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### 4.9.2.1 Inversión en activos fijos

Es la parte de la inversión que se destina a la adquisición de todos los activos fijos que se requieren.

**Tabla N° 25: Obras Civiles**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Pintura	m2	10	\$ 120,00	\$ 1.200,00
Instalaciones eléctricas	puntos	10	\$ 9,08	\$ 90,80
Remodelaciones	m2	25	\$ 5,51	\$ 137,75
<b>Subtotal</b>				\$ 1.428,55
Imprevistos 5%				\$ 71,43
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.500,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Tabla N° 26: Muebles y Equipos de Oficina**

<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio U. (\$.)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total (\$.)</b>
Escritorios de oficina	Unidad	200,00	3	600,00
Mostrador	Unidad	250,00	2	500,00
Butaca (Sala de espera) con 2 sillas	Unidad	260,00	1	260,00
Estanterías (vitrinas)	Unidad	350,00	8	2.800,00
<b>TOTAL</b>				<b>4.160,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Tabla N° 27: Equipo de Computo**

<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio U. (\$.)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total (\$.)</b>
Computadores	Unidad	712,50	4	2.850,00
Impresora multifuncional	Unidad	350,00	1	350,00
Plasma 32"	Unidad	570,00	1	570,00
<b>TOTAL</b>				<b>3.770,00</b>

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

**Tabla N° 28: Inversión Total Fija**

<b>DETALLE</b>	<b>IMPORTE</b>
OBRAS CIVILES	\$ 1.500,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.160,00
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 3.770,00
<b>S. Total Inversiones</b>	<b>\$ 9.430,00</b>

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

#### 4.9.2.2 Inversión en activos diferidos

Constituye aquella parte de la inversión que se destina a la contratación de activos diferidos o intangibles.

**Tabla N° 29: Inversión Diferida**

<b>DETALLE</b>	<b>IMPORTE</b>
Estudios	\$ 900,00
Permisos	\$ 45,00
<b>S. Total Inversiones</b>	<b>\$ 945,00</b>

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

Fuente: Ciudad de Macas.

### **4.9.2.3 Inversión en capital de trabajo**

El capital de trabajo corresponde a la cantidad de dinero requerida para que la empresa pueda funcionar normalmente durante un período de tiempo, antes de generar ingresos por la prestación de servicios.

**Tabla N° 30: Costos de Operación, Gastos Administrativos, Gastos de ventas**

<b>CONCEPTO</b>	<b>Parcial (\$)</b>	<b>Sub total (\$)</b>	<b>Total (\$)</b>
<b>1 COSTO DE OPERACIÓN</b>			<b>13.839,77</b>
<b>Costos directos</b>		<b>13.219,92</b>	
- Materiales directos	12.746,78		
- Electricidad	25,00		
- Mano de obra directa	448,14		
<b>Costos indirectos</b>		<b>619,84</b>	
- depreciaciones y amortizaciones	151,00		
- Mantenimiento	100,00		
- Seguros de la planta	50,00		
- mano de obra indirecta	319,00		

<b>2 COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>			<b>2.444,33</b>
<b>Gastos de administración</b>		<b>2.444,33</b>	
- Sueldos y salarios	1.594,33		
- Útiles de aseo	50,00		
- Papelería	15,00		
-Servicios básicos	15,00		
- Alquileres	50,00		
- Gastos organización	620,00		
- Otros gastos	100,00		

<b>3 COSTOS DE VENTA</b>			<b>1.717,23</b>
<b>Gastos de venta</b>		<b>1.717,23</b>	
- Sueldos y salarios	772,23		
- Útiles de aseo	50,00		
- Útiles de oficina	50,00		
- Papelería	25,00		
- Servicios Básicos	35,00		
- Alquileres	450,00		
- Transporte y Fletes	50,00		
- Publicidad	200,00		
- Impuestos	35,00		
- Otros gastos de ventas	50,00		

Para la consecución del proyecto, se considera necesario contar con un capital de trabajo para realizar un mes de actividad, dinero que será empleado en Costos de Operación, gastos administrativos y de ventas, requerimientos que se encuentran calculados posteriormente en el punto Costos e Ingresos del Proyecto.

**Tabla N° 31: Inversión en Capital de Trabajo**

<b>DETALLE</b>	<b>IMPORTE (\$)</b>
Costos de Operación	13.839,77
Gastos Administrativos	2.444,33
Gastos de ventas	1.717,23
<b>S. Total Inversiones</b>	<b>18.001,33</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Fuente:** Cuadro de inversiones

#### **4.9.3. Financiamiento**

Después de calcular el monto total requerido para que el negocio empiece a funcionar, es importante conocer las fuentes existentes para obtener financiamiento, estas son, aporte directo por parte de los socios, crédito con proveedores, casas comerciales o entidades financieras ya sean la Banca Privada, Cooperativas de Ahorro y Crédito u Organismos Financieros Gubernamentales.

La necesidad de financiamiento en la Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA, nos lleva a determinar la siguiente estructura:

**Tabla N° 32: Financiamiento**

FUENTE	Inversión Fija (\$)		Capital de Trabajo (\$)		TOTAL (\$)
	Inversión	%	Inversión	%	
Aporte propio	12.746,78	100	0	0	12.746,78
Préstamo	0	0	15.629,55	100	15.629,55
Total	12.746,78	100	15.629,55	100	28.376,33

**Fuente:** Cuadro de inversiones

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

## FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El monto a financiarse será de 15.629,55 dólares a través de un crédito productivo en la cooperativa de ahorro y crédito Pastaza a una tasa del 16% y un periodo de 3 años, crédito que genera la siguiente tabla de amortización.

## AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

En las consideraciones del crédito se establece la cuota fija para el cálculo de la misma.

Pagando cuotas de 548 dólares mensuales. En la tabla de amortización el cálculo es anual.

**Formula:**

$$CF = Dx \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

DX=	15.629,55
i=	0,16
n=	3
CF=	6.959,00

**Tabla N° 33: Amortización de la Deuda**

<b>Periodo</b>	<b>Deuda (\$)</b>	<b>Intereses (\$)</b>	<b>Amortización (\$)</b>	<b>Cuota fija (\$)</b>
0	15.630,00			
1	11.171,00	2.501,00	4.458,00	6.959,00
2	5.999,00	1.787,00	5.172,00	6.959,00
3	0	960,00	5.999,00	6.959,00
<b>TOTAL</b>		<b>5.248,00</b>	<b>15.630,00</b>	<b>20.878,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

En la siguiente tabla muestra la situación que genera los gastos financieros del proyecto los mismos que son los intereses que se deben pagar por los préstamos obtenidos y son: Intereses a corto que se generan de 1 a 12 meses en el primer año, largo plazo de los intereses se que generan de los próximos años a partir del segundo y tercer año y otros gastos son gastos administrativos por consecución del crédito.

**Tabla N° 34: Gastos Generales**

<b>Gastos financieros</b>	<b>Periodo Anual</b>		
- Intereses a corto plazo	1	2.501,00	2.501,00
- Intereses a largo plazo	2	1.787,00	2.747,00
	3	960,00	
- Otros		50,00	50,00
<b>TOTAL</b>		<b>5.298,00</b>	<b>5.298,00</b>

**Fuente:** Tabla de amortización de la deuda

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

#### **4.9.4. Costos e Ingreso del Proyecto**

La determinación de los costos surgen como consecuencia lógica y fundamental de los estudios anteriores, puesto que este estudio permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios permitiéndonos responder las interrogantes, donde, como y con que instalar el proyecto.

#### 4.9.4.1 Costos

Se define al costo como la suma de inversiones que la empresa realiza para prestar el servicio deseado, valor recuperable y del cual se obtiene una rentabilidad que permite incrementar el capital operativo y continuar con el desarrollo empresarial.

#### 4.9.4.2 Costos de operación

El costo de operación se compone de los valores desembolsados para posibilitar el proceso de venta de bienes a los clientes; continuación se muestra el resumen de dichos rubros:

##### a. Material directo:

Este rubro que constituye las mercaderías es el costo unitario de cada material directo que se necesita para llevar a cabo las funciones de comercialización en la nueva sucursal, los mismos se los obtuvo en base a las facturas de compras, su resultado 12.746,78 dólares para el primer año, en función de las especificaciones que se pueden observar en el Anexo N° 2.

##### b. Mano de obra directa:

El costo de la mano de obra requerida en la Sucursal para prestar los servicios como Técnico en el área de producción.

**Tabla N° 35: Mano de obra directa mensual – Expresado en dólares**

PERSONAL	C.	SUELDO MENS.	TOTAL	12,15% IESS	XIII SUELDO	XIV SUELDA	VACAC	T. MENS	T. A.
Técnico	1	340,00	340,00	41,31	28,33	24,33	14,17	448,14	5.377,72

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

**Tabla N° 36: Costo de Operación mensual – Expresado en dólares**

CONCEPTO	Parcial (\$)	Sub total (\$)	Total (\$)
<b>1 Costo de Operación</b>			<b>13.839,77</b>
<b>Costos directos</b>		<b>13.219,92</b>	
- Materiales directos	12.746,78		
- Electricidad	25,00		
- Mano de obra directa	448,14		
<b>Costos indirectos</b>		<b>619,84</b>	
- Depreciaciones y amortizaciones	151,00		
- Mantenimiento	100,00		
- Seguros de la planta	50,00		
- Mano de obra indirecta	319,00		

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

#### 4.9.5. Depreciaciones y Amortizaciones.

##### 1. Depreciaciones

La depreciación es la pérdida de valor de los activos fijos como consecuencia del uso en los distintos procesos

Al existir varias formas de calcular la depreciación, se debe observar que el método más utilizado en proyectos es el Lineal, mediante el cual se hacen depósitos anuales iguales en el fondo para depreciación durante la vida útil del activo, sobre ello hay que considerar los límites fijados por la ley (régimen tributario interno):

Edificios:	5% anual
Vehículos:	20% anual
Maquinaria, equipo, muebles, etc.	10% anual
Equipos de cómputo:	33% anual

**Tabla N° 37: Depreciaciones**

<b>RUBRO</b>	<b>Años</b>	<b>Valor (\$)</b>	<b>%</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>V. residual (\$)</b>
Obras Civiles	10	1.500	10%	150	150	150	150	150	750
Muebles y Enseres	10	4.160	10%	416	416	416	416	416	2.080
Equipo de Computo	3	3.770	33%	1.244,1	1.244,1	1.244,1	0	0	37,7
		<b>9.430</b>		<b>1.810,10</b>	<b>1.810,10</b>	<b>1.810,10</b>	<b>566</b>	<b>566</b>	<b>2.867,70</b>

**Fuente:** Cuadro de inversiones

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

## 2. Calculo de las Amortizaciones

Las amortizaciones se aplica a los activos diferidos como seguros, gastos constitución, estudios, entre otros.

**Tabla N° 38: Amortizaciones**

<b>Detalle</b>	<b>Inversión</b>	<b>Años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Amortización anual	\$ 945,00	5	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00	\$ 189,00
Amortización acum.			\$ 189,00	\$ 378,00	\$ 567,00	\$ 756,00	\$ 945,00
<b>Total</b>	<b>\$ 945,00</b>						

**Fuente:** Inversiones Intangibles

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

### ➤ Costo de administración.

Aquellos que se incurren en la administración y son: Sueldos y salarios del gerente, y de una secretaria-contadora, útiles de oficina, utilería, servicios básicos, seguros de organización de la empresa, cargos por depreciación y amortización lo cual no da un total en Gastos de Administración de \$ 2.444,33.

✓ **Sueldos y Salarios:**

Para el cálculo del sueldo de los empleados se consideró el salario mínimo vital y los beneficios vigentes a la presente fecha según el código del trabajo. Se lo describe en el siguiente cuadro.

**Tabla N° 39: Sueldos y Salarios mensual – Expresado en dólares**

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	<b>C.</b>	<b>SUELDO MENS.</b>	<b>TOTAL</b>	<b>12,15% IESS</b>	<b>XIII SUELDO</b>	<b>XIV SUELDA</b>	<b>VACAC</b>	<b>T MENS</b>	<b>T. A.</b>
Técnico	1	340,00	340,00	41,31	28,33	24,33	14,17	448,14	5.377,72
Gerente	1	900,00	900,00	109,35	75,00	24,33	37,50	1.146,18	13.754,20
Contador-Secretaria	1	340,00	340,00	41,31	28,33	24,33	14,17	448,14	5.377,72
Vendedor	1	600,00	600,00	72,90	50,00	24,33	25,00	772,23	9.266,80
								<b>2.814,70</b>	<b>33.776,44</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

✓ **Útiles de aseo**

Dentro del rubro, útiles de aseo se ha tomado en cuenta los que son necesarios para el mantenimiento del local: Área Administrativa y área de venta considerando un valor de 50 dólares mensuales.

**Tabla N° 40: Útiles de Aseo mensual – Expresado en dólares**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Escobas	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Trapeadores	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Recogedor	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Fresklin Industrial	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Jabón Industrial liquido	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Cloro Industrial	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Toallas	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Papel Higiénico	10	\$ 0,40	\$ 4,00
Ambiental	2	\$ 1,31	\$ 2,62
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 47,62</b>
5% de Imprevistos			\$ 2,38
<b>Total</b>			<b>\$ 50,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

✓ **Papelería y Útiles de Oficina**

Son necesarios tanto en el área Administrativa como en el área de Venta por ende especificamos en el siguiente cuadro lo requerido con su respectivo costo.

**Tabla N° 41: Papelería y Útiles de Oficina mensual – Expresado en dólares**

<b>Detalles</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Resmas de Papel Boom	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Esferos	10	\$ 0,30	\$ 3,00
Lápices	10	\$ 0,20	\$ 2,00
Perforadoras	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Grapadoras	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Carpetas	100	0,20	\$ 20,00
Folders	10	2,50	\$ 25,00
Separadores de hojas	10	\$ 1,50	\$ 15,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 90,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

✓ **Servicios básicos**

Para el cálculo de los Servicios Básicos, agua, luz y teléfono se tomó como referencia un valor promedio de consumo mensual de \$ 50,00 dólares para el área Administrativa y de venta.

**Tabla N° 42: Servicios Básicos mensual – Expresado en dólares**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR (\$)</b>	<b>MES</b>	<b>TOTAL (\$)</b>
Agua	7,00	1	7,00
Luz	15,00	1	15,00
Teléfono	28,00	1	28,00
<b>TOTAL</b>			<b>50,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

✓ **Alquileres**

El arriendo del local tiene un valor de \$ 500,00 dólares mensuales para su funcionamiento incluye Administración y ventas.

**Tabla N° 43: Alquiler del Local USD**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR (\$)</b>	<b>MES</b>	<b>TOTAL (\$)</b>
Alquiler	1	500,00	500,00
<b>TOTAL</b>			<b>500,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

✓ **Gastos organización**

Se contemplan los valores correspondientes a los diferentes permisos de funcionamiento los mismos que se dan por el inicio a la apertura de la nueva sucursal, los cuales se detallan en el siguiente cuadro, valores que tendrán su variación a los pagos posteriores.

**Tabla N° 44: Gastos organización Anual– Expresado en dólares**

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL (\$)</b>
Permiso Bomberos	50,00
Patente municipal	90,00
Imprevistos	480,00
<b>TOTAL</b>	<b>620,00</b>

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

**Fuente:** Gobierno Municipal del cantón Morona

➤ **Gasto de ventas.**

Son aquellos gastos en que incurre una empresa para vender su producción y son: Sueldos y salarios, comisiones a vendedores, prestaciones sociales, útiles de aseo, papelería, servicios básicos, alquileres, transportes y fletes, viáticos y gastos de viaje, publicidad, seguros, impuestos, depreciación vehículo de reparto, etc.

**Tabla N° 45: Gastos de Ventas mensuales – Expresado en dólares**

<b>3 GASTOS DE VENTA</b>			<b>1.717,23</b>
<b>Gastos de venta</b>		<b>1.717,23</b>	
- Sueldos y salarios	772,23		
- Útiles de aseo	50,00		
- Útiles de oficina	50,00		
- Papelería	25,00		
- Servicios Básicos	35,00		
- Alquileres	450,00		
- Transporte y Fletes	50,00		
- Publicidad	200,00		
- Impuestos	35,00		
- Otros gastos de ventas	50,00		

**Elaborado por:** William Tayupanda y María Espinoza

➤ **Gasto Financiero.**

Los gastos financieros del proyecto son los que se generan de los intereses del préstamo, los mismos que se deben pagar a corto y largo plazo.

Los intereses de corto plazo son los que debemos pagar en el primer año considerándose un valor de 2.501,00. En el largo plazo el interés es de 2.747,00 que corresponde a los años siguientes.

**4.9.6. Ingresos**

Para realizar la proyección de los ingresos, se tomó los datos de la Participación del Mercado, (Ver Anexo N° 2), el resultado obtenido de esta operación mostró los ingreso totales del proyecto, los mismos que han sido proyectados para el estudio.

#### **4.9.7. EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera, tiene por finalidad conocer la rentabilidad del proyecto a partir de las Inversiones y de los costos e ingresos que se han producido en la ejecución del mismo, esto se conseguirá a través de la aplicación y análisis de instrumentos financieros a utilizarse, como: Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados, Flujos de Caja, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Periodo de Recuperación del Inversionista, Indicadores Financieros.

##### **4.9.7.1 Estado de situación inicial**

El estado de situación inicial, es un documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un período determinado, consta de tres partes, activo, pasivo y capital contable.

El activo muestra los bienes tangibles o intangibles de la compañía, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. El capital contable, se conforma de las aportaciones de los socios.

**Tabla N° 46: Estado De Situación Inicial**  
**Del 1 enero al 31 de Diciembre**  
**Expresado en dólares**

<b>ACTIVO</b>		
<b>Activos Corrientes</b>		<b>\$ 18.001,33</b>
Capital de Trabajo	\$ 18.001,33	
<b>Activos Fijos</b>		<b>\$ 9.430,00</b>
Obra civil	\$ 1.500,00	
Equipos de computo	\$ 4.160,00	
Muebles y enseres	\$ 3.770,00	
<b>Activos Diferidos</b>		<b>\$ 945,00</b>
Permisos de funcionamiento	\$ 900,00	
Elaboración del Software	\$ 45,00	
Subtotal		
<b>Total Activos</b>		<b>\$ 28.376,33</b>
<b>PASIVOS</b>		
Pasivo Corriente		4.458,00
Préstamo a largo plazo		\$ 11.171,09
Total Pasivo		<b>\$ 15.629,55</b>
<b>PATRIMONIO</b>		<b>\$ 12.746,78</b>
Aporte Propio	\$ 12.746,78	
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>		<b>\$ 28.376,33</b>

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

#### 4.9.7.2 Estado de resultados

El objeto de elaborar el estado de resultados es determinar la utilidad neta del proyecto, la misma que se la obtiene al restar de los ingresos, los costos, resultado al que se le denomina utilidad Operacional, valor al cual se le descuenta el 25% del impuesto a la renta y el 15% de participación de los empleados.

En el Estado de Resultados se refleja las operaciones de precio \* cantidad multiplicado por 12 meses, los precios están en función del costo variable de cada producto + el porcentaje de utilidad establecido (30%).  $\$ 18.532,61 * 12 = \$222.391,33$ . Ver anexo No.2 Listado de equipos y suministros informáticos.

Las unidades vendidas (Ventas Totales) tienen un incremento del 2.8% porcentaje que corresponde a la tasa de crecimiento Poblacional de la Ciudad de Macas, la cual se

consideró para la proyección de la misma, durante los próximos 5 años de vida del presente proyecto.

Se proyecta los precios utilizando el índice inflacionario de enero del 2014 (2,74% al 31 de diciembre del 2013) provocando el incremento correspondiente para todos los años en los rubros de ingresos o de egresos.

## Estado de Resultados

**Tabla N° 47: Estado de Pérdidas y Ganancias**

**Del 1 enero al 31 de Diciembre**

**Expresado en dólares**

	<b>AÑO1 (\$)</b>	<b>AÑO2 (\$)</b>	<b>AÑO3 (\$)</b>	<b>AÑO4 (\$)</b>	<b>AÑO5 (\$)</b>
VENTAS	228.618,29	234.882,43	241.318,21	247.930,33	254.723,62
COSTO DE VENTAS	157.152,50	161.395,62	165.753,30	170.228,64	174.824,81
<b>VENTAS BRUTAS</b>	<b>71.465,79</b>	<b>73.486,81</b>	<b>75.564,91</b>	<b>77.701,69</b>	<b>79.898,80</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	29.331,92	30.135,61	30.961,33	31.809,67	32.681,26
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	20.606,80	21.171,43	21.751,52	22.347,52	22.959,84
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	5.247,99	1.787,38	959,89	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMP Y PART	<b>16.279,08</b>	<b>20.392,39</b>	<b>21.892,17</b>	<b>23.544,50</b>	<b>24.257,71</b>
25% DE IMPUESTOS	4.069,77	5.098,10	5.473,04	5.886,13	6.064,43
15% DE PARTICIPACIONES	1.831,40	2.294,14	2.462,87	2.648,76	2.728,99
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>10.377,91</b>	<b>13.000,15</b>	<b>13.956,26</b>	<b>15.009,62</b>	<b>15.464,29</b>

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

Fuente: CENSO 2010 - INEC

#### **4.10 Flujo Neto de Caja Proyectado**

El flujo de fondos, son las entradas y salidas de dinero en efectivo, en oposición a la utilidad contable neta (ingreso contable neto) que puede fluir hacia adentro o hacia fuera de la empresa durante un período específico y se presenta de la siguiente manera:

**Tabla N° 48: Flujo Neto de Caja Proyectado**

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO1 (\$)</b>	<b>AÑO2 (\$)</b>	<b>AÑO3 (\$)</b>	<b>AÑO4 (\$)</b>	<b>AÑO5 (\$)</b>
VENTAS		228.618,29	234.882,43	241.318,21	247.930,33	254.723,62
VALOR DE SALVAMENTO						2.867,70
COSTO DE VENTAS		157.152,50	161.395,62	165.753,30	170.228,64	174.824,81
<b>VENTAS BRUTAS</b>		<b>71.465,79</b>	<b>73.486,81</b>	<b>75.564,91</b>	<b>77.701,69</b>	<b>82.766,50</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION		29.331,92	30.135,61	30.961,33	31.809,67	32.681,26
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>20.606,80</b>	<b>21.171,43</b>	<b>21.751,52</b>	<b>22.347,52</b>	<b>22.959,84</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		<b>5.247,99</b>	<b>1.787,38</b>	<b>959,89</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
UTILIDAD ANTES DE IMP Y PART		<b>16.279,08</b>	<b>20.392,39</b>	<b>21.892,17</b>	<b>23.544,50</b>	<b>27.125,41</b>
25% DE IMPUESTOS		4.069,77	5.098,10	5.473,04	5.886,13	6.781,35
15% DE PARTICIPACIONES		1.831,40	2.294,14	2.462,87	2.648,76	3.051,61
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>10.377,91</b>	<b>13.000,15</b>	<b>13.956,26</b>	<b>15.009,62</b>	<b>17.292,45</b>
DEPRECIACIONES		1.810,10	1.810,10	1.810,10	1.810,10	1.810,10
AMORTIZACIONES		189,00	189,00	189,00	189,00	189,00
<b>INVERSIONES</b>						
<b>FIJAS</b>	<b>9.430,00</b>					
<b>INTANGIBLES</b>	<b>945,00</b>					
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>18.001,33</b>					
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>-28.376,33</b>	<b>12.377,01</b>	<b>14.999,25</b>	<b>15.955,36</b>	<b>17.008,72</b>	<b>19.291,55</b>

Fuente: Estado de resultados del proyecto

Elaborado por: William Tayupanda y María Espinoza

## **4.11 Evaluación Financiera del Proyecto**

La evaluación financiera estudia los aspectos monetarios del proyecto y la contribución al inversionista.

La evaluación económica en cambio analiza la contribución del proyecto a la economía es su conjunto.

### **4.11.1 Cálculo de la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (Trema).**

La tasa de rendimiento mínima aceptable para los inversionistas de un proyecto está relacionada con la tasa de oportunidad a la cual se podrían aplicar los recursos en otras alternativas de inversión.

Un inversionista tiene la oportunidad de colocar sus recursos en varias alternativas que le dan diferentes tasas de rendimientos, el mismo debe evaluar cuál es la más adecuada en función de la rentabilidad y del riesgo, a fin de no incurrir en costos de oportunidad.

Para el cálculo de la TREMA se debe considerar la tasa de inflación anual prevista, más un premio por el riesgo de la inversión, así,

TREMA = Tasa de inflación + % premio al riesgo

TREMA = 8 % + 2.74 % = 10,74 % tasa de descuento

### **4.11.2 Valor Actual Neto ( Van )**

El método descuentan todos los flujos de fondos para encontrar su valor actual.

El valor actual neto no es otra cosa que el flujo neto de fondos en el periodo de evaluación medido en dinero de hoy

Partimos del resultado del FLUJO NETO DE EFECTIVO. Ese resultado se le actualiza al año CERO, utilizando una tasa de descuento se resta la inversión Inicial, ese resultado se constituye en el valor actual neto o valor presente neto.

### Fórmula.

VAN = - Inversión inicial + Sumatoria FNE Actualizado

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

### Tasa de Descuento

**I = 10,74%**

### 4.11.3 VALOR ACTUAL NETO

VAN= -Inversión +FNE/(1+i)<sup>1</sup>,,,,,,,FNE5/(1+i)<sup>5</sup>

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
VAN =	-28.376,33	<u>12.377,01</u>	<u>14.999,25</u>	<u>15.955,36</u>	<u>17.008,72</u>	<u>19.291,55</u>
		1,11	1,23	1,36	1,50	1,67
	-28.376,33	11.176,64	12.230,96	11.748,78	11.309,76	11.583,63
	-28.376,33	58.049,77				

**VAN1= 29.673,45**

Al ser un valor positivo se considera que el proyecto desde el punto financiero es viable, por lo tanto se recomienda realizar las inversiones establecidas para su ejecución

### 4.11.4 Valor Actual Neto Negativo

Con el propósito de establecer el cálculo de la Tasa Interna de retorno se requiere el cálculo del Valor actual neto dos o negativo, el mismo que se lo lleva a cabo a través de aproximaciones sucesivas con una tasa de descuento distinta a la original.

## Tasa de Descuento 2

$$I = 44,73\%$$

## VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = -\text{Inversión} + \frac{FNE}{(1+i)^1}, \dots, \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

		1	2	3	4	5
VAN = 38%	-28.376,33	<u>12.377,01</u>	<u>14.999,25</u>	<u>15.955,36</u>	<u>17.008,72</u>	<u>19.291,55</u>
		1,45	2,09	3,03	4,39	6,35
	-28.376,33	8.551,82	7.160,70	5.263,02	3.876,53	3.037,96
	-28.376,33	27.890,04				

$$VAN2 = -486,29$$

### 4.11.5 Tasa Interna de Retorno (Tir)

La TIR mide la rentabilidad del dinero que se mantiene en el proyecto y se lo calcula con la aplicación de la siguiente:

**Fórmula.**

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

Dónde:

R1	11%	
R2	45%	
VAN1	29.673,45	
VAN2	-486,29	
TIR	<b>0,45</b>	<b>0,98</b>
TIR	<b>44,01%</b>	

$$TIR = 10,74 + \left\{ (47,73 - 10,74) \left[ \frac{29.673,45}{(29.673,45 - 486,29)} \right] \right\}$$

$$TIR = 0,4401 = 44,01\%$$

**Análisis:** Al ser la tasa interna de retorno (44.01%) > i la tasa de descuento (10,74%) el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero.

#### 4.11.6 Periodo de Recuperación de la Inversión (Pri)

Mide en cuanto tiempo se recupera la inversión o en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo del capital involucrado.

Es el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

**Fórmula:**

$$PRI = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad anual}}$$

AÑOS	0	1	2	3	4	5
PRI=		12.377	14.999	15.955	17.009	19.292
	-28.376,33					

	INVERSION	INGRESOS	Faltante		
PRI=	-28.376,33	27.376,26	1.000,06	15.955,36	1,00
PRI=	AÑOS	MESES		1.000,06	X = 0,1
	2	1			

Es decir la inversión se recupera en el segundo año y un mes del segundo año de vida del proyecto.

#### 4.11.7 Relación Beneficio / Costo

Es el cociente que resulta de la división de la sumatoria del valor presente de los ingresos entre la sumatoria del valor presente de los egresos descontados a una tasa determinada (i)

**Fórmula:**

$$RB/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

	1	2	3	4	5
R\$/BC=	<u>12.377,01</u>	<u>14.999,25</u>	<u>15.955,36</u>	<u>17.008,72</u>	<u>19.291,55</u>
	1,11	1,23	1,36	1,50	1,67
R\$/BC=	11.176,64	12.230,96	11.748,78	11.309,76	11.583,63
ING-ACT	<u>58.049,77</u>				
EGRESOS	<b>28.376,33</b>				
R\$/BC=	2,05				
MENOS LA PRIMA	1,00				
<b>R\$/BC=</b>	<b>1,05</b>				

**Análisis:**

B/C)(10,74%) < 1 El proyecto no se justifica financieramente.

B/C)(10,74%) = 1 El proyecto es indiferente

B/C)(10,74%) > 1 El proyecto es atractivo financieramente.

El indicador **RB/C**, señala qué utilidad tendremos con el costo que representa la inversión, es decir define la prima por cada dólar invertido en el proyecto.

En el caso del presente proyecto se concluye que la ganancia por cada dólar invertido en el proyecto es de 1.05 centavos de dólar actuales.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Una vez elaborado todos los capítulos que conforman este proyecto de factibilidad, se procede con la realización de las conclusiones y recomendaciones del mismo.

#### **CONCLUSIONES**

- La elaboración del presente proyecto de factibilidad, desde un profundo estudio de Mercado, Técnico, Ambiental y Financiero, nos permitió confirmar la factibilidad de crear una nueva sucursal para la Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA, constituyéndose en una gran oportunidad de negocio que beneficiará a los inversionistas y a toda la población en estudio de la Ciudad de Macas.
- Se comprobó que en el cantón Macas existe un gran número de clientes insatisfechos al momento de adquirir un producto, servicio y suministro informático, atendidos por empresas que se dedican inadecuadamente a la misma actividad, demostrando un mercado potencialmente importante para la realización del presente proyecto.
- La localización idónea es el barrio 27 de Febrero, en las calles 10 de Agosto y Amazonas, por ser un lugar que se encuentra en el sector comercial del cantón, de los consumidores de equipos informáticos, cuenta con los servicios básicos necesarios y mano de obra, factores necesarios para realizar negocios con eficiencia y eficacia.
- El estudio ambiental nos muestra que las operaciones de la empresa si tienen un impacto en el Medio Ambiente de forma indirecta, relacionada con el proceso de fabricación de los productos y priorizará la comercialización de productos ecológicamente responsables.
- Con la evaluación financiera se pudo determinar la rentabilidad del proyecto, obteniendo un VAN positivo de USD \$29.673,45, una TIR que alcanza el 44,01% superando al costo de oportunidad fijado en el 10,74%.

## RECOMENDACIONES

- El estudio de exhaustivo ha demostrado la factibilidad del proyecto y se sugiere la puesta en marcha del proyecto de creación de una nueva sucursal para la Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA.
- Con la finalidad de aprovechar el mercado insatisfecho de producto, servicio y suministros informáticos, la sucursal deberá implementar políticas de marketing innovadoras que prioricen el servicio al cliente como factor de distinción y, promocionando productos de alta calidad a precios competitivos que impulsen su rotación, y propender así a la rentabilidad del negocio.
- Se recomienda posicionarse en el mercado como los expertos en tecnología a través de la capacitación permanente del talento humano, generando una imagen positiva de la nueva sucursal de la Empresa TECHRESOURCES CIA. LTDA.
- Se recomienda establecer la sucursal en el barrio 27 de Febrero, en las calles 10 de Agosto y Amazonas, por ser una localidad que se encuentra en el sector comercial del Cantón, porque posee cercanía con los consumidores de equipos informáticos, servicios básicos necesarios, mano de obra, factores que son necesarios para realizar negocios con eficiencia y eficacia.
- Al ponerse en marcha el proyecto deberán aplicarse las acciones correctivas establecidas en el Estudio Ambiental, para mitigar el impacto Ambiental como parte de la responsabilidad de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Alella y otros, (2003), Metodología de Investigación Cuantitativa: Caracas Editorial Once.
- ✓ Gómez, C., (2000). Proyectos Factibles: Valencia. Editorial Predios.
- ✓ Rodrigo Moreno, (2013), Texto básico de Formulación y Evaluación de proyectos: Riobamba-Epoch. Julio 2013.

## LINCOGRAFIA

- ❖ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Población Económicamente Activa Macas. (2010). (<http://www.inec.com.ec>). 2013/febrero/20.
- ❖ Arango, Luis Ángel. Biblioteca Virtual. Proyectos de investigación [www.banrepcultural.org](http://www.banrepcultural.org). 2013/septiembre/29
- ❖ Nassir Sapag Chaín. Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación: México. (<http://books.google.es>) 2013/julio/20.
- ❖ Universidad de Navarra. Investigación a los servicios técnicos: Navarra <http://www.unav.es/SI/servicios/soporte/defservicio.html>. 2013/mayo/29.
- ❖ Enrique. Los servicios informáticos y su importancia: Alemania 2004. <http://www.mikogo.es/company/company/>. 2013/agosto/27.
- ❖ Fabián, Informática, Ecuador. <http://www.google.com.ec/images>. 2013/julio/29

# ANEXOS

## Anexo N° 1. ENCUESTA



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**

Objetivo: Obtener información para la elaboración de un proyecto de expansión de la empresa "RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS - TECHRESOURCES CIA. LTDA. En la Ciudad de Macas.

Por favor permítase a contestar la siguiente encuesta.

Edad: años

Sexo: Femenino  Masculino

### Cuestionario:

1. Conoce o ha escuchado de la Empresa "RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS - TECHRESOURCES CIA. LTDA?

SI .....  
NO .....

2. Adquiere usted regularmente equipos o suministros informáticos?

SI .....  
NO .....

3. ¿Qué factores toma en cuenta con mayor importancia al momento de adquirir un equipo o servicio informático?

- Agilidad
- Ubicación
- Infraestructura
- Servicio al Cliente

4. Qué tipo de equipo informáticos necesita usted?

- |                              |                          |                            |                          |
|------------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| ➤ Laptops                    | <input type="checkbox"/> | ➤ Accesorios               | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Computadoras de escritorio | <input type="checkbox"/> | ➤ Software                 | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Impresoras                 | <input type="checkbox"/> | ➤ Sistema                  | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Dispositivos móviles       | <input type="checkbox"/> | ➤ Suministros de impresión | <input type="checkbox"/> |

5. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre las promociones y ofertas que ofrece “RECURSOS TECNOLÓGICOS ABIERTOS - TECHRESOURCES CIA. LTDA”?

- |              |                          |                  |                          |
|--------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| ➤ E-mail     | <input type="checkbox"/> | ➤ Radio          | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Televisión | <input type="checkbox"/> | ➤ Redes sociales | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Prensa     | <input type="checkbox"/> | ➤ Volantes       | <input type="checkbox"/> |

6. Cuáles son las principales cualidades que tiene su actual proveedor de productos y servicios informáticos?

- |                            |                          |                       |                          |
|----------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| ➤ Calidad en los productos | <input type="checkbox"/> | ➤ Entrega a domicilio | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Precio                   | <input type="checkbox"/> | ➤ Garantía            | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Variedad en productos    | <input type="checkbox"/> | ➤ Otros               | <input type="checkbox"/> |
| ➤ Accesibilidad de pago    | <input type="checkbox"/> |                       |                          |

7. Seleccione la marca que Usted prefiere al momento de adquirir un equipo informático?.

- |             |                          |            |                          |           |                          |
|-------------|--------------------------|------------|--------------------------|-----------|--------------------------|
| ❖ Kingston: | <input type="checkbox"/> | Microsoft: | <input type="checkbox"/> | Acer:     | <input type="checkbox"/> |
| ❖ Brother:  | <input type="checkbox"/> | Sony:      | <input type="checkbox"/> | Genius:   | <input type="checkbox"/> |
| ❖ Panasonic | <input type="checkbox"/> | Hp:        | <input type="checkbox"/> | Logitech: | <input type="checkbox"/> |
| ❖ LG:       | <input type="checkbox"/> | Nokia:     | <input type="checkbox"/> | Samsung:  | <input type="checkbox"/> |
| ❖ Intel:    | <input type="checkbox"/> |            |                          |           |                          |

8. Antes de adquirir un equipo, cuál de estos factores considera más importante?.

- |                  |                          |                  |                          |
|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| ❖ Precio:        | <input type="checkbox"/> | ❖ Durabilidad:   | <input type="checkbox"/> |
| ❖ Tamaño:        | <input type="checkbox"/> | ❖ Accesibilidad: | <input type="checkbox"/> |
| ❖ Diseño:        | <input type="checkbox"/> | ❖ Garantía:      | <input type="checkbox"/> |
| ❖ Calidad:       | <input type="checkbox"/> | ❖ Soporte        | <input type="checkbox"/> |
| ❖ Funcionalidad: | <input type="checkbox"/> |                  |                          |
|                  | <input type="checkbox"/> |                  |                          |

9. En qué sector de la ciudad le gustaría una nueva sucursal de la empresa?

- Barrio 27 de Febrero
- 10 de Agosto y Amazonas
- Mercado municipal
- Calles 5 de agosto entre 24 de mayo y 9 de octubre
- Calles Juan de la Cruz y Av. 29 de Mayo
- Otros (mencione)

.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo N° 2. Listado de equipos y suministros informáticos con sus respectivos precios.**

<b>CANT</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. COMPRA</b>	<b>UTILIDAD</b>	<b>V. VENTA</b>	<b>12% IVA</b>	<b>P. VTA FIN</b>
1	Access Point Dlink DAP-1360	49,00	14,70	63,70	7,64	71,34
2	Adaptador imexx car-mp3 player	8,70	2,61	11,31	1,36	12,67
5	Adaptador imexx car-mp3 player fm	8,80	2,64	11,44	1,37	12,81
	Adaptador para table titán	15,00	4,50	19,50	2,34	21,84
	Adaptador universal acfor laptop 90 w	24,00	7,20	31,20	3,74	34,94
4	Aire comprimido Avant	3,00	0,90	3,90	0,47	4,37
	Antivirus eset nod smarth security 2 pcs	60,00	18,00	78,00	9,36	87,36
	Antivirus eset nod 2 pcs	36,00	10,80	46,80	5,62	52,42
5	Antivirus Eset Nod 5.00 1 Pcs	20,00	6,00	26,00	3,12	29,12
4	Antivirus Eset Nod 5.00 4 Pcs	44,00	13,20	57,20	6,86	64,06
	Antivirus Eset Nod 6 smarth security 1 pc	30,00	9,00	39,00	4,68	43,68
	Antivirus Eset nod 6 smarth security 4 pcs	68,00	20,40	88,40	10,61	99,01
	Antivirus Eset Nod Security	30,00	9,00	39,00	4,68	43,68
	Audífono omega negros	6,90	2,07	8,97	1,08	10,05
1	Audífonos genius HS-105 PC Voip	3,70	1,11	4,81	0,58	5,39
5	Audífonos + micrófono omega cuero	4,42	1,33	5,75	0,69	6,44
5	Audífonos genius GHP-200x verde	5,74	1,72	7,46	0,90	8,36
1	Audífonos genius GHP-205x azul	8,52	2,56	11,08	1,33	12,41
1	Audífonos genius GHP-205x rubi	8,52	2,56	11,08	1,33	12,41
1	Audífonos genius GHP-240x azul	7,20	2,16	9,36	1,12	10,48
2	Audífonos genius GHP-250x verde	7,30	2,19	9,49	1,14	10,63

2	Audífonos genius GHP-300b verde	7,45	2,24	9,69	1,16	10,85
	Audífonos genius gp-200c pink	3,28	0,98	4,26	0,51	4,78
	Audífonos genius hp-02 live for mp3 negros	7,70	2,31	10,01	1,20	11,21
	Audífonos Genius ghp-240x blue	6,90	2,07	8,97	1,08	10,05
2	Balum	2,15	0,65	2,80	0,34	3,13
1	Bluetooth Genius H5-905BT Azul	38,30	11,49	49,79	5,97	55,77
4	Cable de datos amarillo	0,68	0,20	0,88	0,11	0,99
14	Cable de datos rojos	0,67	0,20	0,87	0,10	0,98
11	Cable de poder colores omega	0,70	0,21	0,91	0,11	1,02
1	Cable HDMI 2 metros LOCH	10,40	3,12	13,52	1,62	15,14
	Cable HDMI 3 metros LOCH	12,60	3,78	16,38	1,97	18,35
2	Cable HDMI 5 metros LOCH	16,60	4,98	21,58	2,59	24,17
	Cable imexx hdmi male to male 10 feet	7,00	2,10	9,10	1,09	10,19
	Cable imexx hdmi male to male 6 feet	6,00	1,80	7,80	0,94	8,74
	cable imexx micro-hdmi to male hdmi 6 feet	6,70	2,01	8,71	1,05	9,76
	Cable imexx usb paralelo	7,90	2,37	10,27	1,23	11,50
	Cable imexxd male micro hdmi	8,00	2,40	10,40	1,25	11,65
	Cable loch Hdmi metro Pro III	8,50	2,55	11,05	1,33	12,38
	Cable sincronizador imexx usb 2.0 for ipod iPhone	4,30	1,29	5,59	0,67	6,26
1	Cable telefónico belkin rj11	1,89	0,57	2,46	0,29	2,75
1	cable USB 3 metros	0,35	0,11	0,46	0,05	0,51
10	Cable USB impresora 2 metros omega	1,00	1,50	2,50	0,30	2,80
	Cable Extensión USB omega	1,05	1,58	2,63	0,32	2,94
	CABLE HDMI A VGA	8,00	2,40	10,40	1,25	11,65

13	Cable VGA imexx	2,00	0,60	2,60	0,31	2,91
14	Caja sobrepuestas Dexon	1,43	0,43	1,86	0,22	2,08
	Caja Dexon + Tapa COMPLETO	3,33	1,00	4,33	0,52	4,85
2	Cámara Web Genius face cam 315 plug y play	11,64	3,50	15,13	1,82	16,95
2	Cámara Web Genius face cam 320x	10,60	3,18	13,78	1,65	15,43
2	Cámara Web genius look 300	9,80	2,94	12,74	1,53	14,27
	Cargadores Table titán	15,00	4,50	19,50	2,34	21,84
	Cargador asus 19.5v 2,1a	23,21	6,96	30,17	3,62	33,79
1	Cargador Asus Mini 12v 3a	23,50	7,05	30,55	3,67	34,22
	cargador de carro imexx USB	5,20	1,56	6,76	0,81	7,57
3	Cargador Dell 19.5v 3.34a	24,50	7,35	31,85	3,82	35,67
2	Cargador DELL 19.5v 4.62a	29,46	8,84	38,30	4,60	42,89
5	Cargador Hacer 19v 3.42a	24,25	7,28	31,53	3,78	35,31
2	Cargador Hacer Mini 19v 1,58a	24,25	7,28	31,53	3,78	35,31
2	Cargador HP 18.5 3.5a Plug aguja	24,11	7,23	31,34	3,76	35,10
1	Cargador HP 18.5 3.5a Plug amarillo	24,11	7,23	31,34	3,76	35,10
	cargador para iPod Tablet y Samsung	8,75	2,63	11,38	1,37	12,74
1	Cargador Samsung 19v 3.16a	28,00	8,40	36,40	4,37	40,77
1	Cargador Toshiba 19v 4,74a	29,46	8,84	38,3	4,60	42,89
1	Cargador Toshiba 19v 3.42a	24,25	7,28	31,53	3,78	35,31
	Cargador HP Mini 19 v 1.58 a	24,25	7,28	31,53	3,78	35,31
3	Cargador Toshiba mini 19v 1.58 a	24,25	7,28	31,53	3,78	35,31
1	Cargador Universal Thor AD-800 90W	30,56	9,17	39,73	4,77	44,55
1	Cargador Universal Thor AD-970 90W	40,00	12,00	52,00	6,24	58,24
	Cartucho canon 210 negro	15,38	4,61	19,99	2,40	22,39
	Cartucho canon 211 color	18,90	5,67	24,57	2,95	27,52

	Cartucho canon 40 negro	19,10	5,73	24,83	2,98	27,81
	Cartucho canon 41 color	23,74	7,12	30,86	3,70	34,57
	Cartucho Epson T133 negro	12,60	3,78	16,38	1,9656	18,3456
	Cartucho Hp 122 color	12,08	3,62	15,70	1,88	17,59
	Cartucho Hp 122 Negro	10,13	3,03	13,17	1,58	14,75
	Cartucho hp 21 negro	13,50	4,05	17,55	2,106	19,656
	Cartucho hp 22 color	18,71	5,61	24,32	2,919	27,24
	Cartucho Hp 60 color	17,11	5,13	22,24	2,67	24,91
	Cartucho Hp 60 negro	13,56	4,07	17,63	2,12	19,74
	Cartucho Hp 74 negro	13,76	4,13	17,89	2,15	20,03
	Cartucho Hp 75 color	17,44	5,23	22,67	2,72	25,39
	Cartucho HP 88 colores	24,00	7,20	31,20	3,74	34,94
	Cartucho HP 88 negro	38,50	11,55	50,05	6,01	56,06
	Cartucho HP 920XL cyan y magenta	12,87	3,86	16,73	2,01	18,74
	Cartucho HP 920XL negro	17,50	5,25	22,75	2,73	25,48
	Cartucho lexmark 14 negro	21,35	6,41	27,76	3,33	31,09
	Cartucho lexmark 15 color	23,66	7,10	30,76	3,70	34,45
4	Case externo 2.5" imexx aluminio	12,00	3,60	15,60	1,87	17,47
4	Case externo 2.5" imexx simple	11,00	3,30	14,30	1,72	16,02
3	case Quasad	41,00	12,30	53,30	6,40	59,70
	Cartucho lexmark 100 colores	10,90	3,27	14,17	1,70	15,87
	Cartucho lexmark 100 negro	17,27	5,18	22,45	2,69	25,15
	Cinta Epson 8750-lx300	4,30	1,29	5,59	0,67	6,26
	Crimping tool nexxt rj45	8,00	2,40	10,40	1,25	11,65
	Cilindro Samsung ml 2010 series	12,50	3,75	16,25	1,95	18,20
100	Conectores rj45	0,25	0,08	0,33	0,04	0,36
	DISCO DURO IDE 320GB	73,00	21,90	94,90	11,39	106,29

	Disco duro adata 1 TB USB 3.0 Contra agua contra	93,00	27,90	120,90	14,51	135,41
	disco duro externo Toshiba can vio Basic 750gb 3.0	76,00	22,80	98,80	11,86	110,66
	Disco duro externo Toshiba Slim 500gb 3.0 back	84,00	25,20	109,20	13,10	122,30
	Disco duro Toshiba 1tb 3.0/2.0	90,30	27,09	117,39	14,09	131,48
	Disco duro Samsung 500gb externo	90,59	27,18	117,77	14,13	131,90
3	Disco Duro Seagatea 3.5" 1 Tera	83,00	24,90	107,90	12,95	120,85
4	Disco Duro Seagatea 3.5" 500 GB sata	55,00	16,50	71,50	8,58	80,08
2	Disco Duro Toshiba 1 tera 2.5" Sata	85,00	25,50	110,50	13,26	123,76
14	Disco Duro Toshiba 500GB 2,5" sata	58,00	17,40	75,40	9,05	84,45
5	Dvd- Writer Interno LG o Samsung	16,50	4,95	21,45	2,57	24,02
	Dvd-Writer externo LG GP30	28,00	8,40	36,40	4,37	40,77
	Dvd-Writer externo Samsung se-208ab slim 8x usb 2.0	28,00	8,40	36,40	4,37	40,77
5	Dvd-Writer lg 24x interno sata	16,30	4,89	21,19	2,54	23,73
3	Estuche apex 10"	3,00	0,90	3,90	0,47	4,37
4	Estuche Flipz 360 grados	21,00	6,30	27,30	3,28	30,58
3	Estuche Imexx azul Ipad 2/3	28,00	8,40	36,40	4,37	40,77
	Estuche klip 7 Pulgadas	12,50	3,75	16,25	1,95	18,20
2	Estuche omega hasta 13"	7,10	2,13	9,23	1,11	10,34
	Estuche quasad notebook 14"	3,00	0,90	3,90	0,47	4,37
1	Estuche Quasad 10"	2,00	0,60	2,60	0,31	2,91
	Estuche Tablet klip 7"	12,49	3,75	16,24	1,95	18,19
	Estuche teclado Agiler Samsung galaxy tab P6200	29,00	8,70	37,70	4,52	42,22

	Estuche klip 7 pulgadas black kns-040	12,53	3,76	16,29	1,95	18,24
	Estuche klip 10 pulgadas black kns-050 Gris	13,81	4,14	17,95	2,15	20,11
	Estuche klip 10 pulgadas black kns-020 black	12,24	3,67	15,91	1,91	17,82
	Estuche klip 7 pulgadas black kns-010 Gris	10,12	3,04	13,16	1,59	14,73
	Estuche agiler 10 pulgadas	11,00	3,30	14,30	1,72	16,02
	flash memory adata 4gb uv100 black	3,90	1,17	5,07	0,61	5,68
7	Flash memory HP 4GB w165w	5,90	1,77	7,67	0,92	8,59
8	Flash memory HP 8GB w165w	7,50	2,25	9,75	1,17	10,92
	flash memory hp v165w 16gb	11,90	3,57	15,47	1,86	17,33
	Flash memory Kingston 8gb metal silver	7,50	2,25	9,75	1,17	10,92
3	Flash memory Kingston 16 gb black 101	12,00	3,60	15,60	1,87	17,47
2	Flash memory Kingston 32 gb violeta 101	23,50	7,05	30,55	3,67	34,22
8	Flash memory Kingston 8 gb rojo 101	8,50	2,55	11,05	1,33	12,38
	fuelle de poder 800 watts omega dual core 12v	15,49	4,65	20,14	2,42	22,55
3	Fuelle de poder agiler AGI-PS800	35,00	10,5	45,50	5,46	50,96
2	Fuelle de poder Mini Ittex	15,22	4,57	19,79	2,37	22,16
1	Fuelle de poder Niutek 650 w	13,00	3,90	16,90	2,03	18,93
6	Fuelle de poder quasad 500wa	12,00	3,60	15,60	1,87	17,47
	HACER AZUL	264,00	79,20	343,20	41,18	384,38
1	HACER NEGRA	272,00	81,60	353,60	42,43	396,03
5	Headset audífonos + micrófono genius	7,10	2,13	9,23	1,11	10,34

	HS-04S					
2	Headset GE 98970	13,00	3,90	16,90	2,03	18,93
1	Headset GE 98999	13,00	3,90	16,90	2,03	18,93
	headset genius HS-02B	3,90	1,17	5,07	0,61	5,68
	Headset Klip tres colores 810	16,00	4,80	20,80	2,50	23,30
	Headset Genius HS-04su Suport msn Skype	10,30	3,09	13,39	1,61	15,00
	Headset Genius Hs-400a Green	8,60	2,58	11,18	1,34	12,52
1	HUB dlink 4 ptos	11,00	3,30	14,30	1,72	16,02
	Hub imexx 4 Port usb 2.0	3,70	1,11	4,81	0,58	5,39
5	Hub usb GE 4 puertos 2.0 redondo	8,93	2,68	11,61	1,39	13,00
5	Hubu sb Iogear 4 puertos 2.0	4,70	1,41	6,11	0,73	6,84
1	Impresor hp 2050	62,00	18,60	80,60	9,67	90,27
1	Impresora Epson con sistema adaptado nx330	127,00	38,10	165,10	19,81	184,91
1	Impresora Epson L200	229,00	68,70	297,70	35,72	333,42
	Impresora hp 2050 multifunción	60,50	18,15	78,65	9,44	88,09
1	Impresora Samsung laser multifuncional Scx 3405	165,00	49,50	214,50	25,74	240,24
6	Impresora Canom MP 230	51,47	15,44	66,91	8,03	74,94
8	Jacks azules	2,14	0,64	2,78	0,33	3,12
6	Jacks rojos	2,14	0,64	2,78	0,33	3,12
	Tablet Samsung galaxy gt-p31137/8/wifi blue	239,00	71,70	310,70	37,28	347,98
5	Lector de memorias apex	3,15	0,945	4,10	0,49	4,59
1	Lector de memorias genéricos		0	0	0	0
6	Lector de memorias inss	3,30	0,99	4,29	0,51	4,80
1	Limpiador de pantalla laptop Omya	9,50	2,85	12,35	1,48	13,83

	Maletín herramientas 145 piezas	45,00	13,50	58,50	7,02	65,52
	Maletín de herramientas 23 piezas	21,00	6,30	27,30	3,28	30,58
	Maletín de herramientas 56 piezas	25,00	7,50	32,50	3,90	36,40
1	MBO atom combo	78,00	23,40	101,40	12,17	113,57
	Mbo Biostar H61MHB (48) 15marzo	51,00	15,30	66,30	7,96	74,26
1	MBO Biostar H61Mhv	47,00	14,10	61,10	7,33	68,43
	MBO biostar h61mlv2 core i7, core 5 y core i3 s	40,20	12,06	52,26	6,27	58,53
2	MBO Gigabyte E350n AMD	72,00	21,60	93,60	11,23	104,83
2	MBO Intel DH61CR	7300	21,90	94,90	11,39	106,29
	Memoria Ram Adata DDR2 800 portátil	28,00	8,40	36,40	4,37	40,77
3	Memoria Ram 2 GB Adara DDR3 1333	13,50	4,05	17,55	2,11	19,66
6	Memoria Ram 2 GB DDR3 Avant	11,50	3,45	14,95	1,79	16,74
2	Memoria Ram 2GB Kingston DDR3 1333	20,50	6,15	26,65	3,20	29,85
6	Memoria Ram 4 GB DDR3 Marvision	20,00	6,00	26,00	3,12	29,12
2	Memoria Ram 4GB Adata DDR3 1333	25,00	7,5	32,50	3,90	36,40
2	Memoria Ram 4GB Kingston DDR3 1333	30,30	9,09	39,39	4,73	44,12
2	Memoria Ram Adata DDR1 Pc400 1 gb	27,00	8,10	35,10	4,21	39,31
11	Memoria Ram Adata DDR2 pc800 2GB	28,00	8,40	36,40	4,37	40,77
	Mesa para computadora portátil apex negra	18,92	5,68	24,60	2,95	27,55
7	Micro SD 32 GB adata	21,60	6,48	28,08	3,37	31,45
9	Micro SD 4 GB adata	5,80	1,74	7,54	0,90	8,44
2	Micro SD 8 GB adata	7,80	2,34	10,14	1,22	11,36

	micro sd adata 16 gb	13,00	3,90	16,90	2,03	18,93
	Micro sd memorex 16gb classe 10	15,33	4,60	19,93	2,39	22,32
5	Micro sd sandisk 16 gb clase 10	14,79	4,44	19,23	2,31	21,53
4	Micro sd sandisk 16 gb con adaptador	11,95	3,59	15,54	1,86	17,40
10	Micro sd sandisk 32 gb con adaptador	22,51	6,75	29,26	3,51	32,77
5	Micro sd sandisk 8 gb	5,75	1,73	7,48	0,90	8,37
	Micro sd sandisk con adaptador 4 gb	3,75	1,13	4,88	0,59	5,46
3	Mini teclado omega usb mega touch	6,11	1,833	7,943	0,95316	8,90
1	Mochila Genérico	14,00	4,20	18,20	2,18	20,38
	Mochila targus for not 16" black	20,00	6,00	26,00	3,12	29,12
	Monitor LED 18.5 SAMSUNG	106,00	31,80	137,80	16,54	154,34
	Monitor led 21,5" LG	209,00	62,70	271,70	32,60	304,30
1	Monitor Led AOC 15.6"	76,0	22,80	98,80	11,86	110,66
2	Monitor LED LG 15.6"	79,00	23,70	102,70	12,32	115,02
	Monitor LED LG 18.5"	106,00	31,80	137,80	16,53	154,34
	Tablet Samsung galaxy gt-p31137/8/wifi blue	94,80	28,44	123,24	14,79	138,03
	Monitor LED SAMSUNG 18.5"	97,00	29,10	126,10	15,13	141,23
1	Monitor LG LCD 18.5"	94,00	28,20	122,20	14,66	136,86
5	Monitor Samsung LCD 18.5"	94,00	28,20	122,20	14,66	136,86
1	Mouse Altek usb	4,00	1,20	5,20	0,62	5,82
1	Mouse GE optical super grande PS2	5,50	1,65	7,15	0,86	8,01
8	Mouse Genius Micro traveler retráctil negro	5,10	1,53	6,63	0,80	7,43
5	Mouse Genius Micro traveler retráctil plata	5,30	1,59	6,89	0,83	7,72
5	Mouse Genius Micro traveler retractil rubi	5,30	1,59	6,89	0,83	7,72

1	Mouse Genius PS2 xcroll negro	3,40	1,02	4,42	0,53	4,95
1	Mouse Genius usb notebook (plateado con negro)	5,00	1,50	6,50	0,78	7,28
5	Mouse Genius USB xcroll negro	3,70	1,11	4,81	0,58	5,39
2	Mouse inalambrico Klips 2.4ghz kmo -330b	11,00	3,30	14,30	1,72	16,02
	Mouse Inalambrico Klips 2.4ghz kmo -365 elipse	11,30	3,39	14,69	1,76	16,45
1	Mouse Inalámbrico Omega 2.4 Ghz	9,00	2,70	11,70	1,40	13,10
	Mouse inalambricoValk de colores	6,10	1,83	7,93	0,95	8,88
2	Mouse Klip US y Ps2	3,50	1,05	4,55	0,55	5,10
1	Mouse Liga USB	6,50	1,95	8,45	1,01	9,46
	Mouse Micro Traveler 900 s usb black	10,60	3,18	13,78	1,65	15,43
1	Mouse Mini Klip USB	3,50	1,05	4,55	0,55	5,10
1	Mouse Nobutech retráctil usb	3,50	1,05	4,55	0,55	5,10
	Mouse omega 3d optico diamond black ps2	3,56	1,07	4,63	0,56	5,18
1	Mouse Ps2 omega blanco	3,35	1,01	4,36	0,52	4,88
2	Mouse retractil GE super mini azul	5,00	1,50	6,50	0,78	7,28
2	Mouse retractitl usb omega grande 3d	5,00	1,50	6,50	0,78	7,28
2	MP3 Titan US-036	23,00	6,90	29,90	3,59	33,49
	NOT. HP g4-2050 I3-2350,6GB,640GB,14",DW,WC,LNX \$ 589+	589,00	176,70	765,70	91,88	857,58
	NOT. HP G4-2368 I5-3230,8GB,750GB,14",DW,WC,W8 \$ 698+	698,00	209,40	907,40	108,89	1016,29
	Notebook hacer aod270-16 atom n2600	272,00	81,60	353,60	42,43	396,03

	Omya 32	9,50	2,85	12,35	1,48	13,83
1	Omya 33	9,00	2,70	11,70	1,40	13,10
	Omya 34	12,20	3,66	15,86	1,90	17,76
1	Omya 36	16,25	4,88	21,13	2,54	23,66
	Omya 38	12,50	3,75	16,25	1,95	18,2
1	Omya 39	26,85	8,06	34,91	4,19	39,09
	Omya 48	15,70	4,71	20,41	2,45	22,86
7	Parlantes Genius SP-S110	5,30	1,59	6,89	0,83	7,72
1	Parlantes altek	4,00	1,20	5,20	0,62	5,82
	Parlantes Genius SP-I160Black 120v	9,10	2,73	11,83	1,42	13,25
	Parlantes Genius SP-I170 Black 120v	9,30	2,79	12,09	1,45	13,54
	Parlantes Genius SP-I300 black	20,80	6,24	27,04	3,24	30,28
	Parlantes Genius SP-I400 Metalic	23,50	7,05	30,55	3,67	34,22
2	Parlantes Genius SP-U115 Azul	5,10	1,53	6,63	0,80	7,43
2	Parlantes Genius SP-U115 Black	5,10	1,53	6,63	0,80	7,43
1	Parlantes Genius SP-U150x Black	7,51	2,25	9,76	1,17	10,93
1	Parlantes Genius SW 2.1 I250	48,00	14,40	62,40	7,49	69,89
1	Parlantes Genius SW-S2,1 200	14,50	4,35	18,85	2,26	21,11
1	Parlantes Niutek	4,00	1,20	5,20	0,62	5,82
4	Parlantes Omega 3 piezas	7,75	2,33	10,08	1,21	11,28
1	Parlantes Omega 450w	4,00	1,20	5,20	0,62	5,82
3	Parlantes Quasad 2.0	4,00	1,20	5,20	0,62	5,82
1	Portatil Hacer AMD/linux/14"/2/500GB/w7	264,00	79,20	343,20	41,18	384,38
	Portatil HP 430-i3-2310-2-500-14"	526,00	131,50	657,50	78,9	736,40
	Portatil mini hacer 2/500/10.10"	258,00	77,40	335,40	40,25	375,65
	Portatil toshiba nb515-sp0303ll	359,00	107,70	466,70	56,00	522,70

	2/500/10/w7hb					
	Puntero laser inalambrico 10 metros genius 100 2.4Ghz	16,20	4,86	21,06	2,53	23,59
1	Procesador I3 3.30 Ghz	134,00	40,20	174,20	20,90	195,10
1	Procesador i5 2,90 Ghz	199	59,7	258,7	31,04	289,74
1	Procesdor Intel Petium 645 2,9 Ghz	64	19,2	83,2	9,98	93,18
4	Regulador de voltaje Cdp 1000 Va	9,5	2,85	12,35	1,48	13,83
	Regulador de voltaje thor 6 tomas 1200vas	9,20	2,76	11,96	1,44	13,40
10	Router Dir 610 D-link	20,90	6,27	27,17	3,26	30,43
2	Router Dir 615 D link dos antenas	38,00	11,4	49,4	5,93	55,33
1	Router dir600 Dlink	19,90	5,97	25,87	3,10	28,97
1	Router Solaris 300 NEXTT 2antenas Wireless	20,00	6,00	26,00	3,12	29,12
	Router tplink 150mbps 2.4 antena desmontable y	24,44	7,33	31,77	3,81	35,58
	Stand klipfor 10 pulgadas	15,18	4,55	19,73	2,37	22,10
	Stand klipfor 7 pulgadas	12,25	3,68	15,93	1,91	17,84
	stereo converter genius	4,28	1,28	5,56	0,67	6,23
	Swicth kvm-121 2 port ps/2 kvm audio support	27,00	8,10	35,10	4,21	39,31
10	Switch 8 ptos dlink DES-1008a	12,50	3,75	16,25	1,95	18,20
2	Switch dlink 24 Puertos 10/100	62,00	18,60	80,60	9,67	90,27
	Tablet aoc mw0711-e 4gb	129,00	38,70	167,70	20,12	187,82
	tablet Argon	87,00	26,10	113,10	13,57	126,67
1	Tablet Coby Kyros 9,7"	204,00	61,20	265,20	31,82	297,02
	Tablet samsug galaxy 2 gt-p3113 7" 8gb wifi bt	239,00	71,70	310,70	37,28	347,98

9	Tablet titan 7009me 8 gbexp 16gb blanco	93,50	28,05	121,55	14,59	136,14
	Tablet titan 7010 1gb 16gb tecno	120,00	36,00	156,00	18,72	174,72
10	Tablet titan 7010 8gb blancas	106,00	31,80	137,80	16,54	154,34
7	Tablet Titan 7010 32GB	136,00	40,80	176,80	21,22	198,02
20	Tablet Titan 7010me 16GB	120,00	36,00	156,00	18,72	174,72
	Tablet iview 9 pulgadas	119,00	35,70	154,70	18,56	173,26
9	Tapa de 2 puntos Face Plate	1,63	0,49	2,12	0,25	2,373
2	Tarjeta de sonido Genius 5.1 PCI	10,50	3,15	13,65	1,64	15,29
	Tarjeta comqtech pci usb 2.0 4 port	7,30	2,19	9,49	1,14	10,63
10	Tarjeta de Red Dlink pci 10/100	5,45	1,64	7,09	0,85	7,94
2	Tarjeta de Red Trendnet Pci 10/100	9,20	2,76	11,96	1,44	13,40
4	Tarjeta de red wireless Interno DWA - 525 dlink	12,75	3,83	16,58	1,99	18,56
3	Tarjeta de video Zogis 1 gb	34,00	10,20	44,20	5,30	49,50
1	Tarjeta paralela pci conquestech	11,00	3,30	14,30	1,72	16,02
1	Teclado + mouse GE 98707 Ps2	9,00	2,70	11,70	1,40	13,10
1	Teclado + mouse USB Logitech Ex100	9,00	2,70	11,70	1,40	13,10
1	Teclado BDI Ps2 518 B013h	4,83	1,45	6,28	0,75	7,03
	Teclado genius luxemate i200 mini	8,00	2,40	10,40	1,25	11,65
	Teclado imexx slim mini usb ps2 sapa	9,30	2,79	12,09	1,45	13,54
1	Teclado BDI Usb KB816CMS Ps2	5,00	1,50	6,50	0,78	7,28
5	Teclado Genius KB-110x Ps2	5,10	1,53	6,63	0,80	7,43
	Teclado Genius KB-110x USB Black	5,40	1,62	7,02	0,84	7,86
	Teclado Genius KB-220e multimedia	7,90	2,37	10,27	1,23	11,50
5	Teclado Genius USB KB-06xe carton	5,50	1,65	7,15	0,86	8,01
3	Teclado Genius USB KB-110x	5,60	1,68	7,28	0,87	8,15

2	Teclado inalámbrico Apex T103	17,80	5,34	23,14	2,78	25,92
1	Teclado Inalámbrico Genius Luxeme Xcroll	13,00	3,90	16,90	2,03	18,93
1	Teclado Logitech K120 USB	8,00	2,40	10,40	1,25	11,65
1	Teclado Logitech K200 Usb	8,00	2,40	10,40	1,25	11,65
1	Teclado Omega Duo USB + Mouse	7,80	2,34	10,14	1,22	11,36
1	Teclado Omega KB-2500 Ps2	4,00	1,20	5,20	0,62	5,82
1	Teclado Omega multimedia KB-2300 Ps2	6,00	1,80	7,80	0,94	8,74
1	Teclado Omega USB KB-2800	4,40	1,32	5,72	0,69	6,41
1	Teclado Quasad USB	4,00	1,20	5,20	0,62	5,82
7	Teclado Titan 7 Pulgadas	17,25	5,175	22,425	2,691	25,12
7	Teclado Titan 8 pulgadas	17,50	5,25	22,75	2,73	25,48
8	Teclado Titan 9.7 pulgadas	19,00	5,70	24,70	2,96	27,66
	Tinta original epon azul-rojo y amarillo	6,30	1,89	8,19	0,99	9,17
2	Tinta canon amarillo 1/8	3,13	0,94	4,07	0,49	4,56
1	Tinta canon azul 1/8	3,13	0,94	4,07	0,49	4,56
0	Tinta canon negro 1/8	3,13	0,94	4,07	0,49	4,56
2	Tinta canon rojo 1/8	3,13	0,94	4,07	0,49	4,56
2	Tinta cepson amarillo 1/8	3,13	0,94	4,07	0,49	4,56
1	Tinta epon azul 1/8	3,13	0,94	4,07	0,49	4,56
1	Tinta Epson Black 1 litro	16,07	4,821	20,90	2,51	23,40
1	Tinta Epson Cyan 1 litro	16,07	4,821	20,89	2,51	23,40
1	Tinta Epson Magenta 1 litro	16,07	4,821	20,89	2,51	23,40
4	Tinta epon negro 1/8	3,13	0,939	4,07	0,49	4,56
2	Tinta epon rojo 1/8	3,13	0,939	4,07	0,49	4,56

1	Tinta Epson Yelooow 1 litro	16,07	4,82	20,89	2,51	23,40
	Toner CLt-K409s negro	48,89	14,67	63,56	7,63	71,18
	Toner ML109s	67,59	20,28	87,87	10,544	98,41
	Toner samsung 101	68,00	20,40	88,40	10,61	99,01
	Toner samsung clt-409 black	51,60	15,48	67,08	8,05	75,13
	Toner samsung clt-409 cyan	46,70	14,01	60,71	7,29	68,00
	Toner samsung clt-409 magenta	46,70	14,01	60,71	7,29	68,00
	Toner samsung clt-409 yellow	46,70	14,01	60,71	7,29	68,00
	Toner samsung laser Mlt-d101s	64,59	19,38	83,97	10,08	94,04
2	Toner samsung laser para ml-1660/1665/1865	56,87	17,06	73,93	8,87	82,80
	Toner samsung ML 109s	73,50	22,05	95,55	11,47	107,02
	Toner samsung mltd109s scx-4300	73,50	22,05	95,55	11,47	107,02
3	Ups CDp 500va	35,50	10,65	46,15	5,54	51,67
3	Usb Wireless Dlink DWA-125	13,60	4,08	17,68	2,12	19,80
3	Ventilador Ever cool Aluminio Zodiac II	19,00	5,70	24,70	2,96	27,66
1	Ventilador Evercool simple	10,00	3,00	13,00	1,56	14,56
1	Ventilador Genius HB-Stand 280	11,60	3,48	15,08	1,81	16,89
3	Ventilador NB-086	7,80	2,34	10,14	1,22	11,36
3	Ventilador NB-088	11,00	3,30	14,30	1,72	16,02
	Ventilador para PCS	1,20	0,36	1,56	0,19	1,75
	Ventilador Para Pcs LED	2,30	0,69	2,99	0,36	3,35
	Volante omega juegos usb comp y ps2 ps3	23,92	7,18	32,00	3,73	34,83
<b>TOTAL COSTO</b>		<b>12.746,78</b>		<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>18.532,61</b>	



# Anexo N° 4. Formulario RUC 01 - B

 <p><b>SRI</b> ...te hacer bien al país!</p>	<p>REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <b>FORMULARIO RUC 01-B</b></p>	<p>INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO</p>	<p>ORIGINAL - SRI <a href="http://www.sri.gob.ec">www.sri.gob.ec</a></p>								
<b>A - IDENTIFICACION</b>											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"><b>01</b></td> <td colspan="3">RUC</td> </tr> <tr> <td><b>02</b></td> <td colspan="3">Fecha de inscripción (aaaa-mm-dd)</td> </tr> </table>				<b>01</b>	RUC			<b>02</b>	Fecha de inscripción (aaaa-mm-dd)		
<b>01</b>	RUC										
<b>02</b>	Fecha de inscripción (aaaa-mm-dd)										
<b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>											
<input type="radio"/> <b>Operativa</b> Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones <input type="radio"/> <b>En inscripción</b> Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información <input type="radio"/> <b>Cierre</b> Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo 03)			<b>ESTABLECIMIENTO N°</b>								
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"><b>01</b></td> <td colspan="3">Nombre comercial</td> </tr> </table>				<b>01</b>	Nombre comercial						
<b>01</b>	Nombre comercial										
<b>DATOS DE UBICACION DEL ESTABLECIMIENTO</b>											
<b>01</b>	Provincia	Cantón	Municipio								
<b>02</b>	Calle	<b>03</b>	Número								
<b>04</b>	Provincia	<b>05</b>	Cantón								
<b>06</b>	Municipio	<b>07</b>	Calle								
<b>08</b>	Número	<b>09</b>	Código postal								
<b>10</b>	País	<b>11</b>	Continente								
<b>MEIOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO</b>											
<b>01</b>	Teléfono	Correo electrónico	Sitio web								
<b>02</b>	Celular	<b>03</b>	Correo electrónico								
<b>04</b>	Correo electrónico	<b>05</b>	Sitio web								
<b>FECHA DE INICIO / CESE / FINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>											
<b>01</b>	Fecha de inicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)	Fecha de cese de actividades económicas (aaaa-mm-dd)	Fecha de reinicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)								
<b>02</b>	Fecha de inicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)	<b>03</b>	Fecha de cese de actividades económicas (aaaa-mm-dd)								
<b>04</b>	Fecha de reinicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)	<b>05</b>	Fecha de reinicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)								
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de anexos presentados por el contribuyente)</b>											
<b>DATOS DEL ESTABLECIMIENTO</b>											
<input type="radio"/> <b>Operativa</b> Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones <input type="radio"/> <b>En inscripción</b> Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información <input type="radio"/> <b>Cierre</b> Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo 03)			<b>ESTABLECIMIENTO N°</b>								
<b>NOMBRE COMERCIAL</b>											
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"><b>01</b></td> <td colspan="3">Nombre comercial</td> </tr> </table>				<b>01</b>	Nombre comercial						
<b>01</b>	Nombre comercial										
<b>DATOS DE UBICACION DEL ESTABLECIMIENTO</b>											
<b>01</b>	Provincia	Cantón	Municipio								
<b>02</b>	Calle	<b>03</b>	Número								
<b>04</b>	Provincia	<b>05</b>	Cantón								
<b>06</b>	Municipio	<b>07</b>	Calle								
<b>08</b>	Número	<b>09</b>	Código postal								
<b>10</b>	País	<b>11</b>	Continente								
<b>MEIOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO</b>											
<b>01</b>	Teléfono	Correo electrónico	Sitio web								
<b>02</b>	Celular	<b>03</b>	Correo electrónico								
<b>04</b>	Correo electrónico	<b>05</b>	Sitio web								
<b>FECHA DE INICIO / CESE / FINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>											
<b>01</b>	Fecha de inicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)	Fecha de cese de actividades económicas (aaaa-mm-dd)	Fecha de reinicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)								
<b>02</b>	Fecha de inicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)	<b>03</b>	Fecha de cese de actividades económicas (aaaa-mm-dd)								
<b>04</b>	Fecha de reinicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)	<b>05</b>	Fecha de reinicio de actividades económicas (aaaa-mm-dd)								
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de anexos presentados por el contribuyente)</b>											
<b>FIRMAS DE RESPONSABILIDAD</b>											
<p><b>Nota:</b> Deberá que los datos contenidos en este formulario son exactos y verídicos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ello se derivara (de acuerdo al Código Tributario del Ecuador, del RUC y del Reglamento para la Ejecución de la Ley del RUC).</p> <p><i>Esta declaración es un requisito con consecuencias y sanciones.</i></p>		<p style="text-align: center;">_____ FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO</p>									

## Anexo N° 5. Patente actual de la empresa

DIRECCIÓN METROPOLITANA FINANCIERA  
**COMPROBANTE DE PAGO**  
DERECHO D PATENTE ANUA

*Título De Crédito:* 000000969899 *Fecha Emisión:* 10/05/2013  
*Año Tributación:* 2013 *Fecha Pago:* 16/05/2013  
*Identificación:* 00000000000000  
*Contribuyente:* RECURSOS TECNOLOGICOS ABIERTOS TECH

UBICACIÓN:  
*Clave Catastral:* 00000000000000 *Predio/Patente Patente:* 222007  
*Calle:* *Let. Casa* 00000  
*Barrio:* *Parroquia:*  
*Placa:*