

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA Y & J
TECHNOLOGY**



**Yeison Alduber Collazos Diaz
Yonier Mosquera Narvaez**

**Corporación Universitaria ComfacaUCA - UNICOMFACAUCA
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa de Contaduría Pública
Popayán-Cauca
2024**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE ARTICULOS ELECTRONICOS Y ACCESORIOS
PARA CELULAR EN LINEA**



**Yeison Alduber Collazos Diaz
Yonier Mosquera Narvaez**

**Director:
Gabriel Ignacio Bustamante**

**Corporación Universitaria ComfacaUCA - UNICOMFACAUCA
Facultad de Ciencias Empresariales
Programa de Contaduría Pública
Popayán-Cauca
2024**

Nota de aceptación

Los directores y jurados han leído el presente documento, escucharon la sustentación por sus autores y lo encuentran satisfactorio.

Jurado

Jurado

Director

Popayán, ___ de _____ de 2024

Agradecimientos

Queremos expresar nuestros sinceros agradecimientos a todas las personas que contribuyeron de alguna manera al éxito de este trabajo de grado.

En primer lugar, damos gracias a Dios por darnos la fortaleza, la sabiduría y la guía necesarias para completar este proyecto. Su amor y misericordia han sido una fuente constante de inspiración y motivación a lo largo de este viaje académico.

Agradecemos de todo corazón a nuestras familias por su apoyo incondicional, su paciencia y su constante estímulo. Su amor y sacrificio han sido el pilar fundamental que me ha permitido alcanzar nuestras metas y perseguir nuestros sueños.

A nuestros estimados compañeros de clase, les agradecemos por compartir este viaje educativo con nosotros. Sus ideas, debates y colaboración han enriquecido enormemente nuestra experiencia académica y han contribuido al desarrollo de este trabajo.

Expresamos nuestra gratitud a nuestros respetados profesores y asesores, cuya orientación, conocimiento y retroalimentación han sido fundamentales para el desarrollo y la culminación de este proyecto. Su dedicación y compromiso con la excelencia académica han sido una fuente constante de inspiración para nosotros.

Por último, pero no menos importante, agradecemos a todas las personas que de una forma u otra brindaron su apoyo, consejos y ánimo durante este proceso. Su contribución no ha pasado desapercibida y ha sido invaluable para el éxito de este trabajo de grado.

A todos ustedes, nuestro más sincero agradecimiento. Este logro no habría sido posible sin su ayuda y apoyo incondicional.

¡Gracias de todo corazón!

DEDICATORIA

Queremos dedicar el presente trabajo en primer lugar a Dios, sin la voluntad de él nada de esto hubiese sido posible, a nuestras familias Collazos Diaz y Mosquera Narvaez, especialmente a nuestros padres que con su amor y apoyo incondicional han sido la luz que nos ha guiado en nuestro camino, con sus palabras alentadoras que nos dieron las fuerzas necesarias para perseverar y lograr este logro, a nuestros hermanos y hermanas que han sido nuestros compañeros y pilares de apoyo, gracias por ser parte fundamental en la culminación de esta gran etapa.

Yeison Alduber Collazos Diaz - Yonier Mosquera Narvaez

RESUMEN

El presente trabajo de grado en la modalidad proyecto de emprendimiento, es un estudio de factibilidad para una microempresa dedicada a la comercialización por medio de tiendas virtuales de artículos electrónicos en tendencia en la ciudad de Popayán, departamento del Cauca y se presenta para optar al título de Contador Público.

El nombre de la propuesta es Y & J TECHNOLOGY y será una microempresa que brindará a los clientes una variedad de productos innovadores, como dispositivos inteligentes, gadgets tecnológicos y accesorios de última generación, ofreciendo a los consumidores satisfacción y comodidad.

Es así como, mediante la integración de las nuevas tecnologías a la empresa se pretende ofrecer un servicio rápido, seguro y eficiente en la ciudad de Popayán.

A lo largo de este documento se han establecido cuatro objetivos fundamentales que han servido como punto de partida para abordar temas de suma importancia, contribuyendo así a fortalecer la propuesta de negocio. Dichos objetivos han abarcado aspectos clave, como comprender las necesidades del mercado, realizar un estudio técnico detallado, llevar a cabo un análisis financiero que proyecte las ganancias esperadas para los primeros cinco años y finalizar con la identificación de los impactos socioambientales.

Palabras claves: emprendimiento, microempresa, innovación, tecnología.

Tabla de contenido

1.	INTRODUCCIÓN.....	13
2.	CONTEXTUALIZACIÓN.....	14
2.1.	Problematización.....	14
2.2.	Justificación	15
2.3.	Objetivos	17
2.3.1	<i>Objetivo general</i>	17
2.3.2	<i>Objetivos Específicos.</i>	17
3.	MARCO DE REFERENCIA.....	18
4.1.	Enfoque y tipo de intervención.....	20
4.2.	Segmentación de la población	20
4.2.1.	Tamaño de la muestra	20
4.2.2.	Herramientas de recolección de la información.....	22
4.2.3.	Análisis de datos	22
5.1.	ESTUDIO DE MERCADO	23
5.1.1.	Objetivos	23
5.1.2.	Análisis del mercado.....	23
5.1.3.	Público objetivo	25
5.1.4.	Interpretación Encuesta.....	26
5.1.5.	Mezcla de mercado	38
5.1.6.	Estrategias de mezcla del mercado	45

5.1.7.	Presupuesto	47
5.1.8.	Descripción del producto	47
5.1.9.	Canales de distribución	49
5.1.10.	Definición y análisis del precio.....	50
5.1.11.	Ventas y servicio al cliente	51
5.1.12.	Proyección de ventas.....	52
5.2.	ESTUDIO TECNICO	54
5.2.1.	Mercado Meta	54
5.2.2.	Macro localización.....	54
5.2.3.	Micro localización	55
5.2.4.	Descripción del proceso del producto.....	56
5.2.5.	Maquinaria y equipos.....	59
5.2.6.	Mano de obra	60
5.2.7.	Presupuestos para inicio de actividades	61
5.3.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	61
5.3.1.	Direccionamiento estratégico.....	61
5.3.2.	Divisiones o áreas de la empresa	64
5.3.3.	Mapa de procesos de la empresa.....	65
5.4.	ESTUDIO FINANCIERO	66
5.4.1.	Inversión del proyecto.....	66
5.4.2.	Presupuesto De Costos.....	70

5.4.3.	Presupuesto de Gastos.....	75
5.4.4.	Presupuestos.....	76
5.4.5.	Ingresos.....	78
5.4.6.	Costo promedio ponderado.....	86
5.4.7.	Valor Presente Neto.....	86
5.4.8.	Tasa interna de retorno (TIR).....	87
5.4.9.	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	88
5.5.	IMPACTOS SOCIO AMBIENTALES.....	89
5.5.1.	Evaluación social.....	89
6.1.	CONCLUSIONES.....	91
7.1.	RECOMENDACIONES.....	93
8.1.	BIBLIOGRAFIA.....	94

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Tarjeta de presentación Primocell.....	24
Ilustración 2 Logo Celusados Popayán.....	25
Ilustración 4 Rango de edad.....	26
Ilustración 5 Genero.....	27
Ilustración 6 Nivel Educativo	27
Ilustración 7 Ocupación Actual	28
Ilustración 8 Frecuencia de compras artículos electrónicos en línea.....	29
Ilustración 9 Tipo de artículos electrónicos	30
Ilustración 10 Plataforma de compras en línea	31
Ilustración 11 Factores que influyen en la decisión de compra	32
Ilustración 12 Rango de precios.....	33
Ilustración 13 Aspectos para elegir un accesorio para celular.....	34
Ilustración 14 Recomendación a alguien más.....	34
Ilustración 15 Métodos de pago.....	35
Ilustración 16 Problemas en las compras en línea	37
Ilustración 17 Referencias de celulares.....	39
Ilustración 18 Referencias de auriculares	40
Ilustración 19 Referencia cargadores.....	41
Ilustración 20 Referencia forros.....	41
Ilustración 21 Referencia Smartwatches.....	42
Ilustración 22 Referencia aro de luz	43
Ilustración 23 Mapa Popayán.....	55
Ilustración 24 Comunas Popayán.....	56
Ilustración 25 Logo Y & J TECHNOLOGY	65

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto	47
Tabla 2 Proyección de ventas	52
Tabla 3 Incremento anual del 6%	53
Tabla 4 Relación de materias primas	59
Tabla 5 Maquinaria y Equipo	59
Tabla 6 Inversiones en maquinaria y equipo	67
Tabla 7 Inversiones en muebles y enseres	68
Tabla 8 Costo por depreciación del activo fijo	68
Tabla 9 Inversión Diferida	69
Tabla 10 Inversiones requeridas año 0.....	69
<i>Tabla 11 Costo de inventarios</i>	<i>70</i>
Tabla 12 Costo de inventario y otros	72
Tabla 13 Costos directos de mano de obra	73
Tabla 14 Costos servicios públicos.....	73
Tabla 15 Resumen general de costos	74
Tabla 16 Gastos administrativos	75
Tabla 17 Otros gastos de ventas.....	76
Tabla 18 Presupuesto de costos de producción por año	76
Tabla 19 Presupuesto de gastos administrativos.....	77
Tabla 20 Presupuesto de gastos de ventas	78
Tabla 21 Presupuesto de ingresos	79
Tabla 22 Presupuesto de precios.....	80
Tabla 23 Presupuesto de ingresos	81
Tabla 24 Flujo de fondos con financiamiento.....	83

Tabla 25 Amortización del préstamo	84
Tabla 26 Estado de resultados.....	85
Tabla 27 Costo Promedio Ponderado	86
Tabla 28 Tasa interna de retorno (TIR)	88
Tabla 29 Flujo de efectivo	88

1. INTRODUCCIÓN

Con la llegada de las nuevas tecnologías a nuestro entorno, se han abierto grandes posibilidades para los nuevos empresarios que buscan diferenciarse de sus competidores también actualmente el comercio electrónico ha venido experimentando un crecimiento significativo, transformando la manera en que las personas adquieren los diferentes productos y servicios. Algunos factores que han impulsado la popularidad de las tiendas virtuales son la comodidad, la accesibilidad y la diversidad de opciones que ofrecen este tipo de tiendas a la hora de ofertar sus productos.

Es así como, teniendo en cuenta el contexto anterior, el presente documento se centra en la creación de una tienda virtual enfocada en el comercio de artículos electrónicos con el objetivo ofrecer ventas virtuales de manera intuitiva, segura y confiable.

Este proyecto se estructura en cuatro apartados: mercadeo, técnico, financiero y socio ambiental con el fin de estudiar la idea desde diferentes factores y ver la factibilidad de este proyecto, no solo se busca establecer una plataforma de compras en línea, sino también explorar y aprovechar las tendencias y herramientas más recientes en el campo del comercio digital.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

2.1. Problematización

En un mundo cada vez más digitalizado, donde las compras en línea se han convertido en una parte fundamental de la vida cotidiana, resulta imperativo que las empresas locales, en este caso, en la ciudad de Popayán, se adapten a esta tendencia. Este fenómeno no solo impulsa el crecimiento económico, sino que también fomenta la accesibilidad y la conveniencia para los consumidores.

Además, en la actualidad el comercio electrónico en conjunto con la digitalización ha adquirido una gran importancia en la forma en que las personas realizan sus compras. Según la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), el E-commerce colombiano alcanzó ventas por valor 55,2 billones de pesos en 2022 lo que equivale a unos 11 mil millones de dólares, esto significó un crecimiento del 38,4 % y aunque se prevé un crecimiento moderado para el 2023 este se mantendrá constante a futuro, lo que brinda oportunidades para empresas emergentes en busca de diversificación y nuevos ingresos.

Es por ello que, estar presente en diversas plataformas, desde redes sociales como Facebook e Instagram, hasta sitios dedicados al comercio electrónico como MercadoLibre, Linio, Facebook Marketplace, Shopee, entre otras, permite llegar a un público más amplio y segmentado. Teniendo en cuenta que, hoy en promedio cada colombiano tiene 1,2 celulares, dando como resultado más de 65,75 millones de líneas activas, según datos de 'Digital 2022 Global Overview Report' dejando ver el gran potencial que existe en este tipo de comercio. Además, se estima que más de 35 millones de personas en Colombia tienen acceso a Internet. Por lo tanto, una estrategia de marketing digital efectiva en múltiples plataformas puede ser más eficiente que la publicidad en un único punto físico.

Con la implementación de este proyecto, se abordarán de manera efectiva las necesidades los clientes brindando seguridad y tranquilidad durante el proceso de compra, ofreciendo soluciones efectivas y de alta calidad. también la ubicación en la ciudad Popayán proporciona una ventaja competitiva importante al permitir una entrega ágil y rápida, en conjunto con un control efectivo sobre los artículos se garantiza la calidad de estos.

Por otro lado, dentro del desarrollo de este proyecto, se prevén ciertos retos que se necesita considerar y abordar con prudencia. Uno de los desafíos clave es lograr un posicionamiento sólido que genere un reconocimiento local en nuestra ciudad, lo que a su vez nos permitirá alcanzar ventas mensuales constantes desde el inicio. Esto implica la necesidad de implementar una estrategia de marketing efectiva que conecte con nuestra audiencia local y construya una sólida reputación desde el principio.

También, otro desafío importante es la búsqueda de proveedores de alta calidad que cumplan con los criterios establecidos previamente en cuanto a precios, calidad y cantidad de artículos necesarios para el óptimo desarrollo del negocio. Garantizar la disponibilidad de productos de calidad a precios competitivos es esencial para satisfacer las demandas de nuestros clientes y mantener nuestra ventaja competitiva.

¿Es viable la creación de una empresa en línea comercializadora de artículos electrónicos y accesorios para celular en la ciudad de Popayán?

2.2.Justificación

El desarrollo de la propuesta de viabilidad acerca de la comercialización de productos electrónicos vía internet en la ciudad de Popayán trae consigo ciertos beneficios a distintos sectores los cuales serán reflejados a continuación.

En el ámbito económico, Asociaciones Empresariales, La Cámara de Comercio y Autoridades Municipales podrán darle uso a los resultados de la investigación para ofrecer

apoyo y orientación a las empresas de Popayán que buscan expandirse al comercio electrónico. Esto puede incluir la celebración de talleres, seminarios y programas de formación. Esto podría llevar a la implementación de políticas y programas especiales de apoyo para promover el comercio electrónico en la región.

En el ámbito empresarial también puede ser de gran ayuda teniendo en cuenta a gerentes, directores de marketing, operarios, emprendedores locales, pequeñas empresas existentes de la ciudad, inversionistas y financieros entre otros, quienes podrán darle uso a la investigación para desarrollar estrategias efectivas de marketing en línea, segmentar a su audiencia objetivo, comprender mejor el mercado local, las tendencias de consumo y también podrán obtener información sobre cómo adaptar sus operaciones tradicionales a un entorno de comercio electrónico, lo cual les ayudaría a diversificar sus canales de venta y llegar a un público objetivo más amplio.

En el mundo educativo, la investigación brindará información para que las instituciones educativas puedan fomentar programas de formación y capacitación en comercio electrónico y gestión de tiendas virtuales, así como también motivar a los estudiantes con intereses en emprendimiento y comercio electrónico para utilizar el resultado de la investigación como recurso de aprendizaje. Y comprender algunos conceptos, prácticas y estrategias efectivas relacionadas con la creación y gestión de tiendas virtuales.

Finalmente, a manera personal, cumpliendo con uno de los requisitos para recibir el título profesional de Contadores Públicos, además de permitir tomar decisiones con muchos más fundamentos y más acertadas acerca de esta área. Nos genera conocimiento acerca de cómo aprovechar el comercio electrónico como oportunidad de negocio y descubrir si la tienda virtual es viable.

2.3.Objetivos

2.3.1 *Objetivo general*

Evaluar la viabilidad de la creación de una empresa en línea comercializadora de artículos electrónicos y accesorios para celular en la ciudad de Popayán.

2.3.2 *Objetivos Específicos.*

- Realizar una investigación de mercado por medio de encuestas para determinar la demanda potencial.
- Realizar un estudio técnico para determinar los requerimientos de la puesta en marcha de la empresa.
- Realizar un estudio financiero para identificar la posible inversión y los flujos de caja de la empresa.
- Identificar los posibles impactos socio ambientales que podría generar la puesta en marcha de la. empresa.

3. MARCO DE REFERENCIA

A continuación, se presentan los resultados de una revisión de estudios y/o investigaciones relacionadas directamente con el objeto del presente proyecto de emprendimiento, con el objetivo de reconocer el estado de conocimiento de este:

En el estudio realizado por Vega en 2020, el enfoque se centró en identificar los factores cruciales que guiarán el diseño de una estructura óptima para la creación de una tienda en línea especializada en artículos tecnológicos, con un énfasis en la atención al cliente. La metodología empleada para analizar esta idea de negocio implicó la evaluación del mercado de productos tecnológicos, tomando en consideración que Colombia cuenta con una población de 48 millones 258 mil 494 habitantes, de los cuales el 90% utiliza el comercio electrónico, y el 19% realiza compras o pagos en línea. Como resultado principal, el proyecto destacó que la creación de una tienda virtual de artículos tecnológicos representa una oportunidad atractiva en el ámbito del emprendimiento. El desarrollo de un modelo de negocio que incluya la venta de productos y servicios a través de una plataforma en línea, la implementación de un carrito de compras y un sistema de chatbots, se percibe como una estrategia sólida que promete alcanzar con éxito los objetivos establecidos a corto y mediano plazo.

En su estudio de 2020, Correa Agudelo desarrolló un Plan de Negocios para la tienda virtual "Aitana Crafts" en Cartago, Valle del Cauca, utilizando el comercio electrónico como estrategia de comercialización con el propósito de establecer una conexión cercana con los clientes y fomentar la confianza y la satisfacción. La investigación adoptó un enfoque descriptivo y combinó métodos cualitativos y cuantitativos, incluyendo encuestas realizadas a través de canales electrónicos para la recolección de datos. Las conclusiones resaltan la importancia de las estrategias de marketing y desarrollo en el éxito inicial de la tienda virtual,

respaldado por un análisis financiero que demostró su rentabilidad y sostenibilidad. Además, se subraya que el logro empresarial de "Aitana Crafts" depende igualmente de una gestión financiera y administrativa efectiva para garantizar el retorno de la inversión.

Durante su investigación llevada a cabo en el año 2019, Canales Delgado y Flores Melgarejo se enfocaron en analizar la viabilidad económica de su propuesta de negocio y en desarrollar estrategias para una implementación exitosa. La investigación abordó todas las facetas del negocio y combinó métodos cualitativos y cuantitativos en su análisis de mercado. Para recopilar datos cuantitativos, se llevaron a cabo encuestas cara a cara, mientras que para el enfoque cualitativo se optó por entrevistas en profundidad. Los resultados revelaron que los tres principales temores que inhiben a las personas de realizar compras en línea son consistentes tanto en aquellos que aún no han realizado compras por internet como en aquellos que ya lo han hecho. Esto sugiere que las estrategias de persuasión utilizadas por el mercado pueden eventualmente superar estos obstáculos, lo que indica un potencial de crecimiento en el comercio electrónico.

4. CONTEXTUALIZACIÓN METODOLOGICA

4.1. Enfoque y tipo de intervención

Este estudio emplea un tipo de investigación descriptiva el cual se centra en describir fenómenos tal como son, sin alterarlos, utilizando métodos como encuestas o entrevistas para recolectar datos y presentar resultados de manera comprensible. Para Ochoa, Yonkur (2020) “un enfoque descriptivo debe tener el propósito del estudio, la línea de investigación, la población de estudio con sus dimensiones espacial y temporal”. (p.5)

Además, se empleará un enfoque de investigación mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos. Esto facilitará el estudio de los datos demográficos deseados y proporcionará información sobre preferencias, opiniones y comentarios, lo que ayudará a desarrollar un plan de negocios exitoso.

4.2. Segmentación de la población

4.2.1. *Tamaño de la muestra*

Según el DANE (2021), el número de residentes en la ciudad de Popayán para el 2021 es de 254,966, de los cuales el 34.25% son miembros de los estratos 2, 3, 4, 5 y 6 en la ciudad de Popayán seleccionados para participar en la encuesta.

Para determinar la muestra representativa del universo para aplicar la encuesta, se toma un nivel de confianza de 95% (1,96) y un margen de error de 5%, y se utiliza la fórmula estadística para universos finitos, la cual, se muestra a continuación:

$$n = \frac{N.K^2.P.Q}{e^2.(N-1) + K^2.P.Q}$$

Cada una de las variables está definida de la forma siguiente:

n = Muestra

N = Universo (87.326)

K² = Confianza (95% = 1,96)

he = Error máximo (0,05)

p = Probabilidad a favor (0,50)

q = Probabilidad en contra (0,50)

Al reemplazar los valores en la fórmula se efectúan los siguientes cálculos:

n = 87.326 (1,96)

n =	$\frac{87,326(1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{(0,50)^2(87,326) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$	
n =	$\frac{83,867.9}{218,33 + 0,97}$	
n =	382	encuestas

En base al anterior resultado se deberán aplicar 382 encuestas en la ciudad de Popayán a residentes entre los estratos 2,3,4,5,6.

4.2.2. *Herramientas de recolección de la información*

Se recopilará información de fuentes primarias como encuestas con ayuda de formulario de Google y se estableció una conexión directa con el público objetivo mediante un cuestionario con opciones de respuesta múltiple, aplicado a 382 individuos de diversos estratos en la ciudad de Popayán.

También se obtendrá información de fuentes secundarias contenida en textos académicos, libros y otros trabajos de grado relacionados al tema.

4.2.3. *Análisis de datos*

Luego de realizar las encuestas previstas, se analizarán e interpretarán los resultados, la tabulación de las respuestas obtenidas se tomará de los entregados por la plataforma de Formularios de Google, los cuales serán de suma importancia a la hora de realizar dicha interpretación.

5. DESARROLLO

En el desarrollo del proyecto se estructurará el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero con el propósito de determinar la viabilidad del proyecto de emprendimiento.

5.1.ESTUDIO DE MERCADO

5.1.1. *Objetivos*

5.1.1.1.Objetivo General

Determinar la demanda potencial para comercialización de artículos electrónicos y accesorios para celular en línea, en la ciudad de Popayán.

5.1.1.2.Objetivos específicos

- Determinar las preferencias del consumidor a la hora de comprar artículos electrónicos y accesorios para celular de manera virtual, en la ciudad de Popayán.
- Identificar la competencia directa e indirecta en la comercialización de artículos electrónicos y accesorios para celular en línea, en la ciudad de Popayán.
- Establecer las estrategias de la mezcla de mercado del proyecto de emprendimiento.
- Determinar el nivel de aceptación del consumidor.

5.1.2. *Análisis del mercado*

A continuación, se presenta evaluación exhaustiva de las condiciones, tendencias y características del mercado

5.1.2.1.Oferta

El mercado de comercialización de artículos electrónicos y accesorios para celular en Popayán con presencia en internet está integrado por pocos negocios, puesto que la gran mayoría de este tipo de negocios se han enfocado netamente a la venta en punto físico.

El más representativo es Primocell, empresa que últimamente ha estado en constante crecimiento gracias al buen uso que le ha dado a sus redes, pautando con influencers locales, realizando concursos y brindando diferentes ofertas a su querida clientela, actividades que resultan llamativas para las personas atrayendo y generando un reconocimiento en la localidad. También se destacan Celusados Popayán, Industria móvil y Mac Shop, cabe tener en cuenta que la gran competencia establecida en internet se encuentra en las principales ciudades capitales del país, posibilitando competir de manera directa en Popayán.

Ilustración 1 Tarjeta de presentación Primocell



Fuente: <https://primocell-tegnology.negocio.site/>

Ilustración 2 Logo Celusados Popayán



Fuente: Facebook Celusados

Los precios que manejan estas empresas varían dependiendo el producto que el cliente desee adquirir, en el caso de los celulares llama la atención que una de las técnicas que más le dan uso es el poder pagar parte de la compra de un celular nuevo, con el celular que el cliente le ha venido dando uso, también implementan las ventas a crédito siempre y cuando ya se haya hecho un estudio de fiabilidad al cliente. Otros productos que ofertan estas empresas son aros de luz, audífonos, cargadores, forros para celulares y muchos más artilugios que están en tendencia en el mercado. Sus horarios de atención están estipulados desde las 8 de la mañana hasta las 7 de la noche de lunes a viernes y sábados de 9 a 7 de la noche. Sus ventas mayoritariamente las realizan en punto físico y uno que otro domicilio.

5.1.3. Público objetivo

5.1.3.1. Perfil demográfico

hombres y mujeres de 15 a 35 años que se encuentren en los estratos 2, 3, 4, 5 y 6 ubicados en la ciudad de Popayán, con ingresos iguales o superiores a un salario mínimo.

5.1.3.2. Perfil Psicográfico

Personas que les guste la tecnología y estén a la vanguardia de esta, que cuiden su salud y complementen su rutina diaria con accesorios tecnológicos para llevar mediciones reales de sus datos de salud, personas comprometidas con mejorar su calidad de vida a través de la integración inteligente de la tecnología en su día a día.

5.1.4. Interpretación Encuesta

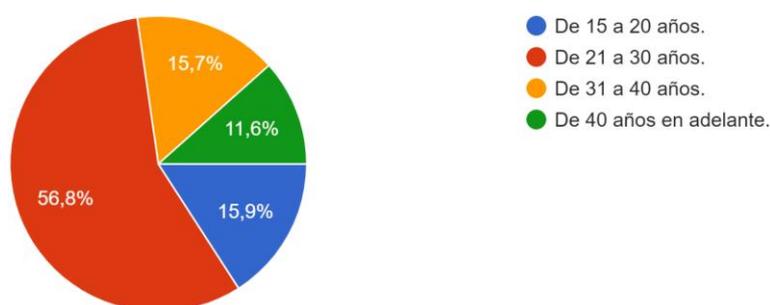
a continuación, se exponen los resultados obtenidos en un total de 396 encuestas realizadas a personas en la ciudad de Popayán, de diferentes edades, estratos socioeconómicos y ocupaciones, esta encuesta se desarrolló con la finalidad de entender de mano de los posibles compradores los inconvenientes que hayan presentado, la frecuencia de compra por internet, el interés de las personas en trasladar sus compras a la virtualidad.

Preguntas informativas

Ilustración 3 Rango de edad

¿Rango de edad en el que se encuentra?

396 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

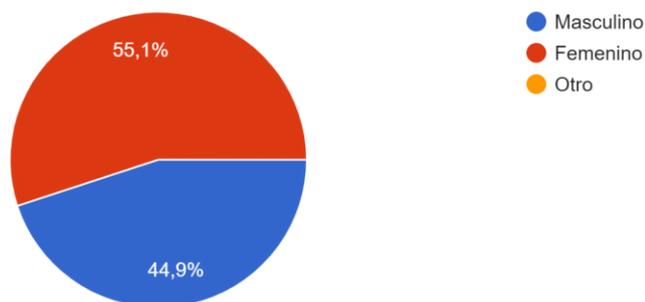
A la primera pregunta, "¿En qué rango de edad se encuentra?", el 58,8% de los encuestados respondió que tienen entre 21 y 30 años. Este grupo etario es probablemente el

más interesado en realizar compras, ya que en estas edades es común contar con una fuente de ingresos, lo que facilita la adquisición de artículos por internet..

Ilustración 4 Genero

¿Genero?

396 respuestas



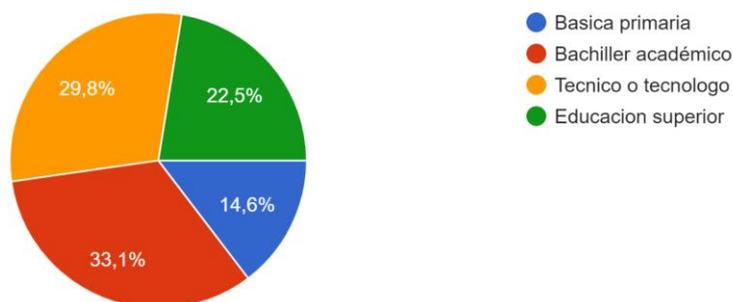
Fuente: Elaboración Propia

A la segunda pregunta sobre el género de los encuestados, el 55,1% respondió ser mujeres, mientras que el 44,9% se identificó como hombres. Esta información es crucial para diseñar una estrategia de marketing digital en la ciudad, ya que permitirá segmentar la publicidad de manera más efectiva según el género.

Ilustración 5 Nivel Educativo

¿Cual es su nivel educativo?

396 respuestas

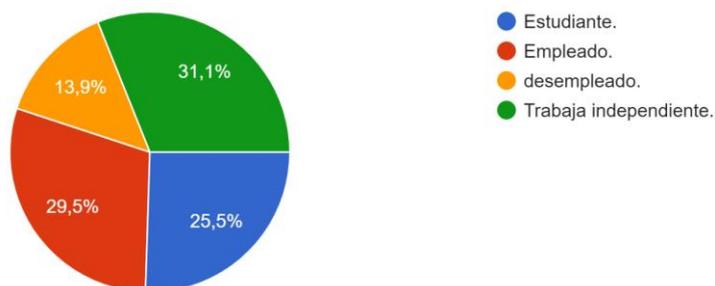


Fuente: Elaboración Propia

A la tercera pregunta sobre el nivel educativo de los encuestados, el 33,1% indicó ser bachiller académico, el 29,8% se identificó como técnico o tecnólogo, el 22,5% mencionó estar cursando o haber completado una carrera profesional, y el 14,6% afirmó haber estudiado solo hasta la educación primaria. Estos datos nos proporcionan una visión clara de la composición del público objetivo de nuestro proyecto.

Ilustración 6 Ocupación Actual

¿Cual es su ocupación actualmente?
396 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

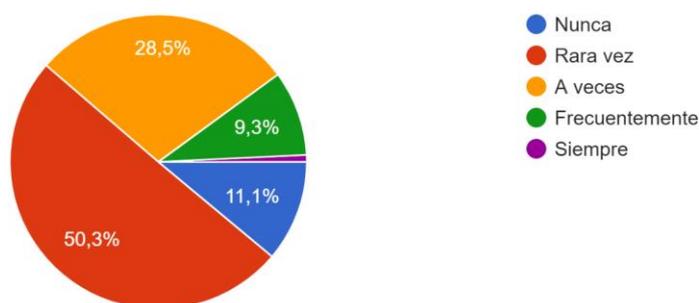
A la quinta pregunta sobre la ocupación de los encuestados y posibles clientes, el 60,6% respondió estar trabajando, ya sea como empleados en una empresa o como trabajadores independientes. El 25,5% indicó estar estudiando, y el 13,9% afirmó estar desempleado. Esta información es útil para identificar a nuestros clientes y dirigir de manera más efectiva los esfuerzos de publicidad.

Compras en línea

Ilustración 7 Frecuencia de compras artículos electrónicos en línea

¿Con qué frecuencia compras artículos electrónicos en línea?

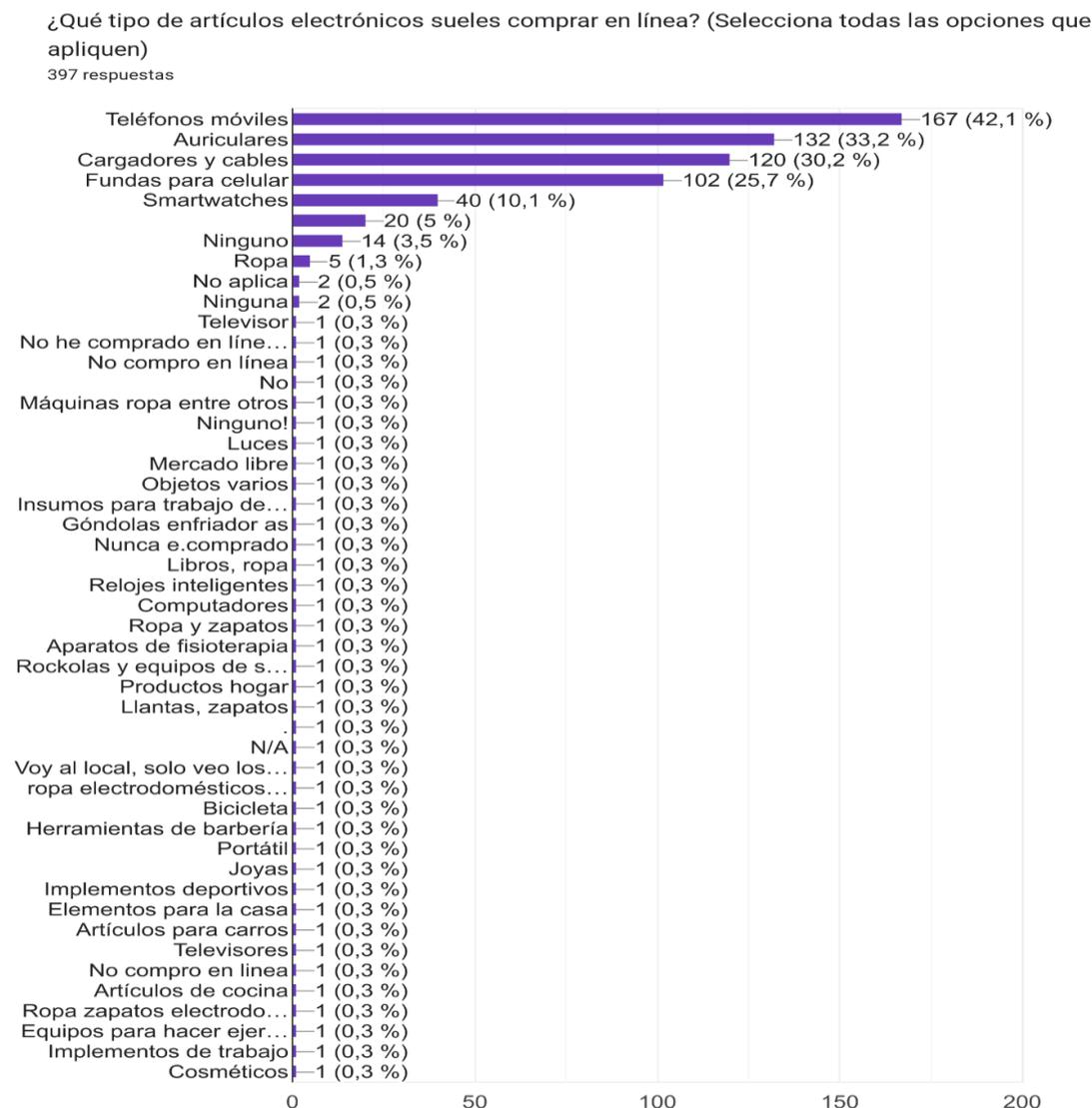
396 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

A la sexta pregunta sobre la frecuencia con la que los encuestados compran por internet, el 50,3% respondió que rara vez lo hacen. Esto sugiere una oportunidad para atraer a nuevos compradores, abordando y corrigiendo los posibles errores y temores que puedan tener. El 28,5% indicó que compran por internet ocasionalmente, y el 9,3% afirmó tener una alta frecuencia de compra en línea. En total, más del 88,9% de los encuestados compran, han comprado o estarían dispuestos a comprar por internet..

Ilustración 8 Tipo de artículos electrónicos



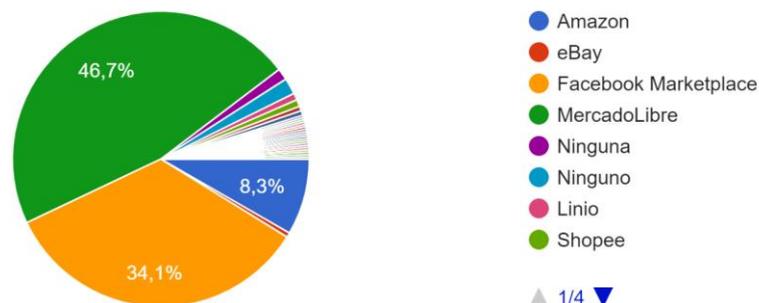
Fuente: Elaboración Propia

En la séptima pregunta sobre el tipo de artículos que los encuestados suelen comprar por internet, los productos más seleccionados fueron teléfonos móviles, auriculares, estuches y cargadores. Estos son artículos de alto consumo que se consideran para incluir en el catálogo del emprendimiento.

Ilustración 9 Plataforma de compras en línea

¿Cuál es tu plataforma de compras en línea preferida para artículos electrónicos?

396 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

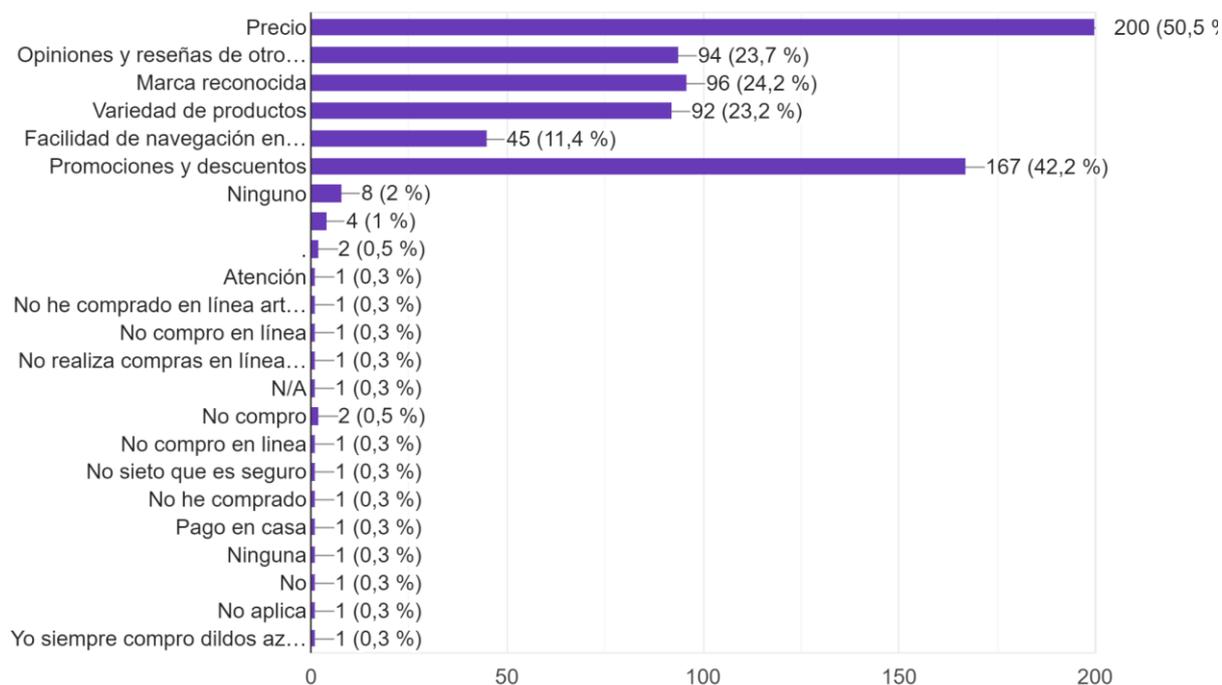
En la octava pregunta sobre la plataforma preferida por los encuestados para realizar compras, el 46,7% mencionó Mercado Libre, una empresa argentina que se ha posicionado excelentemente en Latinoamérica gracias a sus buenos precios y facilidad de uso. En segundo lugar, se encuentra Facebook Marketplace, una plataforma relativamente nueva pero que ha abierto grandes oportunidades para vendedores de todos los tamaños. Esto sugiere que el proyecto debería centrarse en plataformas como Mercado Libre y Facebook Marketplace.

En la novena pregunta se dejó un espacio abierto para que los encuestados compartieran sus experiencias de compra por internet. La mayoría de los comentarios describieron malas experiencias, tales como: "Los artículos no cumplen las expectativas creadas", "Compré un artículo que llegó dañado y no recibí reembolso", "Me estafaron con la compra de un celular", y "El producto no llegó". Estos testimonios reflejan un alto porcentaje de insatisfacción y la necesidad urgente de que las empresas de ventas online cuenten con puntos físicos donde los clientes puedan recibir atención directa y sin intermediarios, además de garantizar las promesas y garantías de los productos..

Ilustración 10 Factores que influyen en la decisión de compra

¿Qué factores influyen en tu decisión de comprar artículos electrónicos en línea? (Selecciona las más relevantes)

396 respuestas



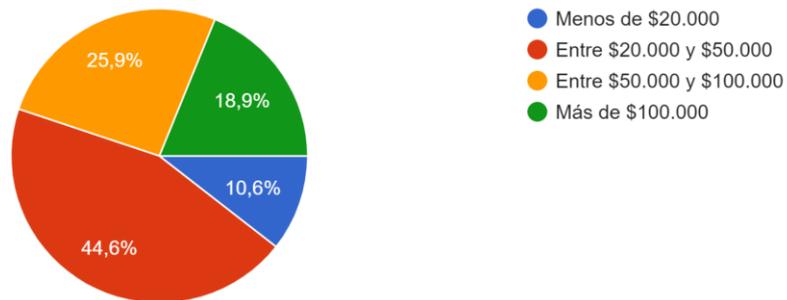
Fuente: Elaboración Propia

Uno de los principales objetivos de nuestro proyecto es asegurar precios altamente competitivos en el mercado de teléfonos y accesorios. Esto se vincula directamente con los resultados de la décima pregunta, donde más de 200 de las 397 personas encuestadas priorizaron el precio sobre cualquier otra característica al comprar. Además, las promociones y descuentos desempeñan un papel crucial para posicionar la marca a través del boca a boca..

Ilustración 11 Rango de precios

¿Cuál es el rango de precios que consideras aceptable para comprar accesorios para celular en línea?

397 respuestas



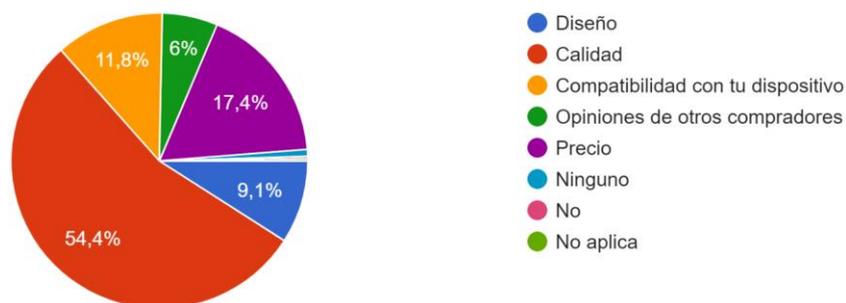
Fuente: Elaboración Propia

Como se mencionó anteriormente, alcanzar precios competitivos es crucial para el desarrollo del proyecto, ya que contribuirá al posicionamiento de la marca y los productos ofrecidos. Por ello, en la undécima pregunta, buscamos obtener rangos de precios en los cuales los clientes se sientan cómodos al adquirir este tipo de artículos. Entre los rangos más seleccionados por los encuestados, el 44,6% prefirió el rango de entre 20 mil y 50 mil pesos, seguido por el rango de entre \$50.000 pesos y \$100.000 pesos con un 25,9%. Estos rangos permiten ofrecer una amplia variedad de artículos con excelentes prestaciones. Basándonos en los resultados, observamos que los clientes no buscan necesariamente la opción más económica cuando se trata de este tipo de artículos.

Ilustración 12 Aspectos para elegir un accesorio para celular

¿Qué aspectos valoras más al elegir un accesorio para celular?

397 respuestas



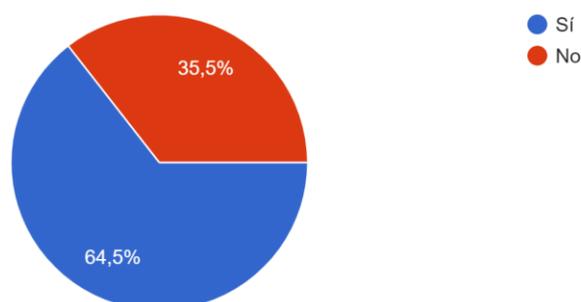
Fuente: Elaboración Propia

La calidad de los artículos es fundamental. Es crucial realizar una investigación exhaustiva y familiarizarse con cada una de las marcas antes de ofrecer los productos. Esto se refleja en la duodécima pregunta sobre qué aspectos valoran más los encuestados al elegir un accesorio para celular, donde más del 54% prioriza la calidad sobre el precio.

Ilustración 13 Recomendación a alguien más

¿Has recomendado alguna vez un artículo electrónico o accesorio para celular a alguien más?

397 respuestas

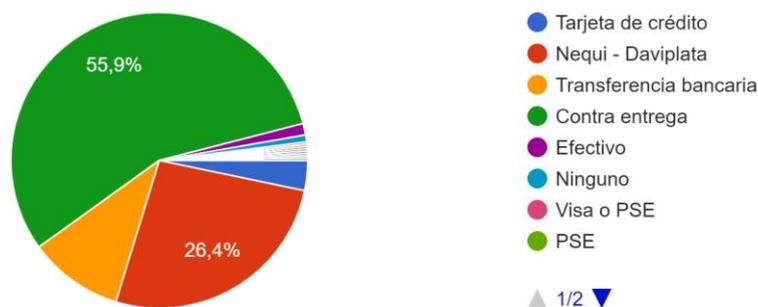


Fuente: Elaboración Propia

La calidad del servicio es crucial para fortalecer la imagen de la marca ante el público. Reconocemos que no hay mejor publicidad que la recomendación de un cliente satisfecho. Por ello, buscamos establecer procesos que inspiren confianza y nos acerquen al cliente mediante puntos de venta físicos. De esta manera, los clientes tienen la oportunidad de examinar personalmente los productos ofrecidos y elegir la mejor opción según sus necesidades y presupuesto. Estas iniciativas se respaldan con los resultados de la decimotercera pregunta, donde más del 64,5% de los encuestados ha recomendado un artículo.

Ilustración 14 Métodos de pago

¿Qué método de pago prefieres al comprar en línea?
397 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

Es crucial adaptarse a las necesidades de los clientes, ya que las opciones de pago actuales brindan tranquilidad durante las compras. El pago contra entrega en las ventas por internet es la opción más popular entre los encuestados, con más del 55,9% de preferencia. Esto se relaciona con las malas experiencias mencionadas anteriormente, que generan

desconfianza hacia los pagos anticipados. Además, es importante considerar las plataformas de pago rápido como Nequi o Daviplata, ya que ofrecen alternativas eficientes para los clientes que prefieren utilizarlas.

En la decimoquinta pregunta, que indaga sobre sugerencias o comentarios adicionales sobre la compra de artículos electrónicos en línea, los encuestados compartieron sus opiniones sobre lo que consideran fundamental para un proyecto de ventas en línea. Estos comentarios son vitales para ajustar el proyecto a las necesidades de los clientes. Algunas de las sugerencias incluyen: "La publicidad confiable de una tienda en línea es fundamental para la toma de decisiones de compra", "Es importante que brinden confianza al comprador" y "Las sugerencias de promociones y descuentos deben estar disponibles dentro de la página o la aplicación". Estas valiosas sugerencias serán consideradas en el desarrollo del proyecto.

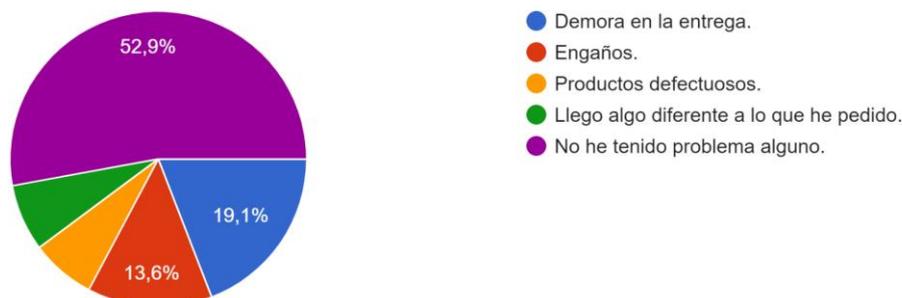
Experiencia de compras en línea

En esta sección de la encuesta, elegimos destacar los posibles problemas que surgen durante las compras en línea. El propósito de esto es identificar y considerar estos inconvenientes para abordarlos y corregirlos durante el desarrollo del proyecto..

Ilustración 15 Problemas en las compras en línea

¿Ha tenido alguno de los siguientes problemas a la hora de comprar por internet?

397 respuestas



Fuente: Elaboración Propia

En una de las últimas preguntas, se indagó sobre los inconvenientes que los encuestados consideraron más comunes en las ventas en línea. Los resultados revelaron que el 52,9% identificó las demoras como el principal problema experimentado. Esto sugiere que contar con un punto físico facilita las entregas, ya que con esta ventaja, los tiempos de entrega podrían reducirse a solo unas pocas horas.

Basándonos en la información recopilada, podemos destacar varios puntos fundamentales. En primer lugar, observamos que el 88,9% de los encuestados ha realizado al menos una compra en línea, lo que refleja un marcado interés por parte de las personas en las compras en internet.

En cuanto a los precios, estos son el factor más determinante a la hora de tomar decisiones en las compras en línea. Un gran porcentaje de los encuestados expresaron estar dispuestos a pagar entre \$20.000 y \$50.000 por un artículo electrónico.

También se observó que las plataformas más preferidas por las personas para realizar compras en línea son Mercado Libre y Facebook Marketplace. Esto nos proporciona una guía útil al momento de establecer los canales de mercado para nuestros productos.

5.1.5. Mezcla de mercado

Se trabajará la estrategia de las 4P (producto, precio, promoción y plaza).

El marketing mix es muy importante ya que permitirá identificar todas las acciones que se deben tener en cuenta y planificar en torno al producto/servicio, el precio, la promoción y la distribución de este.

La idea con esto es que se pueda tener muy claro qué se quiere ofrecer, a quién, cómo hacerlo y dónde.

Si bien la oferta se irá ampliando de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la demanda, la microempresa ofrecerá en principio las siguientes líneas de producto.

5.1.5.1.Productos

- Celulares: los celulares probablemente sea el artículo que mas se utilizan en el día a día de gran porcentaje de la población payanesa y Colombiana, se ha convertido en una fuente de comunicación rápida y económica, esto sumado a que la gran mayoría de los encuestados en la encuesta anterior respondió que su principal compra en línea suele ser teléfonos móviles, además las nuevas compañías de distribución y fabricación de celulares han optado por mantener precios competitivos frente a las grandes empresas ya posicionadas, empresas como Oppo, Xiaomi, Tecno, ZTE entre otras tienen precios atractivos y accesibles.

Ilustración 16 Referencias de celulares

Fuente: Techadvisor

- Auriculares inalámbricos: estos se han convertido en una alternativa interesante, pues la comodidad que ofrecen es atractiva para los usuarios el no contar con un cable que se enrede o quiebre no tan solo hace más cómodos sino que también extienden su vida útil.

Los auriculares cuentan con conectividad bluetooth 5.1 a 5.3 siendo estas las más actuales del momento, también cuentan con un sensor táctil en uno de sus costados, brindando con esto que desde este se pueda cambiar de canción, pausar la música, contestar llamadas, también cuentan con resistencia a la lluvia y sudor, una duración de batería de alrededor de 3 a 5 horas variando entre modelos, y adicionalmente el estuche ofrece una batería interna logrando con esto que cuando se descansa de su uso estos estén cargados para la próxima vez que se utilicen.

Ilustración 17 Referencias de auriculares



Fuente: Xatakamovil

También los diferentes estilos y precios se ajustan a la necesidad de los clientes pues el tener variedad en estos abre la posibilidad de atraer más clientes a el proyecto.

- Cargadores: estos son parte esencial del día a día de los usuarios de algún dispositivo tanto como celular u otro artículo que tenga una batería interna pues para su uso se hace indispensable llevar o tener uno a la mano.

Los modelos actuales cuentan con entradas de USB a entrada V8 siendo esta la opción para algunos celulares de anterior generación, también para parlantes de sonido entre otros, también de entrada USB A USB C, este tipo de entrada es la versión más actual y funcional del momento logrando capacidades de cargas más altas y efectivas, USB A a Lightning esta opción es exclusiva para celulares o accesorios de la marca Apple una de las marcas más posicionadas del mercado.

Ilustración 18 Referencia cargadores

Fuente: Xatakamovil

- Fundas para celulares: estas son un complemento perfecto para el celular pues para nadie es un secreto de la delicadeza de estos, es por eso que se hace esencial proteger este tipo de dispositivos, además los diferentes estilos y diseños existentes en el mercado han convertido este accesorio en un complemento estético que hace ver el artículo más agradable a la vista.

Ilustración 19 Referencia forros

Fuente: walmart

- Smartwatches: los relojes inteligentes se han abierto paso en el mercado de manera importante pues a diferencia de los relojes tradicionales no solo se encargan de mostrar la

hora y fecha sino que también en la muñeca podemos llevar un dispositivo desde donde se puede verificar las notificaciones, funciones de salud, modos de ejercicio, juegos entre otras funciones que hacen de este accesorio algo indispensable en el día a día, también estos dispositivos cuentan con una correa intercambiable, permitiendo personalizar cada uno de acuerdo a nuestro gusto o necesidad.

Ilustración 20 Referencia Smartwatches



Fuente: Stuff

- Aros de luz: Los aros de luz son accesorios versátiles que proporcionan iluminación uniforme y eliminan sombras no deseadas, ayuda a mejorar la calidad visual de las fotografías, su función principal es garantizar la iluminación óptima para mejorar la apariencia en situaciones de baja luz. Se ha convertido en un elemento esencial en el mundo del contenido digital y la creación de contenido en redes.

Estos cuentan con un control fijo desde donde se puede cambiar la intensidad, color, o modo de la luz, logrando con esto ajustarlo a la necesidad del momento del usuario, también el artículo cuenta con un trípode de 2 metros de alto desde donde se puede ajustar la altura deseada, adicional incluye una base para ubicar el celular en el aro permitiendo mantener el celular en una posición cómoda para la creación del contenido.

Ilustración 21 Referencia aro de luz



Fuente: Ghazionline

5.1.5.2. Precio

El precio se establece de acuerdo con el estudio de costos realizados y la utilidad que se desea obtener, sin embargo, se tendrá en cuenta los precios que maneja el mercado para promover la sana competencia.

Los precios estimados para los dos productos que ofrece Y & J TECHNOLOGY son:

Celulares:

Xiaomi A2: \$400.000

POCO C40: \$450.000

Samsung A05: \$500.000

Samsung A15: \$ 680.000

OPPO A38: \$ 600.000

TECNO SPARK GO: \$ 400.000

Auriculares Inalámbricos: los precios entre modelos varían de acuerdo con su duración de batería, versión de bluetooth, calidad en el audio entre otras características.

Modelos: Auriculares Inalámbricos:

M60: \$55.000

LENOVO XT88: \$80.000

HARVIC BT450: \$95.000

Cargadores:

XIAOMI 33W: \$37.000

SAMSUNG 45W: \$55.000

IPHONE 35W: \$65.000

Fundas para celular:

Silicon: \$20.000

Smartwatches:

X9+ Ultra 2 con pantalla AMOLED: \$190.000

T900 ultra: \$90.000

Aros de luz:

tamaño de 26cm mas trípode de 2 metros: \$50.000

Tamaño de 36 más trípode de 2 metros : \$90.000

5.1.5.3.Plaza

Si bien se ha pensado en un dinámico servicio a domicilio otorgando los productos mediante el servicio de contra entrega, se contará con un punto físico de venta el cual estará ubicado en el barrio valencia. Este sector es central, lo que nos facilitara las entregas rápidas

y oportunas a toda la ciudad además cuenta con buen flujo de tráfico y buen acceso. También tiene una buena dinámica comercial y se encuentran varias oficinas y pequeños negocios.

Promoción: Como se sabe, la promoción no solo está relacionada con la publicidad o las estrategias de comercialización como los descuentos, también están las ventas directas, el relacionamiento con el público, el manejo de las redes sociales, la imagen del producto en la publicidad y cualquier forma que se pueda utilizar para poder promover el producto, hacerlo conocer.

En ese sentido, se realizará la entrega de volantes en sector residencial en diferentes puntos de la ciudad y empresas, oficinas e instituciones para que las personas cuenten con información acerca de los productos, precios, dirección y números de contacto para hacer los pedidos. También se harán promociones por medio de las redes sociales (Facebook, TikTok, Twitter y WhatsApp), a través de piezas gráficas, videos e historias.

Ocasionalmente se sacarán promociones de los productos que se harán conocer en redes sociales para ser más llamativos a los clientes y se incentivará a través del buen servicio el “voz a voz”.

5.1.6. Estrategias de mezcla del mercado

5.1.6.1. Estrategias de producto

Se utilizarán proveedores nacionales y del exterior.

Se ofertan productos en tendencia y de última tecnología.

Los productos contarán con descripciones detalladas, garantías y especificaciones técnicas para su buen uso.

5.1.6.2.Estrategias de precio

Se manejan precios competitivos.

Se ofrecerán descuentos, promociones y ofertas especiales para atraer clientes y mantener la competitividad.

5.1.6.3.Estrategias de plaza

Se tendrá un domiciliario exclusivo de la microempresa para que lleve los productos a diferentes puntos en la ciudad. También se harán alianzas estratégicas para trabajar con empresas de domicilios de la ciudad siempre y cuando la situación lo requiera.

Por otro lado, se atenderá en el punto de venta ubicado en el barrio Valencia, en donde se realizarán todos los despachos de los pedidos y se brindarán las mejores condiciones de comodidad al cliente.

5.1.6.4.Estrategias de Promoción:

Se Realizará promociones periódicas, descuentos por tiempo limitado, ofertas especiales en productos populares y paquetes de productos a precios reducidos.

Se ofrecerán cupones de descuento y códigos promocionales a través de redes sociales y nuestro sitio web para incentivar a los clientes a realizar compras.

Se Implementará un programa de referidos donde los clientes existentes pueden recibir descuentos o recompensas por recomendar nuestra tienda a amigos y familiares.

Se utilizarán anuncios pagados en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter etc. para llegar a la audiencia objetivo.

Se creará contenido relevante y útil relacionado con los productos electrónicos que se ofertarán, el cual se publicará en historias de nuestro Instagram y Facebook con el propósito de crear un buen tráfico.

5.1.7. Presupuesto

Tabla 1 Presupuesto

Actividad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Arrendamiento	Mensual	1.500.000	1.500.000
Sueldos	Mensual	1.300.000	2.600.000
Evento de lanzamiento	1 evento	1.500.000	1.500.000
Mercancía	N.A	17.000.000	15.000.000
Material fotográfico	1 sesión	400.000	400.000
Publicidad digital	Semanal	200.000	800.000
TOTAL			21.800.000

Fuente: Elaboración Propia

5.1.8. Descripción del producto

Y & J TECHNOLOGY estará dedicada a traer lo mejor de la tecnología a la ciudad, basándose en las ventas en línea, pero con un punto físico en cada una de las ciudades que haga presencia, esto con el fin de que los clientes tengan la posibilidad de acercarse y ver cada uno de los artículos ofertados en persona que puedan probarlos para que estén seguros

en su compra, también se busca que los clientes puedan tener una atención personalizada en caso de tener algún inconveniente con los artículos ofertados.

Las especificaciones o características que deberán contar de los productos que ofrece Y & J TECHNOLOGY son:

Celulares: Artículos tecnológicos que se han caracterizado por integrar variedad de funciones en un solo dispositivo, desde su aparición se ha encargado de facilitar la vida de los usuarios al lograr que el usuario tenga comunicación constante de una manera fácil y rápida.

Smartwatches: Este artículo tecnológico se ha vuelto sumamente útil en la vida diaria de las personas al ofrecer funciones que van más allá de simplemente mostrar la hora. Estos dispositivos cuentan con pantallas completamente táctiles y una amplia gama de características, incluyendo funciones de salud que permiten medir el ritmo cardíaco del usuario, así como la oxigenación en la sangre y la temperatura corporal y ambiental. Debido a estas capacidades, los relojes inteligentes se han convertido en accesorios indispensables para los usuarios en su día a día.

Auriculares inalámbricos: Estos dispositivos han reemplazado a los auriculares tradicionales puesto que gracias a su conectividad vía bluetooth logran ser más ágiles, durables y cómodos para los usuarios.

Cargadores: Estos son un complemento obligatorio para los usuarios de cualquier dispositivo electrónico, ya que sin ellos la funcionalidad de nuestros dispositivos se vería limitada por la duración de la batería. En un mundo en el que la movilidad y la conectividad son esenciales, los cargadores se han convertido en un elemento imprescindible en nuestra vida cotidiana, garantizando que nuestros dispositivos estén siempre listos para ser utilizados cuando más los necesitamos.

Case para celular: Este tipo de protección se ha convertido en un elemento indispensable para los teléfonos celulares, dado que la fragilidad inherente de estos

dispositivos los hace susceptibles a daños y roturas en situaciones cotidianas. Con la creciente dependencia de los teléfonos inteligentes en nuestra vida diaria, desde comunicarnos hasta trabajar y entretenernos, la necesidad de salvaguardarlos de los rigores del uso diario se ha vuelto aún más evidente.

Aros de luz: Con el creciente número de personas que se suman a las redes sociales para crear contenido, ya sea de entretenimiento o informativo, los aros de luz emergen como una alternativa económica y práctica para mejorar la calidad de las imágenes y videos producidos. Además, su diseño compacto y versátil los hace ideales para su uso en una variedad de entornos, ya sea en un estudio profesional o en el hogar.

5.1.9. Canales de distribución

El principal canal de distribución de los productos que ofertará Y & J TECHNOLOGY será de manera virtual.

La tienda virtual sería el canal principal a través del cual los clientes pueden comprar los productos electrónicos. Esto implica tener una plataforma de comercio electrónico bien diseñada y fácil de usar.

También se ofertarán a través de plataformas de terceros, tales como Amazon, Mercado libre, Facebook Marketplace permitiéndonos llegar a una base de clientes más amplia que ya conocen y confían en estas plataformas.

Se contará con perfiles en cada una de las redes sociales disponibles hasta el momento (Instagram, TikTok, Facebook) siendo Instagram la red social principal, esto se realiza con el fin de tener información actualizada sobre los precios, promociones, videos informativos de cada uno de los artículos.

Distribución Local

Y & J TECHNOLOGY contará con una bodega y punto de distribución de todas las ventas en línea, la cual estará ubicada en el barrio Valencia, esto con el fin de proporcionar más confianza a los clientes ya que si dudan de la existencia de esta, puedan acercarse al punto físico.

5.1.10. Definición y análisis del precio

El valor del precio de cada uno de los artículos ofrecidos por la empresa de tecnología equivale al valor del costo de compra más la utilidad esperada por los socios.

Para la definición del precio de los artículos se hará un análisis de los precios en el mercado tomando como referencia las respuestas obtenidas en la encuesta realizada a nuestros futuros clientes, dado que la microempresa desde su creación busca llevar a sus clientes los precios más económicos y competitivos de la ciudad, que logren cautivar a personas de entre de 15 a 34 años posicionando a Y & J TECHNOLOGY como una de las nuevas empresas más accesibles, competitivas y confiables de Popayán.

Los precios de lanzamiento serán los expuestos anteriormente y se mantendrán de acuerdo con el valor que el mercado establezca.

Celulares:

Xiaomi A2: \$400.000

POCO C40: \$450.000

Samsung A05: \$500.000

Samsung A15: \$ 680.000

OPPO A38: \$ 600.000

TECNO SPARK GO: \$ 400.000

Auriculares Inalámbricos:

M60: \$55.000

LENOVO XT88: \$80.000

HARVIC BT450: \$95.000

Cargadores:

XIAOMI 33W: \$37.000

SAMSUNG 45W: \$55.000

IPHONE 35W: \$65.000

Fundas para celular:

Silicon: \$20.000

Smartwatches:

X9+ Ultra 2 con pantalla AMOLED: \$190.000

T900 ultra: \$90.000

Aros de luz:

tamaño de 26cm más trípode de 2 metros: \$50.000

Tamaño de 36 más trípode de 2 metros: \$90.000

5.1.11. Ventas y servicio al cliente

La proyección de venta de Y & J TECHNOLOGY inicia desde el 1 de febrero de 2025, mes en el cual se espera iniciar operaciones en la ciudad de Popayán, por lo cual se espera un crecimiento mensual de 40% que ayude a llegar a la meta de superar los 50 millones de pesos de ventas en los primeros 11 meses siendo este último el más importante para lograr tal objetivo.

En conclusión, la empresa busca crecer de forma continua en la búsqueda de un buen posicionamiento en el mercado logrando con esto los objetivos propuesto o quizá superarlos.

Además, se proyecta desde el día uno abrir todos los días de 8 am a 8 pm puesto que es de suma importancia receptor los mensajes de los clientes a través de las diferentes plataformas virtuales.

También Y & J TECHNOLOGY buscará la eficiencia en cuanto al aprovisionamiento de la mercancía buscando con esto la optimización tanto de los recursos como del espacio físico, para esto se pretende tener en punto solo la cantidad necesaria de cada uno de los artículos con un mínimo de 4 unidades para artículos que se consideren de baja rotación y un máximo de 15 unidades para artículos de alta rotación, por referencia, esto ayudaría a reducir tanto los costes de almacenamiento como del uso de los recursos, abriendo la posibilidad a una mayor variedad en artículos atrayendo cada día nuevos clientes y mejores ventas.

Aunado a esto se garantizará la existencia de cada uno de los artículos puesto que, dentro de las políticas de la empresa, estará estipulado un tope mínimo de unidades para nuevamente realizar un pedido de estas, para los artículos de alta rotación se dispondrá de un mínimo de 5 unidades por artículo y para los de baja rotación no podrá ser menor a 2 unidades. Esto garantizará que siempre se cuente en punto con los productos ofertados por la tienda.

5.1.12. Proyección de ventas

Tabla 2 Proyección de ventas

PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS	
	ANUAL	MENSUAL
CELULARES	144	12
SMARTWACHES	240	20
AURICULARES INALAMBRICOS	240	20
AROS DE LUZ	180	15
CARGADORES	240	20
CASE PARA CELULAR	480	40

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3 Incremento anual del 6%

INCREMENTO ANUAL DEL 6%					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CELULARES	144	153	162	172	182
SMARTWACHES	240	254	270	286	303
AURICULARES INALAMBRICOS	240	254	270	286	303
AROS DE LUZ	180	191	202	214	227
CARGADORES	240	254	270	286	303
CASE PARA CELULAR	480	509	539	572	606

Fuente: Elaboración Propia

Con la proyección de ventas presentada se busca pronosticar los ingresos que tendrá la microempresa en un tiempo estimado en la ciudad de Popayán, puesto que la empresa aún no está en servicio y no hay información previa al respecto. Con esto se pretende estimar el número de artículos que se deberán vender para llegar a un punto de equilibrio donde se recupere la inversión y existan utilidades según el reporte del estudio de mercado de accesorios para teléfonos móviles: Tendencias globales de la industria, participación, tamaño, crecimiento, oportunidades y pronóstico 2023-2028 realizado por: imarc impactful insights la tasa del crecimiento del sector se proyecta que es del 5,4% por lo cual se tomará el 6% al ser Popayán una ciudad en constante crecimiento en la demanda de accesorios tecnológicos .

(Tamaño del Mercado de Accesorios Para Teléfonos Móviles, Crecimiento, Informe 2023-28, s. f.)

Respecto al servicio al cliente, esta será una atención personalizada en cada una de las plataformas, con personal capacitado que conoce cada uno de los artículos y entiende su funcionamiento, se tendrá imágenes reales de cada uno de los artículos con información clara y precisa de su funcionamiento, materiales, desempeño, características, entre otros. Con esto Y & J TECHNOLOGY busca generar confianza en sus clientes garantizando un proceso de compra rápido, seguro, y fácil para cada uno de los compradores.

También para las entregas a domicilio o envíos a otras ciudades la empresa se apoyará en empresas dedicadas a los domicilios en la ciudad de Popayán, puesto que la gran mayoría cuentan con gran número de conductores que facilitaran la entrega de estos en un tiempo corto.

En cuanto a las ventas en punto físico la empresa contará con personal amable y atento capaz de atender y dar solución a cada una de las inquietudes de los clientes, ayudándoles a elegir la opción más acertada en cuanto a su presupuesto, expectativas y necesidades.

5.2.ESTUDIO TECNICO

En el estudio técnico se establecerán todos los procesos necesarios para la comercialización de los productos tales como: El paso a paso que llevaremos para conseguir los proveedores, para la comercialización de los productos y para brindar garantías, la maquinaria y equipo e información más detallada acerca de nuestra ubicación de nuestro punto físico.

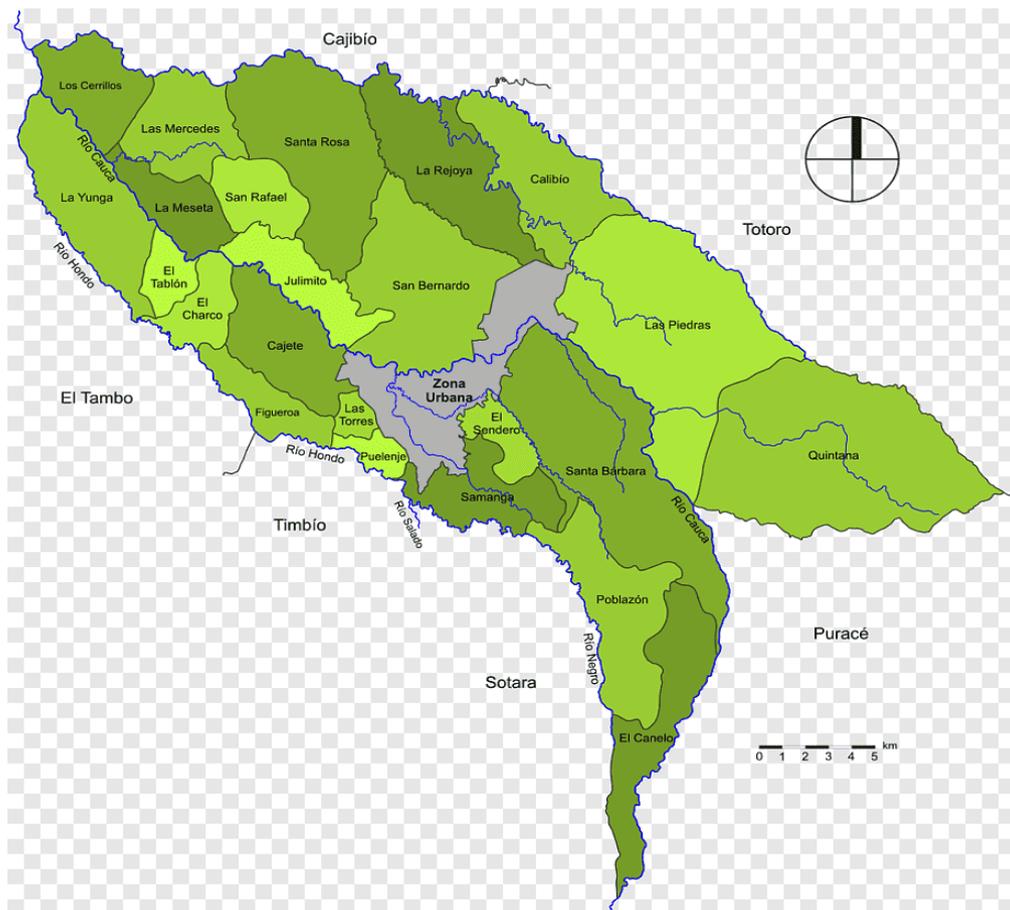
5.2.1. Mercado Meta

Todas las personas de entre 15 a 34 años de la ciudad de Popayán y sectores rurales, que según proyecciones del DANE para este año 2024 es un total de 112.088 personas, se incluyen a todos los hombres y mujeres de estas edades teniendo en cuenta de que se ofertan tanto gama alta como gama baja de los artículos. (TerriData :: DNP, s. f.-b)

5.2.2. Macro localización

La microempresa llevará a cabo sus actividades en el municipio de Popayán, departamento del Cauca.

Ilustración 22 Mapa Popayán



Fuente: Revistas científicas

5.2.3. Micro localización

La sede principal de la microempresa Y & J TECHNOLOGY tendrá su sede principal en la comuna 4 de la ciudad de Popayán, más exactamente en el barrio Valencia, sector central de la ciudad, muy reconocido por su gran variedad de comercio, cercanía a los mayores empleadores de la ciudad además de esto cuenta con tráfico de público objetivo diariamente debido a que es una zona cercana a centros educativos, organizaciones nacionales.

Ilustración 23 Comunas Popayán



Fuente: Wikipedia

5.2.4. Descripción del proceso del producto

Dentro de esta sección se refleja tres paso a paso para el funcionamiento de la empresa, estos son los siguientes:

5.2.4.1. Proveedores

Paso 1. Inicialmente se realizará una investigación de mercado de productos electrónicos, esto con el fin de identificar las tendencias, demandas del consumidor y la competencia.

Paso 2. Se procederá con la búsqueda de proveedores los cuales deben de cumplir con los criterios de selección tales como calidad de los productos, precios competitivos, tiempos

de entrega, políticas de devolución y atención al cliente para esto se utilizará recursos en línea como directorios de proveedores, ferias comerciales y redes sociales.

Paso 3. Se solicitará información detallada sobre los productos que ofrecen los proveedores seleccionados, en dicha información se incluye especificaciones técnicas, precios al por mayor, políticas de envío y devolución, y plazos de entrega. Dentro de este paso también se investigará acerca de la reputación de los proveedores y se pedirán muestras de los productos para evaluar la calidad.

Paso 4. Una vez cumplido los pasos anteriores se iniciará la negociación de términos, tales como precios, pagos, volúmenes mínimos de compras, descuentos y condiciones de envío.

Paso 5. finalmente se configura las cuentas de los proveedores en el sistema de inventario y comercio electrónico de la empresa, además se coordina la logística de la recepción de los productos comprados a los proveedores

5.2.4.2.Comercialización:

Paso 6. Se seleccionarán plataformas de comercio confiables y adecuadas para las necesidades de la empresa, algunas de ellas son mercado libre, Marketplace de Facebook y las distintas redes sociales. Se diseñará una interfaz de usuario atractiva y fácil de usar que facilite la navegación y la compra de productos.

Paso 7. Se realizará una investigación de palabras claves, relevantes para nuestro nicho de mercado, seguido se optimiza el contenido de la tienda virtual en la cual se incluye la descripción de los productos y meta descripciones.

Paso 8. Se generará contenido de valor para atraer a los clientes, en esto se destaca las reseñas de los productos, creación de material fotográfico y videos los cuales fomentan las compras en la empresa.

Paso 9. La atención al público se realizará de manera virtual por las plataformas seleccionadas y también se estará atendiendo en el punto físico, una vez hechos los pedidos del cliente se procederá a la verificación del funcionamiento de los mismos y al alistamiento para su respectiva entrega dejando en claro las políticas de garantías que maneja la empresa.

Paso 10. finalmente se realizará un seguimiento y una optimización de los pasos anteriormente mencionados.

Garantías Si el cliente acude a las garantías que le brinda la empresa procederá a seguir los siguientes pasos.

Paso 11. Desde un inicio se manejará una comunicación transparente dejando en claro las condiciones de las garantías, incluyendo la duración de estas y que acciones invalidan las garantías y también cómo pueden solicitarla los clientes.

Paso 12. Una vez el cliente se comunique con la empresa solicitando la garantía se procederá a agendar una cita para la revisión y verificar que el producto y las causas si aplican para esta.

Paso 13. Se realiza la revisión y se verifica de manera justa de que el producto se aplique para garantía teniendo en cuenta las condiciones que se hayan dejado claras en el paso número 11.

Paso 14. Una vez se haya confirmado una reclamación válida de garantía, se ofrecerá al cliente opciones como reparar el producto, reemplazarlo por uno nuevo o emitir un reembolso, según lo estipulado en las políticas de garantías.

Paso 15. Después de haber resuelto la reclamación de garantía se realizará un seguimiento al cliente con el fin de asegurarse de que, si está satisfecho con la resolución, además de eso se puede solicitar retroalimentación acerca de su experiencia para identificar áreas de mejora en la empresa.

5.2.4.3. Relación de materias primas

Tabla 4 Relación de materias primas

CELULARES	ACCESORIOS
Samsung (400.000 - 600.000)	Aros de luz (26.000- 65.000)
OPPO (250.000- 500.000)	audífonos (15.000 - 50.000)
Tecno (350.000 - 600.000)	forros para celular (5.000 - 15.000)
Xiaomi (380.000 - 600.000)	Smartwatch (50.000 - 150.000)
	cargadores para celular (40.000 - 40.000)

Fuente: Elaboración Propia

5.2.5. Maquinaria y equipos

A continuación, en la siguiente tabla se muestra las diferentes máquinas y equipos que se emplearán para la comercialización de nuestros productos, esto se realiza con el fin de dar a conocer algunas especificaciones de las herramientas y para garantizar que nuestro equipo de trabajo a la hora de ofertar y comercializar los productos estos estén en óptimas condiciones para desempeñar dichas labores y puedan brindar una atención diferencial a nuestros clientes.

Tabla 5 Maquinaria y Equipo

Computador: Asus VivoBook procesador Core i3 de onceava generación	Celular: iPhone 8 plus procesador A11 Bionic de 6 núcleos
--	---

<p>disco duro de 512 GB de estado sólido</p> <p>8 GB de memoria RAM</p> <p>pantalla de 14 pulgadas</p>	<p>4 gb de RAM</p> <p>64 GB de almacenamiento</p>
<p>Mobiliario de oficina:</p> <p>escritorio en madera, con cajón auxiliar y</p> <p>silla tipo oficina con rodachines, altura</p> <p>graduable recubierta en algodón.</p>	<p>Estantería:</p> <p>2 estantes de 2 metros de largo x 2 metros</p> <p>de alto en madera MDF color gris.</p>
<p>Cámaras de seguridad:</p> <p>Cámara robótica Ip Wifi Full Hd 1080p</p> <p>Exterior Ptz 360° Zoom</p> <p>Resolución FULL HD 1080P</p> <p>zoom digital 4X inteligente</p> <p>luces LED ir-cut</p> <p>micrófono y altavoz incorporado.</p> <p>Visión nocturna</p> <p>ALIMENTACIÓN: 12V/2A</p>	<p>Vitrinas:</p> <p>medidas: 1,10 metros de alto x 1,80 metros</p> <p>de largo de 4 pisos , vidrio panorámico de 5</p> <p>milímetros, puertas corredizas con vidrio</p> <p>tipo espejo , Rodachines de 2 pulgadas con</p> <p>freno de seguridad.</p>

Fuente: Elaboración Propia

5.2.6. Mano de obra

La mano de obra requerida para la operatividad de la empresa:

Empleados: los socios capitalistas realizarán las funciones necesarias para el funcionamiento del proyecto, con funciones previamente establecidas, cada uno contará con

unos honorarios de 1,300,000 pesos durante los primeros 6 meses con posibilidad de aumento dependiendo de los ingresos luego de los 6 meses establecidos.

5.2.7. Presupuestos para inicio de actividades

Y & J TECHNOLOGY requiere de un presupuesto estimado para el inicio de operaciones de 10,000,000 de pesos divididos en diferentes rubros necesarios, con este presupuesto se pretende suplir los gastos mensuales generados derivados de su funcionamiento, estos gastos están representados en:

Computador.	\$ 1.700.000
Celular.	\$ 1.000.000
Estantería.	\$ 2.000.000
Escritorio.	\$ 500.000
Cámaras.	\$ 300.000
Vitrina.	\$ 1.000.000
Marketing Digital.	\$ 500.000
Salarios.	\$ 2.600.000

5.3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.3.1. Direccionamiento estratégico

- Misión:

Ofrecer a nuestros clientes lo mejor de la tecnología con un enfoque en la venta en línea, complementada con puntos físicos en cada ciudad donde tengamos presencia. Nuestro objetivo es proporcionar productos de alta

calidad y un servicio al cliente excepcional, garantizando que nuestros clientes puedan ver, probar y sentirse seguros en sus compras.

- **Visión:**

En el 2028, ser la empresa líder en la comercialización digital de productos tecnológicos en Popayán y expandirnos a nivel nacional, brindando una experiencia de compra integral y de alta calidad tanto en línea como en nuestros puntos físicos.

- **Objetivos Estratégicos:**

1. **Liderar el mercado local de tecnología en Popayán:**

Establecer una fuerte presencia en línea y física para atraer a una amplia base de clientes.

Ofrecer productos de alta calidad y las últimas innovaciones tecnológicas.

2. **Expansión Regional:**

Implementar un plan de expansión gradual a otras ciudades importantes de Colombia.

Asegurar la misma calidad de servicio y disponibilidad de productos en todos los puntos físicos.

3. **Excelencia en Servicio al Cliente:**

Capacitar a nuestro personal para proporcionar una atención personalizada y resolver eficientemente cualquier inconveniente.

Implementar un sistema de soporte post-venta robusto y accesible.

4. **Innovación y Actualización Constante:**

Mantener un catálogo de productos actualizado con las últimas tendencias tecnológicas.

Estar atentos a las necesidades y feedback de los clientes para adaptar nuestro inventario y servicios.

- Estrategias de Marketing:

1. Marketing Digital:

Desarrollar una estrategia de SEO para posicionar nuestra tienda en línea en los primeros resultados de búsqueda.

Utilizar redes sociales y campañas de publicidad pagada para llegar a nuestro público objetivo.

2. Experiencia en la Tienda Física:

Crear un ambiente atractivo y tecnológico en nuestros puntos físicos.

Realizar eventos y demostraciones de productos en tienda para atraer clientes y fomentar la interacción directa con los productos.

3. Fidelización de Clientes:

Implementar programas de lealtad y ofertas exclusivas para clientes frecuentes.

Ofrecer descuentos y promociones especiales para lanzamientos de nuevos productos.

4. Colaboraciones y Alianzas:

Colaborar con influenciadores y creadores de contenido para promover nuestros productos.

Establecer alianzas estratégicas con marcas tecnológicas reconocidas para ampliar nuestro portafolio.

- Propuesta de Valor:

Y & J TECHNOLOGY se diferencia por combinar la comodidad de las compras en línea con la confianza de la experiencia física. Ofrecemos productos de tecnología de alta calidad, respaldados por un servicio al cliente excepcional y una atención personalizada. Nuestro compromiso es asegurar que cada cliente se sienta seguro y satisfecho con su compra, brindando soporte continuo y soluciones rápidas a cualquier inconveniente.

- **Plan de Implementación:**

1. **Lanzamiento Inicial:**

Establecer la tienda en línea y el primer punto físico en Popayán.

Iniciar campañas de marketing digital para generar reconocimiento de marca.

2. **Expansión a Nuevas Ciudades:**

Analizar mercados potenciales y abrir puntos físicos estratégicos en la región.

Replicar el modelo de negocio exitoso de Popayán en cada nueva ubicación.

3. **Optimización y Mejora Continua:**

Recopilar y analizar feedback de clientes para mejorar constantemente nuestro servicio y oferta de productos.

Invertir en tecnología y capacitación para mantenernos a la vanguardia del mercado.

5.3.2. Divisiones o áreas de la empresa

Definir la estructura organizacional de la empresa.

La estructura organizacional de la empresa inicialmente está conformada por los dos socios, los cuales serán encargados de comercializar los productos de manera virtual y en el punto físico y remitir las ventas a los clientes.

Es importante resaltar que a medida que la empresa aumente sus ventas y su estructura comercial, así mismo deberá empezar a expandir su estructura organizacional, todo esto con el fin de cumplir sus diferentes objetivos planteados por la empresa misma.

5.3.3. Mapa de procesos de la empresa

el mapa de procesos de la empresa está compuesto por tres procesos primordiales los cuales son:

Proceso estratégico: es un proceso muy importante para llevar a cabo cada uno de los objetivos planteados por Y & J TECHNOLOGY, se inicia analizando el entorno en el cual se va a operar, posteriormente se procede a especificar tanto la misión como la visión de la empresa, se establecen objetivos teniendo como base lo anterior, se procede a proponer y ejecutar las diferentes estrategias que se van a implementar a lo largo del proceso.

Proceso operacional: dentro de este proceso resalta la gestión del inventario, esto con el fin de tener un dato preciso de los artículos que están disponibles para ofrecerlos al público, y de la misma manera se gestionan los pedidos a los proveedores siempre y cuando sea necesario, por otra parte tenemos a los envíos en conjunto con la logística y el procesamiento de pagos los cuales deben de ser seguros y confiables, finalmente se concluye con la atención al cliente y la mejora continua, en lo cual se incluye una asistencia general al cliente antes, durante y después de la compra.

Procesos de apoyo: estos procesos son vitales para la consolidación de la empresa, dentro de estos procesos de apoyo cabe destacar el mantenimiento y actualización de la infraestructura tecnológica de la empresa, en ello está incluido los servidores, el software de

comercio electrónico, la seguridad cibernética y protección de datos del cliente. También resalta la gestión de calidad, las finanzas y el área de recursos humanos.



Fuente: Elaboración Propia

5.4. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de la viabilidad del plan de negocios de Y & J TECHNOLOGY. Se considerarán como punto de partida los gastos, costos e inversión previstos necesarios para garantizar el correcto funcionamiento de la empresa. Los resultados obtenidos servirán como referencia fundamental para comprender el comportamiento financiero esperado de la asociación durante los próximos cinco años. Además, esta evaluación será crucial para guiar las decisiones desde la etapa inicial de la inversión neta hasta alcanzar la madurez del negocio.

5.4.1. Inversión del proyecto

para llevar a cabo el desarrollo del proyecto es fundamental implementar información que nos sirva de ayuda a la hora de ejecutar cada uno de los procesos de la empresa, tales como inversiones, presupuestos para la adquisición de los productos que se van

comercializar, mano de obra, ingresos entre otros, todo esto con el fin de contribuir a la buena marcha de la empresa y que esta pueda cubrir sus necesidades.

5.4.1.1. Inversiones fijas

La microempresa mayoritariamente su comercio lo va a desempeñar electrónicamente pero más sin embargo contará con un punto físico ubicado en el barrio Valencia, por el cual se estará pagando arrendamiento mensualmente un valor de \$600.000 por lo tanto solo se le realizarán adecuaciones locativas.

5.4.1.2. Inversiones en maquinaria y equipos:

Tabla 6 Inversiones en maquinaria y equipo

Maquinaria Y Equipos	Cant	Costo Unitario En Miles De \$	Costo Total En Miles De \$	Vida Útil	Valor Residual En Miles De \$
Computador	1	1.700.000	1.700.000	5	500.000
Celular	1	1.000.000	1.000.000	5	300.000
Cabina de sonido	1	500.000	500.000	5	100.000
TOTAL			3.200.000		900.000

Fuente: Elaboración Propia

5.4.1.3. Inversiones en muebles y enseres

Para que la empresa ponga sus operaciones en marcha es necesario tener en cuenta los siguientes muebles y enseres.

Tabla 7 Inversiones en muebles y enseres

DETALLE	CANT.	COSTO UNITARIO EN MILES DE \$	COSTO TOTAL EN MILES DE \$	VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL
Escritorio.	1	299.900	299.900	5	50.000
Sillas giratorias.	1	275.900	275.900	3	60.000
Accesorios de oficina.	1	50.000	50.000	3	15.000
Estanterías	2	1.000.000	2.000.000	5	100.000
vitricas	1	1.000.000	1.000.000	5	300.000
cámaras de seguridad	3	100.000	300.000	5	50.000
TOTAL			3.925.800		575.000

Fuente: Elaboración Propia

5.4.1.4. Costo depreciación del activo fijo:

Tabla 8 Costo por depreciación del activo fijo

TABLA COSTO POR DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	COSTO	VIDA UTIL	AÑOS					VALOR RECIDUAL EN MILES DE PESOS
			1	2	3	4	5	
Muebles y enseres	\$ 3.925.800	10	\$ 670.160	\$ 670.160	\$ 670.160	\$ 670.160	\$ 670.160	\$ 575.000
TOTAL								

Nota: Elaborado con datos obtenidos en esta investigación.

Se utilizó el método de línea recta para el cálculo de la depreciación.

El valor residual es el que se espera obtener del artículo una vez cumplida su vida útil.

5.4.1.5. Inversión Diferida

Esta corresponde a los gastos de organización, apertura y permisos necesarios para establecer, equipar y operar el punto físico.

Tabla 9 Inversión Diferida

DETALLE	COSTO
Estudio de factibilidad.	0,0
Gastos de organización.	300.000
puesta en marcha	200.000
Permisos	500.000
imprevistos	400.000
Total	1.400.000

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

Tabla 10 Inversiones requeridas año 0

DETALLE	COSTO
Maquinaria y equipo	3.200.000
Muebles y enseres	3.925.800
Instalación de equipos	500.000
Adecuación Y Acondicionamiento.	1.000.000

Subtotal Activos Fijos Tangibles	8.625.800
Activos Fijos diferidos	1.400.000
Total, inversión fija	11.025.800

Nota: Elaborado con datos obtenidos de esta investigación

5.4.2. Presupuesto De Costos

5.4.2.1. Costo De Inventarios

Tabla 11 Costo de inventarios

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Mensual
Celulares			
Xiaomi A2	2	280.000	560.000
Xiaomi Poco C40	2	290.000	580.000
Samsung A05	2	330.000	660.000
Samsung A15	2	520.000	1.040.000
Oppo A38	2	410.000	820.000
Tecno Spark Go	2	250.000	500.000
Auriculares			
M60	10	22.000	220.000
Lenovo Xt88	5	28.000	140.000
Harvic Bt450	5	55.000	275.000
Cargadores			
Xiaomi 33w	10	15.000	150.000
Samsung 45w	5	25.000	125.000
Iphone 35w	5	20.000	100.000

Smartwatches			
X9+ Ultra 2	5	80.000	400.000
T900 Ultra	15	32.000	480.000
Aros De Luz			
Tamaño De 26cm	10	20.000	200.000
Tamaño De 36cm	10	35.000	350.000
Case Para Celular			
Lote Case Variado	40	6.000	240.000
Total			6.840.000

5.4.2.2.Costo inventarios y otros.

Tabla 12 Costo de inventario y otros

MATERIAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Inventario	6.840.000	82.080.000
Bolsas y empaques	15.000	180.000

5.4.2.3.Costos Directos De Mano de Obra

En este apartado corresponde a los costos por concepto de sueldos, cabe resaltar que serán honorarios debido a que tanto la planta operativa y la planta administrativa se realizará

directamente por los dos socios de la empresa y no está en capacidad de contratar y no es necesario contratar más personal.

Tabla 13 Costos directos de mano de obra

CARGO	HONORARIOS MENSUALES	HONORARIOS ANUALES
MANO DE OBRA DIRECTA		
Operario uno	\$1.300.000	\$15.600.000
Operario dos	\$1.300.000	\$15.600.000
MANO DE OBRA INDIRECTA		
Community manager.	\$300.000	\$3.600.000
COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA	\$2.900.000	\$34.800.000

NOTA: Elaborado con datos obtenidos de la investigación.

5.4.2.4. Costos Servicios Públicos

Tabla 14 Costos servicios públicos

Descripción	Uni De Medida	Cantidad (Mensual)	Costo Unitario	Costo Total Mes	Costo Total Año
Energía Eléctrica	Kg/Hora	800	247,0	197,000	2.371.200
Internet	Megas	100	1000	100.000	1.200.000

Plan De Datos Y	Mes	2	16.000	32.000	384.000
Min. Ilimitados					
Agua Potable	Mt3	50	900	45.000	540.000
Total				374.000	4.495.200

Fuente: Elaboración Propia

5.4.2.5. Resumen general de costos

Tabla 15 Resumen general de costos

DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<u>Costos directos</u>		
Mercancía no fabricada por la empresa.	6.840.000	82.080.000
Depreciación maquinaria y equipo.	55.846,67	670.160
Mano de obra directa	2.600.000	31.200.000
Fletes	133.000	1.596.000
Total, costos directos	9.628.847	115.546.160
<u>Costos indirectos</u>		
Mano de obra indirecta.	300.000	3.600.000,00
Arrendamiento.	1.500.000	18.000.000
Servicios.	374.000	4.488.000
Total, gastos generales de fabricación	2.174.000	26.088.000
Total, costos	11.802.847	141.634.160

Fuente: Elaboración Propia

5.4.3. Presupuesto de Gastos

5.4.3.1. Gastos administrativos

Tabla 16 Gastos administrativos

Descripción	Gasto mensual	Gasto Anual
Papelería y útiles de oficina.	150.000	1.800.000
Software		349.999
Útiles de aseo.	30.000	360.000
Total, gastos	180.000	2.509.000

Fuente: Elaboración Propia

5.4.3.2. Gastos de ventas

Descripción	Gasto mensual	Gasto Anual
Publicidad en línea 2 al año	400.000	800.000
marketing de contenido	150.000	1.800.000
material fotográfico 3 al año	400.000	1.200.000
TOTAL, GASTOS	950.000	3.800.000

5.4.3.3.Otros gastos de ventas

Tabla 17 Otros gastos de ventas

Descripción	Gasto mensual	Gasto Anual
Descuentos o promociones 5% del total del costo de ventas	521.750	6.261.000

NOTA: Elaborado con datos obtenidos de esta investigación.

Según el reporte que presentó IMARCGROUP.COM el mercado de celulares y artículos electrónicos para celulares, durante los años 2023 y 2028 presentara una tasa de crecimiento del 5.4%, dicho porcentaje se va a tener en cuenta para calcular el incremento de los costos totales de la empresa durante los próximos años.

5.4.4. Presupuestos

5.4.4.1.Presupuestos de costos de producción por año.

El incremento anual de los costos totales será del 6%.

Tabla 18 Presupuesto de costos de producción por año

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Costos directos</u>					
Mercancía no fabricada por la empresa.	10.435.000	11.061.100	11.724.766	12.428.251	13.173.947

Depreciación maquinaria y equipo.	670.160	670.160	670.160	670.160	670.160
Mano de obra directa	2.600.000	2.756.000	2.921.360	3.096.641	3.282.440
Total costos directos	13.705.160	14.487.260	15.316.286	16.195.054	17.126.547
<u>Costos indirectos</u>					
Mano de obra indirecta.	300.000	318.000	337.080	357.305	378.743
Arrendamiento.	1.500.000	1.590.000	1.685.400	1.786.524	1.893.715
Servicios.	4.495.200	4.764.912	5.050.807	5.353.855	5.675.086
Total, gastos generales de fabricación	6.295.200	6.672.912	7.073.287	7.497.684	7.947.545
Total, costos de producción.	20.000.360	21.160.172	22.389.573	23.692.737	25.074.092

NOTA: Elaborado con datos obtenidos de esta investigación.

5.4.4.2. Presupuesto de gastos administrativos

Tabla 19 Presupuesto de gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papelería y útiles de oficina.	1.800.000	1.908.000	2.022.480	2.143.829	2.272.459
Software.	349.999	370.999	393.259	416.854	441.866
	360.000	381.600	404.496	428.766	454.492

Útiles de aseo.	2.509.999	2.660.599	2.820.235	2.989.449	3.168.816
Total, gastos.					

NOTA: Elaborado con datos obtenidos de esta investigación.

5.4.4.3. Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 20 Presupuesto de gastos de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad en línea	400.000	424.000	449.440	476.406	504.991
Marketing de contenido	150.000	159.000	168.540	178.652	189.372
Material fotográfico	400.000	424.000	449.440	476.406	504.991
total, gastos	950.000	1.007.000	1.067.420	1.131.465	1.199.353

5.4.5. Ingresos

Desde el primer mes, se inicia la inversión en capital de trabajo o proyección, dado que el proyecto es altamente prometedor al comenzar a generar ingresos desde su inicio. En consecuencia, cualquier incremento se sustentará en el aumento de la demanda a medida que ésta crezca. Se estima que se necesitará una capacidad adicional del 20% con respecto a la capacidad instalada para satisfacer las necesidades del primer año.

5.4.5.1.Presupuesto de Ingresos

Tabla 21 Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO VENTAS POR UNIDADES						
DESCRIPCIÓN	UNIDAD ES MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
CELULARES						
Xiaomi A 2	2	24	25	27	29	30
Poco C40	2	24	25	27	29	30
Samsung A05	2	24	25	27	29	30
Samsung A15	2	24	25	27	29	30
Oppo A38	2	24	25	27	29	30
Tecno Spark GO	2	24	25	27	29	30
SMARTWACHES						
X9+ Ultra 2 con pantalla amoled	5	60	64	67	71	76
T900 ultra	15	180	191	202	214	227
AURICULARES						
M60	10	120	127	135	143	151
Lenovo XT88	5	60	64	67	71	76
Harvic BT450	5	60	64	67	71	76
AROS DE LUZ						
tamaño de 26cm mas tripode de 2 metros	10	120	127	135	143	151

Tamaño de 36 más tripo de 2 metros	10	120	127	135	143	151
CARGADORES						
Xiaomi 33W	10	120	127	135	143	151
Samsung 45W	5	60	64	67	71	76
iPhone 35W	5	60	64	67	71	76
CASE PARA CELULAR						
Lote case variado	40	480	509	539	572	606

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22 Presupuesto de precios

PRESUPUESTO PRECIOS					
DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARI O AÑO 1	PRECIO UNITARI O AÑO 2	PRECIO UNITARI O AÑO 3	PRECIO UNITARIO AÑO 4	PRECIO UNITARI O AÑO 5
CELULARES					
Xiaomi A 2	\$400.000	\$424.000	\$449.440	\$476.406	\$504.991
Poco C40	\$450.000	\$477.000	\$505.620	\$535.957	\$568.115
Samsung A05	\$500.000	\$530.000	\$561.800	\$595.508	\$631.238
Samsung A15	\$680.000	\$720.800	\$764.048	\$809.891	\$858.484
Oppo A38	\$600.000	\$636.000	\$674.160	\$714.610	\$757.486
Tecno Spark GO	\$400.000	\$424.000	\$449.440	\$476.406	\$504.991
SMARTWATCHES					
X9+ Ultra 2 con pantalla amoled	\$190.000	\$201.400	\$213.484	\$226.293	\$239.871

T900 ultra	\$90.000	\$95.400	\$101.124	\$107.191	\$113.623
AURICULARES					
M60	\$55.000	\$58.300	\$61.798	\$65.506	\$69.436
Lenovo XT88	\$80.000	\$84.800	\$89.888	\$95.281	\$100.998
Harvic BT450	\$95.000	\$100.700	\$106.742	\$113.147	\$119.935
AROS DE LUZ					
tamaño de 26cm mas tripode de 2 metros	\$50.000	\$53.000	\$56.180	\$59.551	\$63.124
Tamaño de 36 más tripo de 2 metros	\$90.000	\$95.400	\$101.124	\$107.191	\$113.623
CARGADORES					
Xiaomi 33W	\$37.000	\$39.220	\$41.573	\$44.068	\$46.712
Samsung 45W	\$55.000	\$58.300	\$61.798	\$65.506	\$69.436
iPhone 35W	\$65.000	\$68.900	\$73.034	\$77.416	\$82.061
CASE PARA CELULAR					
CASE PARA CELULAR	\$20.000	\$21.200	\$22.472	\$23.820	\$25.250

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23 Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
DESCRIPCIÓN	INGRESOS AÑO	INGRESOS AÑO 2	INGRESOS AÑO 3	INGRESOS AÑO 4	INGRESOS AÑO 5
CELULARES					
Xiaomi A 2	\$9.600.000	\$10.786.560	\$12.119.779	\$13.617.783	\$15.300.942

Poco C40	\$10.800.000	\$12.134.880	\$13.634.751	\$15.320.006	\$17.213.559
Samsung A05	\$12.000.000	\$13.483.200	\$15.149.724	\$17.022.229	\$19.126.177
Samsung A15	\$16.320.000	\$18.337.152	\$20.603.624	\$23.150.232	\$26.011.601
Oppo A38	\$14.400.000	\$16.179.840	\$18.179.668	\$20.426.675	\$22.951.412
Tecno Spark GO	\$9.600.000	\$10.786.560	\$12.119.779	\$13.617.783	\$15.300.942
SMARTWATCHES					
X9+ Ultra 2 con pantalla amoled	\$11.400.000	\$12.809.040	\$14.392.237	\$16.171.118	\$18.169.868
T900 ultra	\$16.200.000	\$18.202.320	\$20.452.127	\$22.980.010	\$25.820.339
AURICULARES					
M60	\$6.600.000	\$7.415.760	\$8.332.348	\$9.362.226	\$10.519.397
Lenovo XT88	\$4.800.000	\$5.393.280	\$6.059.889	\$6.808.892	\$7.650.471
Harvic BT450	\$5.700.000	\$6.404.520	\$7.196.119	\$8.085.559	\$9.084.934
AROS DE LUZ					
tamaño de 26cm más trípode de 2 metros	\$6.000.000	\$6.741.600	\$7.574.862	\$8.511.115	\$9.563.088
Tamaño de 36 más trípode de 2 metros	\$10.800.000	\$12.134.880	\$13.634.751	\$15.320.006	\$17.213.559
CARGADORES					
Xiaomi 33W	\$4.440.000	\$4.988.784	\$5.605.398	\$6.298.225	\$7.076.685
Samsung 45W	\$3.300.000	\$3.707.880	\$4.166.174	\$4.681.113	\$5.259.699
iPhone 35W	\$3.900.000	\$4.382.040	\$4.923.660	\$5.532.225	\$6.216.007

CASE PARA CELULAR					
CASE PARA CELULAR	\$9.600.000	\$10.786.560	\$12.119.779	\$13.617.783	\$15.300.942
TOTAL, INGRESOS POR AÑO	\$155.460.000	\$174.674.856	\$196.264.668	\$220.522.981	\$247.779.622

Fuente: Elaboración Propia

5.4.5.2. Flujo de fondos con financiamiento

Con base en los datos recopilados, se procede a elaborar el flujo de fondos considerando el financiamiento destinado al proyecto, y tomando en consideración los siguientes aspectos:

Se realiza el ejercicio tomando como base 25,000.000, e interés efectivo anual 19,08%.

Tabla 24 Flujo de fondos con financiamiento

RECURSOS	PORCENTAJE	CANTIDAD	INTERÉS
Financiamiento	80%	20.000.000	19,08% EA
Propios	20%	5.000.000	15% EA

Fuente: Elaboración Propia

$$A = \left[\frac{\frac{P}{i}}{1 - (1 + i)^{-i}} \right]$$

A= costo anual

P= valor del préstamo

i= interés anual

n=número de años

$$A = \left[\frac{20.000.000}{0,1908 \left(\frac{1 - (1 * 19,08\%)^5}{0,1908} \right)} \right]$$

$$A = 6.552.688,78$$

Tabla 25 Amortización del préstamo

AMORTIZACION DEL PRESTAMO					
n	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	SALDO FINAL
1	20.000.000,00	6.552.688,78	3.816.000,00	2.736.688,78	17.263.311,22
2	17.263.311,22	6.552.688,78	3.293.839,78	3.258.849,00	14.004.462,22
3	14.004.462,22	6.552.688,78	2.672.051,39	3.880.637,39	10.123.824,83
4	10.123.824,83	6.552.688,78	1.931.625,78	4.621.063,00	5.502.761,82
5	5.502.761,82	6.552.688,78	1.049.926,96	5.502.761,82	0,00

Nota: elaborado con datos obtenidos de esta investigación

Tabla 26 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
OPERACIÓN					
Ingresos					
ventas	\$155.460.000	\$174.674.856	\$196.264.668	\$220.522.981	\$247.779.622
otros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
total, ingresos					
(2)	155.460.000	174.674.856	196.264.668	220.522.981	247.779.622
costos					
costos de		122.478.929,			
ventas	115.546.160,0	6	129.827.665,4	137.617.325,3	145.874.364,8
(+) gastos de					
administración	2.509.000	2.659.540,0	2.819.112,4	2.988.259,1	3.167.554,7
(+) gastos de					
ventas	29.888.000,0	31.681.280,0	33.582.156,8	35.597.086,2	37.732.911,4
total gastos					
operacionales		156.819.749,			
(3)	147.943.160,0	6	166.228.934,6	176.202.670,7	186.774.830,9
(-)					
Depreciación	670.160,0	670.160,0	670.160,0	670.160,0	670.160,0
utilidad					
operacional (2 -					
3)	6.846.680,0	17.184.946,4	29.365.573,6	43.650.150,5	60.334.630,8

(-) gastos financieros (intereses)	3.816.000,0	3.293.839,8	2.672.051,4	1.931.625,8	1.049.927,0
(=) utilidad o ingresos gravables	3.030.680,0	13.891.106,6	26.693.522,2	41.718.524,8	59.284.703,8
(-) impuestos 35%	1.060.738,0	4.861.887,3	9.342.732,8	14.601.483,7	20.749.646,3
utilidad neta	1.969.942,0	9.029.219,3	17.350.789,5	27.117.041,1	38.535.057,5

Fuente: Elaboración Propia

5.4.6. Costo promedio ponderado

Tabla 27 Costo Promedio Ponderado

FUENTES	VALOR	% PARTICIPACIÓN	COSTO EA	COSTO EA-TX	COSTO PROMEDIO
Financiación	20.000.000	80%	19,08%	12%	10%
Propios	5.000.000	20%	15%	15%	3%
TOTAL	25.000.000	100%		CCPP	13%

Fuente: Elaboración Propia

5.4.7. Valor Presente Neto

Ahora, con esta información se procede a evaluar el proyecto financieramente, con las técnicas de evaluación de proyectos de inversión como son el VAN, así:

Con la siguiente fórmula se trae a VP todos los ingresos:

$$VP = VF / (1+i)^n$$

F = Valor futuro de los ingresos

P = Valor presente, es decir en el periodo cero

i = Tasa de interés de oportunidad

n = Número de periodos transcurridos a partir de cero

REEMPLAZO:

$$\text{VPN} = \frac{-25.000.000 + 1.969.942,0 + 9.029.219,3 + 17.350.789,5 + 27.117.041,1 + 38.535.057,5}{1.744.522 \quad 7.081.025 \quad 12.050.031 \quad 16.677.625 \quad 20.987.992}$$

$$\text{VPN} = -25.000.000 + 58.541.196$$

$$\text{VPN} = 33.541.196$$

Este resultado indica que el proyecto es financieramente atractivo y bajo esas circunstancias es recomendable ejecutarlo.

Se puede interpretar de manera similar que el capital invertido en el proyecto genera un rendimiento que supera la tasa de oportunidad utilizada. En consecuencia, la inversión genera una ganancia adicional al Valor Presente Neto (VPN) en comparación con lo que se obtendría al invertir en otra opción.

5.4.8. Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es una parte fundamental de los estudios financieros la cual permite a los inversionistas y demás interesados a evaluar la rentabilidad de la inversión, en esta se ve reflejada el porcentaje de rendimiento esperado en un proyecto comparando los flujos de efectivo futuros con la inversión inicial. A continuación, se explorará cómo la TIR nos ayudará a tomar decisiones informadas teniendo como base datos anteriores.

Tabla 28 Tasa interna de retorno (TIR)

Concepto	Costo Inicial	Ingresos año 1	Ingresos Año 2	Ingresos Año 3	Ingresos Año 4	Ingresos Año 5
Ingresos	-25.000.000	1.969.942,0	9.029.219,3	17.350.789,5	27.117.041,1	38.535.057,5
TIR	42%					

Fuente: Elaboración Propia

Bajo el punto de vista financiero el proyecto es aceptable y atractivo, obteniendo un resultado de la TIR equivalente a un 42%, lo cual significa que la inversión generará un rendimiento del 42% anual sobre el capital invertido, por lo tanto es recomendable llevar a cabo la ejecución del proyecto.

5.4.9. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El PRI en una inversión es un indicador clave en los estudios financieros el cual nos da la oportunidad de tener una visión clara de cuánto tiempo se estima para recuperar el capital invertido en un proyecto. En este apartado se explorará cómo el periodo de recuperación nos ayuda a evaluar la liquidez y la eficiencia de nuestras inversiones.

Tabla 29 Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO	
Año 1	1.969.942,0
Año 2	9.029.219,3
Año 3	17.350.789,5
Año 4	27.117.041,1
Año 5	38.535.057,5
Total	94.002.049

Fuente: Elaboración Propia

$$\text{Promedio: } \frac{94.002.049}{5}$$

Promedio: 18.800.410

Inversión inicial = 25.000.000

$$\text{PRI} = \frac{25.000.000}{18.800.410}$$

PRI = 1,33

De acuerdo con este indicador se puede deducir que la recuperación de la inversión tomará alrededor de un año y tres meses, una vez se haya puesto en marcha el plan de negocio, ocasionando que la inversión en este negocio genere flujos de efectivos positivos rápidamente contribuyendo al crecimiento de sí misma.

5.5. IMPACTOS SOCIO AMBIENTALES

5.5.1. Evaluación social

Por medio de este objetivo se examinarán las dinámicas sociales que rodean la industria de los artículos electrónicos, en la cual se identificarán oportunidades, desafíos y áreas de mejora. Además, este estudio no solo se centra en el comportamiento del consumidor, sino que también considera la responsabilidad social empresarial y el impacto ambiental de las operaciones comerciales en este contexto digital.

como anteriormente se había mencionado el establecimiento y funcionamiento de una tienda virtual de artículos electrónicos no solo tiene implicaciones comerciales, sino también impactos significativos en el ámbito socioambiental, a continuación se detallaran algunos de estos impactos.

En comparación con las tiendas físicas tradicionales, la tienda virtual contribuye a la reducción de la huella de carbono al eliminar la necesidad de desplazamientos físicos a la

tienda y centros comerciales, se reduce el consumo de combustibles fósiles y las emisiones asociadas.

Por otra parte, también brindará acceso de productos electrónicos en áreas remotas o no satisfechas por tiendas físicas, lo cual puede ayudar a reducir la brecha digital al proporcionar a las personas en estas áreas la oportunidad de adquirir tecnología que de otra manera, no estaría disponible para ellos.

También cabe recalcar que el tema de reciclaje será tenido en cuenta por la empresa con el fin de aportar positivamente al medio ambiente, algunas de las medidas que serán tomadas son, la reutilización de cajas y empaques de los proveedores siempre y cuando sean útiles para las entregas a nuestros clientes, también se otorgará una especie de descuentos a los clientes que devuelvan las cajas para su reutilización. Las baterías y demás residuos que afecten el medio ambiente serán desechados o adjuntados en envases especiales y entregados a las autoridades correspondientes.

A largo plazo se espera que la tienda virtual contribuya al apoyo económico del sector local ofreciendo oportunidades de empleo a la comunidad, así mismo se espera colaborar con proveedores locales, también se espera fomentar el uso de artículos electrónicos los cuales incorporen tecnologías sostenibles o diseño de productos que minimicen el consumo excesivo de energía.

finalmente se puede decir que una de las finalidades de la creación de la empresa Y & J TECHNOLOGY presenta una serie de oportunidades para poder generar aspectos socioambientales positivos en la sociedad como el reciclaje, uso y desecho responsables de las baterías electrónicas, adopción de uso de las plataformas digitales, entre otros, siempre y cuando en la empresa sean implementadas estas prácticas comerciales responsables y se promueva la conciencia sobre la sostenibilidad de entre los diferentes consumidores.

6.1. CONCLUSIONES

En el presente apartado se disponen las conclusiones obtenidas del trabajo de grado “Estudio de viabilidad, para la creación de la empresa Y & J TECHNOLOGY” realizado en el año 2024.

Tras realizar un exhaustivo análisis de mercado por medio de encuestas con el fin de determinar la demanda potencial del proyecto el cual se centra en la comercialización de artículos electrónicos por medio de una tienda virtual, se puede deducir de que los resultados son alentadores debido a que estos nos demuestran un alto interés y una alta demanda por parte del público objetivo. Se consideran factores fundamentales la creciente dependencia de la tecnología en la vida cotidiana y el aumento de las compras en línea.

También mediante el estudio técnico llevado a cabo en el desarrollo del proyecto, se han identificado de manera detallada los requerimientos necesarios para la puesta en marcha de la empresa Y & J TECHNOLOGY, permitiendo obtener una visión completa y detallada de los recursos necesarios, tanto en términos de infraestructura, equipamiento, personal, como de tecnología requerida. Estos hallazgos proporcionarán una base sólida para la planificación estratégica y la ejecución efectiva de todas las etapas del proceso de establecimiento de la microempresa.

Por otro lado, el estudio financiero llevado a cabo en el desarrollo del proyecto brindó una visión clara y positiva que respalda firmemente la viabilidad y el potencial de éxito de la empresa, puesto que, la identificación de las inversiones iniciales y las utilidades proyectadas proporcionan una aproximación clara y optimista del futuro de la empresa. Estos hallazgos no solo brindan una comprensión clara de las necesidades financieras iniciales y la capacidad de generación de ingresos de la empresa, sino que también refuerzan la confianza en la efectividad de nuestro plan de negocios.

Finalmente la creación de una tienda virtual de artículos electrónico tiene impactos positivos los cuales pueden ser significativos en el ámbito socio ambiental, siempre y cuando se adopten por parte de la empresa prácticas comerciales responsables las cuales promuevan la sostenibilidad, de manera que las emisiones de gases de carbono ocasionadas por el desplazamiento de los consumidores puedan ser reducidas, que se fomente programas de reciclaje y de recompra o reutilización de empaques y promover el acceso a productos electrónicos más eficientes energéticamente, en última instancia, la creación de la empresa no solo puede impulsar la economía, sino también aportar su granito de arena a la preservación del medio ambiente y al bienestar de las comunidades locales.

7.1. RECOMENDACIONES

A medida que la empresa inicie en su funcionamiento se pensara en ampliar el portafolio de artículos ofertados de acuerdo con las sugerencias y tendencias tecnológicas del momento esto con el fin no solo de adecuarse a las necesidades de los clientes, sino también lograr innovar en el mundo tecnológico.

También en un futuro se prevé llevar la idea de negocio a diferentes ciudades capitales del país, teniendo en cuenta lugares donde más se realizan envíos o solicitudes de pedidos, esto acercará a Y & J TECHNOLOGY a diferentes públicos y ampliará su rango de acción.

Finalmente se recomienda seguir promoviendo las prácticas comerciales sostenibles y seguir educando al público objetivo sobre la importancia a la hora de comprar de elegir productos y opciones de envío que respeten el medio ambiente, se pone como opción ofrecer incentivos a quienes adquieran productos eco amigables.

8.1. BIBLIOGRAFIA

https://www.ccce.org.co/gestion_gremial/informe-del-comercio-electronico-en-2022-y-perspectivas-2023/

INFORME DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN 2022 Y PERSPECTIVAS 2023

Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Colombia. Datareportal*

Correa Agudelo, C. (2020). *Plan de negocios de la tienda virtual “Aitana Crafts” en el municipio de Cartago Valle del Cauca.*

Canales Delgado, A. B., & Flores Melgarejo, E. (2019). *Plan de negocios para determinar la viabilidad de la implementación de la tienda virtual: La Tienda del Hincha.*

Vega, J. W. (2020). *Plan de negocio para la creación de una tienda online de artículos tecnológicos* [Master's Thesis]. Universidad EAN.

Digital 2022: Colombia. (2022, febrero 15). DataReportal – Global Digital Insights.
<https://datareportal.com/reports/digital-2022-colombia>

INFORME DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN 2022 Y PERSPECTIVAS 2023.

(s. f.). *Camara Colombiana de Comercio Electrónico.* Recuperado 29 de octubre de 2023, de https://www.ccce.org.co/gestion_gremial/informe-del-comercio-electronico-en-2022-y-perspectivas-2023/

<https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/descargas>