Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en la ciudad de Popayán.

“Emprendimiento”

Trabajo de grado para optar por el título de Administrador Financiero

Andrés Felipe Ramírez Bedoya

Ingrid Fernanda Mosquera Solarte

Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración

Programa de Administración Financiera

Popayán

2024

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en la ciudad de Popayán.

“Emprendimiento”

Trabajo de grado para optar por el título de Administrador Financiero

Andrés Felipe Ramírez Bedoya

Ingrid Fernanda Mosquera Solarte

Tutor

Doc. Carlos Hernan Andrade Falla

Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Facultad de Ciencias Sociales y de la Administración

Programa de Administración Financiera

Popayán

2024

Nota de aceptación

_____

_____

_____

_____

_____

Tutora

_____

Jurado

_____

Jurado

Popayán, xxxxxxxxxxxxxx

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, cuya guía, apoyo incondicional y confianza en nuestras capacidades han sido fundamentales a lo largo de este proceso. Agradecemos profundamente a nuestros docentes quienes, con su motivación constante, palabras de aliento y comprensión, nos acompañaron en los momentos más desafiantes. Este logro también es para todos nuestros compañeros aquellos que, de alguna manera, contribuyeron con sus conocimientos, experiencias y consejos, permitiéndonos avanzar y culminar con éxito esta importante etapa de nuestras vidas.

Agradecimientos

Agradecemos, en primer lugar, a nuestras familias, por su amor, paciencia y apoyo incondicional durante este camino académico. Su confianza en nosotros y sus palabras de aliento nos impulsaron a superar cada obstáculo.

Expresamos nuestra gratitud al Colegio Mayor del Cauca, institución que nos brindó las herramientas, el conocimiento y el acompañamiento necesarios para nuestra formación profesional. Agradecemos especialmente a nuestros docentes y asesores, quienes con su dedicación, orientación y experiencia nos guiaron en este proceso. Finalmente, reconocemos a todos nuestros compañeros y amigos, quienes con su apoyo, compañía y trabajo en equipo hicieron de esta etapa una experiencia enriquecedora e inolvidable. A todos ustedes, gracias por ser parte de este logro.

Contenido

Resumen 15

Abstract.....16

Introducción 17

1. Definición del problema 19

1.1. Planteamiento del problema 19

1.2. Formulación del problema.....22

2. Objetivos 23

2.1. Objetivo general.....23

2.2. Objetivos específicos 23

3. Justificación 24

4. Antecedentes 27

5. Marco Conceptual 35

6. Metodología 52

6.1. Método de estudio.....52

6.2. Técnicas para la recolección de la información.....54

6.3. Fuentes primarias y secundarias 54

6.4. Sistematización de la información 56

7. Desarrollo del emprendimiento.....57

7.1. Investigación de mercados 57

7.2 Tipo de investigación realizada. 61

7.2.1 Aplicación del cuestionario 61

7.2.**2 Aplicación de la entrevista** 62

7.2. Resultados de investigación 63

8. Diagnóstico 71

8.1. Estudio PESTEL 71

8.2. Matriz del factor externo de la empresa MEFE 78

8.3. Matriz del factor interno de la empresa (MEFI) 82

8.4. Matriz DOFA 86

8.5. Estrategias DOFA 87

9. Estudio de mercado 90

9.1. Producto 90

9.2. Demanda 93

9.3. Oferta 94

9.4. Precio 94

9.5. Comercialización o canales de distribución 95

9.6. Publicidad y promoción 96

10. Estudio técnico 98

10.1. Localización óptima del proyecto 99

10.1.1. Macro localización 99

10.1.2. Micro localización 102

10.1.2.1. Factores que determinan la microlocalización del proyecto 103

10.2. Tamaño del proyecto 116

10.2.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto. 118

10.3. Distribución del área física de la pequeña empresa 122

10.3.1. Distribución del área física 122

10.3.2. Diseño de planta 124

10.3.3. Diseño frontal 125

10.4. Diagrama de flujo 125

10.4.1. Diagrama de flujo del proceso de comercialización de productos tecnológicos 127

11. Estudio organizacional 128

11.2. Aspectos estratégicos 128

11.1.1. Misión 128

11.1.2. Visión 128

11.1.3. Políticas 129

11.1.4. Principios y valores 130

11.2. Aspectos organizaciones 132

11.2.1. Estructura organizativa 132

11.3. Identificación de puestos y funciones 133

11.4. Aspecto legal de funcionamiento 151

11.4.1. Paso a paso de registro de una empresa S.A.S 151

11.4.2. Constitución de la empresa 152

11.4.3. Registro de la empresa 152

11.4.4. Obligaciones tributarias 153

11.4.5. Registro de actividad económica 153

11.4.6. Aspectos legales para la importación de computadoras 153

11.4.7. Documentos necesarios para la importación 153

11.4.8. Impuestos y exenciones 154

Exclusión del IVA: Según el artículo 424 del Estatuto Tributario, los computadores de menos de 50 UVT están exentos del IVA (aproximadamente $2,072,250 COP para 2024). 154

11.4.9. Procedimientos aduaneros 154

11.4.10. Normas técnicas y seguridad 154

11.4.11. Protección de propiedad intelectual 154

11.4.12. Constitución legal 155

12. Estudio financiero 163

12.1. Inversiones en el proyecto 163

12.1.1. Inversiones fijas 163

12.1.2. Capital de trabajo 164

12.1.3. Gastos preoperativos 165

12.2. Costos de operación y financiación 166

12.2.1. Costo del producto vendido 166

12.2.2. Gastos operativos 166

12.2.3. Gastos administrativos 166

12.2.4. Gastos en ventas 168

12.2.5. Gastos de financiación 168

12.3. Financiación del proyecto 168

12.3.1. Tabla de amortización 169

12.4. Proyecciones financieras 169

12.4.1. Estado de los resultados 169

12.4.2. Flujo de efectivo proyectado 170

12.4.3. Flujo de efectivo proyectado 171

12.4.4. Balance general proyectado 172

12.4.5. Análisis del punto de equilibrio 173

12.5. Evaluación del proyecto 174

12.6. Análisis de sensibilidad 176

12.6.1. Análisis de sensibilidad sin financiación 176

12.6.2. Análisis de sensibilidad con financiación 177

13. Análisis de impacto económico-social ambiental 177

13.1. Impacto económico y estrategias de mitigación 178

13.2. Impacto social y estrategias de mitigación 179

13.3. Impacto tecnológico y estrategias de mitigación 180

13.4. Impacto ambiental y estrategias de mitigación 181

14. Conclusiones 183

15. Recomendaciones.....187

15.1. Fortalecimiento de la estrategia de marketing y posicionamiento de marca 187

15.2. Diversificación de productos y servicios 188

15.3. Optimización de la cadena de suministro y alianzas estratégicas 188

15.4. Estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social 189

15.5. Gestión financiera y análisis de rentabilidad 190

16. Referencias bibliográficas 191

17. Anexos.....197

Lista de figuras

Figura 1. Población de Popayán, Cauca por edad.....55

Figura 2. Muestreo aleatorio simple 55

Figura 3. Rango de edad.....63

Figura 4. Ocupación.....64

Figura 5. Frecuencia de cambio de computador.....64

Figura 6. Principales características de interés en el momento de compra de computador 65

Figura 7. Utilidades que ejecutaría en un equipo de cómputo 66

Figura 8. Elección de marca 66

Figura 9. Rangos de precios en disposición de pagar por un computador 67

Figura 10. Mayor seguridad de adquisición de equipo 68

Figura 11. Interés por tienda física para compra de computadoras 69

Figura 12. Riesgos de adquirir un computador con comprador 70

Figura 13. Logo Tech Import 90

Figura 14. Computador portátil 11th Gen Core 15,6 pulgadas FHD 144Hz i7 32 GB 1TB RTX 3060.....92

Figura 15. Elitebook X360 1030 G7 2-en-1 Laptops I7 I5 7th Generation 16GB 512GB Pantalla táctil Laptops Hp.....92

Figura 16. Pc Core I9 12900H Rtx 2080 Ti 16GB DDR4 92

Figura 17. Mapa subregional del departamento del Cauca 100

Figura 18. Mapa político del departamento del Cauca 101

Figura 19. Plano urbano de la ciudad de Popayán.....103

Figura 20. Croquis de microlocalización 106

Figura 21. Posible local Barrio Valencia 110

Figura 22. Croquis de microlocalización Barrio Valencia 111

Figura 23. Posible ubicación La Esmeralda 115

Figura 24. Croquis de microlocalización La Esmeralda 116

Figura 25. Diseño de planta.....124

Figura 26. Diseño frontal.....125

Figura 27. Diagrama de flujo de proceso de comercialización 127

Figura 28. Estructura organizativa.....132

Lista de tablas

Tabla 1. Posibles competidores para comercialización de equipos de cómputo en Popayán 57

Tabla 2. Matriz PESTEL 71

Tabla 3. Matriz MEFE.....79

Tabla 4. Matriz MEFI.....83

Tabla 5. Matriz DOFA 86

Tabla 6. Distribución de las instalaciones 95

Tabla 7. Evaluación de macrolocalización 101

Tabla 8. Análisis microlocalización 102

Tabla 9. Distribución de las instalaciones 123

Tabla 10. Simbología del diagrama de flujo 125

Tabla 11. Características de la gerencia general 133

Tabla 12. Características de auxiliar administrativo 137

Tabla 13. Características del contador. 139

Tabla 14. Características del asesor comercial 142

Tabla 15. Características de auxiliar de almacén 146

Tabla 16. Características de comunicador social. 148

Tabla 17. Inversiones fijas 164

Tabla 18. Capital de trabajo 164

Tabla 19. Gastos preoperativos 165

Tabla 20. Costo del producto vendido 166

Tabla 21. Gastos administrativos 167

Tabla 22. Gastos en ventas 168

Tabla 23. Amortización de gastos preoperativos 168

Tabla 24. Amortización del crédito 169

Tabla 25. Estado de los resultados 170

Tabla 26. Flujo de efectivo 171

Tabla 27. Flujo de efectivo proyectado 172

Tabla 28. Balance general inicial 173

Tabla 29. Punto de equilibrio 174

Tabla 30. Evaluación financiera del proyecto 175

Tabla 31. Flujo de caja sin financiación 175

Tabla 32. Flujo de caja con financiación 176

Tabla 33. Evaluación financiera sin financiación 177

Tabla 34. Evaluación financiera con financiación 177

Resumen

El presente estudio aborda la problemática de la brecha digital en la ciudad de Popayán, donde el acceso limitado a tecnologías como computadoras, tabletas y teléfonos inteligentes afecta negativamente a la educación, el empleo y la participación social. A pesar de las políticas gubernamentales para reducir aranceles de importación, los elevados costos y la falta de disponibilidad local siguen siendo barreras significativas. En respuesta, se propone la creación de Tech Import Popayán S.A.S., una empresa orientada a la importación de dispositivos tecnológicos a precios accesibles, con el objetivo de reducir la brecha digital y fomentar el desarrollo social y económico de la región.

La investigación se centra en determinar la viabilidad del proyecto mediante un análisis exhaustivo que incluye un estudio de mercado, un análisis financiero y la evaluación de aspectos legales. Utilizando una metodología mixta, se recopilarán datos cuantitativos y cualitativos a través de encuestas, entrevistas y grupos focales, permitiendo identificar necesidades, preferencias y barreras en el acceso a la tecnología. El informe presenta estrategias para optimizar costos y garantizar accesibilidad económica, destacando el impacto potencial de la empresa en la inclusión digital. Este proyecto busca posicionarse como una solución integral para transformar la realidad tecnológica de Popayán, promoviendo un acceso equitativo a herramientas digitales en un mundo interconectado.

Palabras clave: brecha digital, inclusión tecnológica, importación de tecnología, accesibilidad económica.

Abstract

This study addresses the issue of the digital divide in the city of Popayán, where limited access to technologies such as computers, tablets, and smartphones negatively impacts education, employment, and social participation. Despite government policies to reduce import tariffs, high costs and the lack of local availability remain significant barriers. In response, the creation of Tech Import Popayán S.A.S. is proposed, a company focused on importing technological devices at affordable prices, aiming to reduce the digital divide and foster the region's social and economic development.

The research focuses on determining the feasibility of the project through a comprehensive analysis that includes a market study, financial evaluation, and legal assessment. Using a mixed methodology, quantitative and qualitative data will be collected through surveys, interviews, and focus groups, enabling the identification of needs, preferences, and barriers to accessing technology. The report presents strategies to optimize costs and ensure economic accessibility, highlighting the potential impact of the company on digital inclusion. This project seeks to position itself as a comprehensive solution to transform the technological landscape of Popayán, promoting equitable access to digital tools in an increasingly interconnected world.

Keywords: digital divide, technological inclusion, technology import, economic accessibility.

Introducción

En la actualidad, el acceso a la tecnología es un factor clave para el desarrollo social y económico de las comunidades. En Colombia, y particularmente en la ciudad de Popayán, la brecha digital plantea un desafío significativo al limitar las oportunidades de educación, empleo y participación social de los habitantes. A pesar de los esfuerzos del gobierno por reducir los aranceles de importación de dispositivos tecnológicos como celulares, tabletas y computadoras durante la pandemia, los altos costos aún dificultan el acceso a estas herramientas esenciales. Esta problemática se agrava por la imposición de elevados impuestos sobre productos tecnológicos específicos, como los videojuegos, lo que evidencia inconsistencias en las políticas de importación y genera desigualdades entre diferentes sectores del mercado.

El presente estudio se enfoca en la creación de Tech Import Popayán S.A.S., una empresa orientada a la importación de dispositivos tecnológicos, especialmente celulares, a precios más accesibles para la población local. El proyecto no solo busca ofrecer productos a bajo costo, sino también contribuir a la reducción de la brecha digital en la región, facilitando el acceso a la tecnología y promoviendo el desarrollo social y económico. Para lograr este objetivo, se realizará un análisis exhaustivo de la viabilidad del emprendimiento, que incluirá un estudio de mercado, un análisis financiero y la identificación de los aspectos legales relacionados con la importación.

La metodología propuesta combina enfoques cualitativos y cuantitativos para lograr una comprensión integral de la brecha digital en Popayán. Mediante técnicas de recolección de información, como entrevistas, encuestas y grupos focales, se busca obtener datos representativos que sustenten las recomendaciones orientadas a mitigar esta problemática. Este informe de factibilidad no solo ofrecerá un diagnóstico preciso de la situación actual, sino que también presentará estrategias concretas para promover la inclusión digital en la comunidad.

En resumen, este trabajo se justifica por la necesidad urgente de cerrar la brecha digital en Popayán, destacando el papel de la tecnología como motor de desarrollo y bienestar social. La creación de Tech Import Popayán S.A.S. se plantea como una solución viable para transformar la realidad tecnológica de la región, promoviendo un acceso equitativo a herramientas digitales en un mundo cada vez más interconectado.

La brecha digital no solo representa una barrera tecnológica, sino que también tiene profundas implicaciones sociales y económicas para las comunidades afectadas. En Popayán, esta situación es especialmente evidente en los estratos socioeconómicos más bajos, donde el acceso a dispositivos tecnológicos y a una conectividad adecuada sigue siendo un privilegio limitado. Esta exclusión no solo reduce las oportunidades de aprendizaje y empleo, sino que también afecta la capacidad de las personas para integrarse plenamente en un mundo cada vez más digitalizado. La falta de herramientas tecnológicas y la imposibilidad de costear productos disponibles en el mercado perpetúan las desigualdades, afectando el desarrollo sostenible de la región.

En este contexto, Tech Import Popayán S.A.S. surge como una alternativa innovadora para enfrentar este desafío. La empresa busca eliminar intermediarios en los procesos de importación, permitiendo que dispositivos esenciales como celulares y computadoras lleguen a la población local a precios más accesibles. Más allá de ofrecer productos, la iniciativa busca cerrar la brecha digital y contribuir al desarrollo social y económico de Popayán. Este proyecto no solo responde a una necesidad urgente, sino que también tiene el potencial de posicionar a la ciudad como un referente en inclusión tecnológica, mejorando significativamente la calidad de vida de sus habitantes.

1. Definición del problema

1.1. Planteamiento del problema

En la ciudad de Popayán se evidencia una significativa brecha digital que afecta a un amplio sector de la población, excluyéndolo del acceso y uso adecuado de tecnologías debido a los elevados costos de dispositivos y productos tecnológicos (Santoyo y Martínez, 2003). Esta situación limita el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece la era digital, generando un impacto negativo en distintos ámbitos sociales y económicos. La conectividad y el acceso a herramientas tecnológicas se han convertido en elementos esenciales para la educación, el empleo y la participación ciudadana; sin embargo, muchas personas en Popayán no tienen los recursos necesarios para acceder a estas ventajas, quedando rezagadas en un mundo cada vez más digitalizado.

En el ámbito educativo, esta exclusión afecta particularmente a los estudiantes, quienes carecen de las herramientas tecnológicas necesarias para su formación y desarrollo académico. El acceso a dispositivos como computadoras, tabletas y teléfonos inteligentes es fundamental para el aprendizaje moderno, especialmente con la adopción de modelos educativos virtuales e híbridos que surgieron durante y después de la pandemia. Sin embargo, las limitaciones económicas impiden que muchas familias puedan adquirir estas herramientas, lo que crea una desigualdad significativa en los procesos educativos. Los estudiantes que no tienen acceso a la tecnología enfrentan barreras adicionales para su aprendizaje, lo que pone en riesgo su rendimiento académico y su capacidad para desarrollar competencias digitales esenciales en la sociedad actual.

De manera similar, en el ámbito laboral y emprendedor, la falta de acceso a dispositivos tecnológicos asequibles frena el crecimiento y la competitividad de las pequeñas empresas y

emprendimientos locales. La tecnología permite optimizar procesos, mejorar la productividad, y conectar con mercados más amplios a través del comercio electrónico. Sin embargo, para muchos empresarios locales, los altos costos de los equipos y la falta de acceso a plataformas digitales representan un obstáculo difícil de superar. Esta situación limita su capacidad de mantenerse competitivos en un mercado cada vez más globalizado y tecnológicamente avanzado, impidiendo que muchos emprendimientos logren consolidarse o expandirse. La adopción de nuevas tecnologías es fundamental para innovar y mejorar la eficiencia, pero la brecha digital limita estas oportunidades.

Además, la brecha digital tiene un impacto negativo en la participación social de la comunidad, restringiendo el acceso a servicios en línea y trámites gubernamentales digitales. Muchas personas se ven privadas de participar en comunidades virtuales, acceder a beneficios gubernamentales o realizar trámites importantes a través de plataformas en línea. La falta de conectividad también impide que los ciudadanos se informen adecuadamente o aprovechen recursos educativos, culturales y sociales disponibles en internet. Esta exclusión digital acentúa el aislamiento y la desigualdad en los sectores más vulnerables, afectando especialmente a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3.

Otro factor que agrava esta situación es la escasez de negocios tecnológicos en la región que ofrezcan productos tecnológicos a precios competitivos. En Popayán, la mayoría de los dispositivos electrónicos deben ser adquiridos en otras ciudades, lo que incrementa significativamente los costos finales para los consumidores. Además, la ciudad enfrenta desafíos estructurales como la limitada infraestructura tecnológica, la falta de centros de investigación e incubadoras de empresas, así como una baja inversión en innovación y desarrollo. Estas barreras desincentivan la creación de empresas tecnológicas locales y dificultan la adopción de soluciones

tecnológicas avanzadas en los sectores productivos. La ausencia de incentivos gubernamentales para fomentar la innovación y el emprendimiento tecnológico agrava esta problemática, haciendo que Popayán dependa de otras regiones para la adquisición de productos tecnológicos.

En este contexto, Tech Import Popayán S.A.S. surge como una propuesta estratégica para reducir los costos de acceso a la tecnología y fomentar la inclusión digital en la región. La empresa se enfocará en la importación directa de dispositivos electrónicos, equipos de cómputo, accesorios y software desde los principales mercados internacionales, eliminando intermediarios y optimizando los procesos de importación. De este modo, Tech Import Popayán S.A.S. podrá ofrecer productos tecnológicos a precios más accesibles para la población local, permitiendo que más personas y empresas puedan adquirir las herramientas necesarias para su desarrollo. La empresa no solo contribuirá a la reducción de la brecha digital, sino que también impulsará el crecimiento económico al facilitar la adopción de tecnología en diversos sectores.

Es por esto por lo que, la combinación de altos costos tecnológicos, falta de opciones locales para la adquisición de dispositivos y la escasez de incentivos para el emprendimiento ha profundizado la brecha digital en Popayán. Esta situación afecta las oportunidades educativas, laborales y sociales de la población, generando exclusiones que limitan el bienestar general. Por tanto, la creación de Tech Import Popayán S.A.S. representa una solución integral para superar estas barreras económicas, fomentar la inclusión digital y posicionar a la ciudad en un entorno cada vez más tecnológico. Con esta propuesta, se busca garantizar que todos los habitantes de Popayán, sin importar su nivel socioeconómico, tengan acceso a las herramientas necesarias para participar activamente en la sociedad digital moderna.

1.2. Formulación del problema

¿Qué tan factible es crear una empresa de comercio tecnológico que contribuya a eliminar la brecha digital frente a los altos costos y el difícil acceso a nuevas tecnologías en la ciudad de Popayán?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para crear una empresa de comercio tecnológico que permita eliminar la brecha digital frente a la problemática de altos costos y el difícil acceso a nuevas tecnologías en la ciudad de Popayán.

2.2. Objetivos específicos

OE1: Analizar las necesidades tecnológicas de la población de Popayán y su relación con la brecha digital existente.

OE2: Identificar los factores económicos, sociales y culturales que dificultan el acceso a nuevas tecnologías en la ciudad.

OE3: Evaluar las opciones de financiamiento y modelos de negocio que podrían respaldar la creación de una empresa de comercio tecnológico en Popayán.

OE4: Diseñar estrategias de accesibilidad económica para reducir los altos costos asociados a las nuevas tecnologías.

OE5: Estudiar el impacto potencial de la empresa en la reducción de la brecha digital y en la mejora de la calidad de vida de la población.

3. Justificación

La creación de una empresa de comercio tecnológico en Popayán es un paso esencial para enfrentar la significativa brecha digital que afecta a una gran parte de su población. Los altos costos de los dispositivos tecnológicos limitan el acceso a herramientas digitales, lo que impide la plena integración de muchos ciudadanos en la era digital. Ante este panorama, es fundamental implementar soluciones que faciliten la adquisición de tecnología asequible, promoviendo no solo la inclusión digital, sino también el desarrollo económico, educativo y social de la región.

El rápido avance de la tecnología ha dejado en evidencia que mantenerse actualizado en las nuevas tendencias digitales es imprescindible para cualquier sociedad moderna. La tecnología se ha consolidado como un motor clave del progreso en diversas áreas, tales como la educación, el emprendimiento, la industria y el comercio. Jaime Galviz, director general de Microsoft en la región andina, ha resaltado que la innovación y las alianzas estratégicas son factores fundamentales para fomentar el desarrollo en Colombia, y que estas acciones pueden ser decisivas para transformar el futuro de las ciudades del país, incluida Popayán (Lorduy, 2023). Sin embargo, el contexto actual de incertidumbre económica y los riesgos de recesión plantean desafíos para mantener este avance, lo que obliga a buscar alternativas que impulsen la transformación digital y eliminen las barreras que dificultan el acceso a la tecnología.

Un problema clave en Popayán es el elevado costo de los dispositivos tecnológicos, producto del aumento de precios relacionado con los gastos de transporte, intermediarios y aranceles. La mayoría de los productos electrónicos que llegan a la ciudad provienen de otras ciudades o regiones del país, lo que encarece significativamente su precio final. Las estadísticas reflejan un panorama preocupante: la categoría de aparatos de procesamiento de información y hardware ha registrado una caída sostenida en su desempeño en los últimos años. Según

DataCrédito Experian (2023), se reportaron tasas de inflación del -4,74% en 2019, -2,44% en 2020, -14,67% en 2021 y -1,01% en 2022. Estos datos demuestran que, a pesar de la caída en los precios en algunos sectores, las dificultades para acceder a tecnología persisten, afectando a los ámbitos educativo, empresarial y social.

Bajo esta perspectiva, Tech Import Popayán S.A.S. se propone como una solución estratégica para reducir los costos tecnológicos mediante la importación directa desde mercados internacionales, eliminando intermediarios y optimizando los procesos de importación. La empresa ofrecerá una amplia gama de productos, como equipos de cómputo, accesorios y software, a precios más competitivos en el mercado local. Esta estrategia no solo permitirá que los ciudadanos de Popayán y sus alrededores accedan a dispositivos tecnológicos esenciales, sino que también contribuirá al desarrollo de la región, fomentando la inclusión digital y mejorando la calidad de vida de la comunidad.

Es importante subrayar que la inclusión digital no se reduce a la mera adquisición de dispositivos tecnológicos, sino que implica también el desarrollo de competencias digitales que permitan a los ciudadanos utilizar estas herramientas de manera efectiva y productiva. Por ello, Tech Import Popayán S.A.S. no se limitará a la venta de equipos, sino que podría incluir programas de capacitación y sensibilización dirigidos a diversos sectores de la población. Estos programas buscarán empoderar a los usuarios en el manejo de tecnologías digitales, permitiéndoles aprovechar al máximo las oportunidades de la era digital. La capacitación podría enfocarse en sectores vulnerables, como estudiantes, emprendedores y pequeñas empresas, para asegurar que estos grupos puedan integrarse plenamente en un entorno cada vez más digitalizado.

Por otro lado, el impacto positivo de este proyecto se extenderá más allá del ámbito tecnológico, dado que la reducción de la brecha digital contribuirá al desarrollo integral de la ciudad. La disponibilidad de dispositivos asequibles y la capacitación en el uso de herramientas digitales impulsarán la competitividad del sector empresarial, fomentarán el emprendimiento local y facilitarán el acceso a una educación de mayor calidad. Asimismo, promover la participación social a través de servicios en línea permitirá que los ciudadanos se beneficien de trámites digitales, programas de gobierno y comunidades virtuales, favoreciendo una mayor inclusión y cohesión social.

En síntesis, la creación de Tech Import Popayán S.A.S. es una iniciativa integral que no solo busca generar beneficios económicos, sino también contribuir al progreso social y educativo de la región. El enfoque de este proyecto va más allá de la simple comercialización de tecnología; busca generar un impacto positivo en toda la comunidad, garantizando que el acceso a las herramientas digitales sea un derecho para todos, sin importar su nivel socioeconómico. Al reducir los costos, eliminar barreras y ofrecer capacitación, este emprendimiento se posicionará como un actor clave en la transformación tecnológica de Popayán, permitiendo que la ciudad y sus habitantes participen plenamente en las oportunidades de la era digital.

Esta propuesta no solo representa una oportunidad de negocio, sino también una estrategia de desarrollo que tiene el potencial de generar cambios significativos en la calidad de vida de la población. Por ello, es fundamental que Popayán aproveche esta oportunidad para fortalecer su infraestructura digital y prepararse para los desafíos del futuro, consolidándose como una ciudad más competitiva e inclusiva en el contexto de la sociedad tecnológica global.

4. Antecedentes

El comercio internacional desempeña un papel fundamental en la economía global actual, actuando como motor de intercambio entre países y facilitando el flujo de bienes y servicios que beneficia a las economías locales y globales. Sus orígenes se remontan a épocas antiguas, cuando la agricultura y el comercio de excedentes marcaban las primeras rutas comerciales. Estos intercambios iniciales no solo impulsaron el comercio local, sino que también fomentaron la especialización en actividades económicas como la alfarería y la siderurgia, ampliando la variedad de productos que se comercializaban (Aguirre, 2005). A medida que las civilizaciones desarrollaron rutas terrestres y marítimas, el comercio se expandió, favorecido por el crecimiento de los imperios y la exploración geográfica.

Hoy en día, el comercio internacional es un proceso dinámico regulado por normativas nacionales e internacionales, reflejando la complejidad de las transacciones entre países y la variedad de productos que se intercambian. La especialización y el desarrollo de tecnologías han generado un ecosistema económico global en el que cada país ofrece sus ventajas competitivas, fortaleciendo el crecimiento económico y el intercambio de conocimientos y tecnología (Mesa, 2011). Este fenómeno no solo tiene un impacto económico, sino también social, ya que permite el acceso a productos y servicios de calidad y potencia la innovación en el ámbito de los negocios.

Dentro del contexto colombiano, las relaciones comerciales internacionales tienen un papel determinante. La importación de bienes tecnológicos, especialmente de Estados Unidos y China, ha sido clave para el desarrollo económico de sectores como el tecnológico, en donde el acceso a herramientas y dispositivos es crucial para la competitividad. En 2019, el valor de las importaciones desde estos países alcanzó los USD 10.967 millones, reflejando un déficit

comercial con China de USD 6.134 millones (Alfonso, 2021). Este intercambio ha influido significativamente en la economía colombiana, estimulando no solo el acceso a productos avanzados sino también la generación de nuevas oportunidades de negocio para empresas de diversos tamaños.

Las decisiones políticas que han favorecido el comercio internacional también han sido fundamentales. La eliminación de aranceles en 2019 sobre equipos tecnológicos, incluyendo computadoras y dispositivos móviles, es un ejemplo de las estrategias que impulsan la competitividad y el acceso a tecnología. Durante la pandemia, este tipo de medidas fue esencial para cubrir la creciente demanda de dispositivos para el trabajo y la educación a distancia, contribuyendo a la conectividad digital de la población colombiana (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020). Estos cambios no solo han reducido costos, sino que también han fortalecido el rol de las microempresas en el contexto económico colombiano, al facilitar la adquisición de productos clave para sus actividades.

El contexto de Popayán refleja los retos y las oportunidades para el desarrollo de nuevos negocios orientados a la importación de tecnología. Según un estudio de la Cámara de Comercio de Bogotá, solo el 30 % de las empresas en Colombia sobrevive después de cinco años, siendo la falta de capital, la competencia y las barreras de financiamiento algunos de los principales obstáculos que enfrentan los emprendedores (Revista Dinero, 2018). La situación es similar en Popayán, donde muchas iniciativas de negocio enfrentan problemas como la inexperiencia en la administración de empresas, la falta de conocimiento del mercado objetivo y las dificultades para estructurar planes de negocio sostenibles.

Adicionalmente, la presencia de contrabando en el mercado colombiano representa un desafío importante. La revista Dinero estima que el contrabando de productos suma

aproximadamente USD 6.000 millones anuales, afectando significativamente a la industria nacional y al mercado formal (López y Auner, 2020). Esta problemática no solo limita el crecimiento de los emprendimientos legales, sino que también afecta el empleo y la economía nacional. En este sentido, crear una empresa enfocada en la importación legal de equipos tecnológicos en Popayán podría representar una respuesta a la demanda de tecnología asequible, generando una alternativa que disminuya el impacto de los productos ilegales y promueva un mercado más equitativo.

Diversos estudios de factibilidad sobre emprendimiento en Colombia han mostrado cómo un enfoque bien estructurado en sectores específicos puede contribuir significativamente a la economía local. Por ejemplo, Acevedo y Areiza (2022) analizaron un emprendimiento de bonos de carbono en el Valle de Aburrá y Oriente Cercano, destacando el papel de la sostenibilidad como una ventaja competitiva en el mercado global. Estos autores subrayan que un negocio que responde a necesidades ambientales y aprovecha las oportunidades del mercado internacional "permite que la economía local participe en la mitigación de problemas ambientales globales" (Acevedo y Areiza, 2022). Este tipo de iniciativas demuestra que el emprendimiento no solo se orienta a la ganancia económica, sino también a la generación de impactos positivos en la sociedad y el medio ambiente.

Asimismo, el estudio de Atehortua (2019) sobre la cadena productiva del sector lácteo en Boyacá subraya la importancia de la gestión efectiva en la productividad y competitividad de los emprendimientos. La autora sostiene que “la implementación de un modelo de gestión en el sector lácteo no solo fomenta la eficiencia operativa, sino que también promueve el fortalecimiento de alianzas estratégicas que potencian el desarrollo regional” (Atehortúa, 2019). Para un emprendimiento de importación en Popayán, una estructura de gestión adecuada

permitiría afrontar la competencia internacional y adaptarse a las demandas del mercado de manera más eficaz.

Por otro lado, Bustamante (2021) explora la factibilidad de importar y comercializar aceites de oliva y vinagres balsámicos en Colombia, un segmento de mercado gourmet que ha ganado popularidad. Su análisis destaca que “la importación de productos gourmet permite diversificar la oferta en el mercado colombiano, además de satisfacer la preferencia de los consumidores que buscan productos de alta calidad y diferenciación” (Bustamante, 2018). Este enfoque es relevante en el contexto de Popayán, donde un emprendimiento orientado a la importación de equipos de cómputo puede aprovechar la creciente demanda local de tecnología, satisfaciendo las necesidades de conectividad y actualización tecnológica en la región.

A nivel nacional, las políticas comerciales y la apertura económica han facilitado el acceso a productos de tecnología, creando condiciones favorables para proyectos de importación en ciudades como Popayán. La eliminación de aranceles a dispositivos tecnológicos no solo ha permitido a las empresas reducir costos, sino también a los consumidores acceder a herramientas de última generación. Este entorno es especialmente relevante para emprendimientos en sectores donde la tecnología es fundamental para la operatividad, el crecimiento y la competitividad de las empresas.

Los estudios mencionados reflejan que la importación y comercialización de productos específicos puede atender eficazmente la demanda local y fomentar el crecimiento de la economía. La creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en Popayán representa, por tanto, una alternativa para responder a la brecha digital en la región. La tecnología es cada vez más necesaria en los hogares y negocios colombianos, especialmente en

el ámbito educativo y laboral, donde la conectividad se ha convertido en una herramienta indispensable.

Además, una empresa de importación en Popayán podría ofrecer acceso a tecnología accesible y de calidad, facilitando la adquisición de dispositivos que son esenciales para el desarrollo educativo y profesional. Este proyecto no solo respondería a la demanda local, sino que también contribuiría a fortalecer la economía de la región mediante la creación de empleo y la dinamización de la actividad comercial.

El comercio internacional es un componente esencial para el desarrollo económico de Colombia y, en particular, para ciudades como Popayán, donde el acceso a tecnología es clave para la competitividad. Los estudios sobre emprendimiento en sectores específicos muestran que la importación de productos que respondan a necesidades locales puede tener un impacto positivo en la economía y en la vida de los consumidores. En este sentido, la creación de una empresa enfocada en la importación de equipos de cómputo no solo permitiría mejorar el acceso a tecnología, sino también apoyar el desarrollo económico y social de la región.

En Colombia, las necesidades de inclusión digital y acceso a tecnologías crecientes son cada vez más evidentes. El acceso limitado a la tecnología en regiones como Popayán plantea retos significativos para el desarrollo económico y social de la región. Según un estudio del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en Colombia existe una brecha tecnológica importante, especialmente en las zonas rurales, donde solo el 17% de los hogares tiene acceso a internet y dispositivos informáticos (DANE, 2020). En este sentido, un emprendimiento centrado en la importación de equipos de cómputo en Popayán puede no solo cubrir una necesidad crítica en la comunidad, sino también contribuir al desarrollo de capacidades tecnológicas esenciales para la educación y el trabajo en la era digital.

El impulso hacia la digitalización y el teletrabajo ha llevado al gobierno colombiano a implementar políticas que buscan facilitar el acceso a la tecnología. De acuerdo con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), la disminución de aranceles para equipos tecnológicos en 2019 facilitó la importación de dispositivos como computadoras y teléfonos móviles, incentivando tanto a empresas como a consumidores a acceder a estas herramientas fundamentales para la conectividad (MinTIC, 2019). Este contexto de facilitación arancelaria es favorable para los emprendedores en Popayán interesados en ingresar al mercado de la tecnología, ya que la reducción de costos les permitiría ofrecer productos de calidad a precios competitivos.

El crecimiento de los emprendimientos en el sector de tecnología es impulsado por las oportunidades que ofrece el comercio internacional, el cual permite a las empresas locales acceder a productos innovadores y de alta demanda. Diversos estudios resaltan la importancia del emprendimiento en este tipo de negocios, ya que permite satisfacer la demanda local por productos tecnológicos de calidad y abre las puertas a nuevas oportunidades de desarrollo. Por ejemplo, un estudio de Gómez y Rojas (2019) sobre el impacto del emprendimiento en tecnología en zonas de bajo acceso a internet destaca que la importación de productos de tecnología de bajo costo puede mejorar significativamente el acceso a herramientas tecnológicas y promover la inclusión digital. en comunidades desfavorecidas (Gómez y Rojas, 2019).

El análisis de emprendimientos tecnológicos y su impacto en la economía colombiana también se ha explorado en investigaciones como la de Martínez y Villamizar (2021), quienes subrayan la importancia del comercio internacional y el aprovechamiento de acuerdos comerciales para reducir los costos de importación. Según los autores, “la creación de empresas dedicadas a la importación de tecnología contribuye a reducir los costos de acceso a dispositivos

y fortalece el mercado local, permitiendo una mayor competitividad en sectores como la educación y el trabajo a distancia" (Martínez y Villamizar, 2021, pág.43). En el contexto de Popayán, donde la educación y el empleo dependen cada vez más de la conectividad, un negocio que facilita el acceso a equipos de cómputo tiene el potencial de responder a estas necesidades emergentes.

Iniciar un negocio de importación de tecnología en Popayán enfrenta desafíos tanto logísticos como financieros. Según el informe de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), el contrabando y la competencia desleal representan obstáculos importantes para los emprendedores en el país, afectando la rentabilidad y la sostenibilidad de las empresas formales (ANDI, 2021). Además, la falta de experiencia y conocimientos sobre gestión empresarial y administración de importaciones puede dificultar el proceso para los nuevos emprendedores en este sector. Un estudio de Franco y Mendoza (2020) sobre los factores de éxito en emprendimientos de tecnología en Colombia concluye que "la capacitación en comercio exterior y una sólida estrategia de mercado son esenciales para asegurar la viabilidad y el crecimiento de los emprendimientos en sectores altamente competitivos como el tecnológico" (Franco y Mendoza, 2020, p. 112).

Además, en Popayán, el acceso a financiamiento también limita el desarrollo de nuevos negocios. Según la Cámara de Comercio de Popayán, el 70% de los empresarios locales considera que los requisitos para acceder a financiamiento son elevados, lo que reduce las oportunidades para los pequeños negocios (Cámara de Comercio de Popayán, 2020). En este sentido, las iniciativas que promuevan el financiamiento accesible y el fortalecimiento de las competencias empresariales serán beneficiosas para facilitar la creación y sostenibilidad de negocios de importación de equipos de cómputo en la región.

La creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en Popayán no solo contribuiría a reducir la brecha digital, sino que también generaría empleo y estimularía la economía local. Según el estudio de Ruiz y Fernández (2022) sobre el impacto de los emprendimientos tecnológicos en las ciudades intermedias de Colombia, estos negocios pueden generar entre 10 y 15 empleos directos en su primer año, con proyecciones de crecimiento del 10% anual en términos de personal y alcance de mercado (Ruiz y Fernández, 2022). Este tipo de crecimiento representa una oportunidad para el desarrollo económico local, contribuyendo a la reducción de la tasa de desempleo y al fortalecimiento de la economía en Popayán.

5. Marco Conceptual

El siguiente marco conceptual busca estructurar y orientar la investigación, ya que proporciona un contexto teórico para comprender las relaciones entre los conceptos claves del estudio. En él, encontrarán términos esenciales que facilitan la interpretación de los fenómenos investigados, asegurando que los objetivos y la metodología estén alineados con las teorías y los enfoques. En este estudio, nos enfocaremos en conceptos como el estudio de factibilidad, la brecha digital y la innovación tecnológica, entre otros, que son cruciales para entender la viabilidad de crear una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en la ciudad de Popayán.

Según Rafael Amit (1997), las investigaciones sobre las percepciones ejecutivas describen el emprendimiento como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. Los libros de gestión suelen definir el emprendimiento como la capacidad de iniciar y operar nuevos negocios, lo cual es reforzado por autores como Brook (1968), Bennis y Nanus (1985) y Mintzberg et al. (1999). Sin embargo, ninguna definición de emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para los ejecutivos que quieren tener más emprendimiento, ya que todos quieren ser innovadores, flexibles y creativos. Por otro lado, por cada negocio establecido, hay miles de nuevos negocios, tiendas de ropa y firmas consultoras que presumiblemente han intentado ser innovadores, crecer y mostrar otras características que demuestran la existencia del espíritu empresarial en un sentido dinámico, pero han fracasado.

La ambigüedad en torno al concepto de emprendimiento se debe en parte a la naturaleza diversa y multifacética de las actividades empresariales. Mientras que Amit (1997) y otros académicos describieron el emprendimiento en términos de cualidades abstractas y deseables —como la innovación y la capacidad de asumir riesgos—, estas características no necesariamente reflejan las realidades complejas del proceso emprendedor. Los desafíos estructurales, como la

falta de financiamiento, las barreras regulatorias y la intensa competencia, suelen representar obstáculos significativos que impiden el éxito de muchas iniciativas empresariales. A pesar de los esfuerzos por conceptualizar el emprendimiento en términos operacionales y estratégicos, la experiencia muestra que los factores contextuales y el entorno socioeconómico tienen un impacto crucial en la supervivencia y el crecimiento de los nuevos negocios (Amit, 1997).

El estudio de factibilidad es un proceso crítico que permite a los emprendedores y a los inversionistas evaluar de manera integral la viabilidad de un proyecto antes de comprometer recursos significativos. Este análisis no solo se centra en la viabilidad económica, que examina los costos y beneficios esperados del proyecto, sino que también incluye aspectos técnicos que evalúan si la tecnología requerida está disponible y es accesible. Además, aborda consideraciones legales y regulatorias que aseguran que el negocio cumplirá con todas las normativas locales e internacionales, evitando así posibles sanciones o interrupciones en su operación. Un estudio de factibilidad bien estructurado proporciona una base sólida para la planificación estratégica, ayudando a identificar oportunidades y desafíos antes de la ejecución del proyecto.

La importancia de un estudio de factibilidad radica en su capacidad para reducir la incertidumbre y mitigar riesgos. Al llevar a cabo un análisis de mercado, se puede determinar la demanda potencial de los productos o servicios, así como el nivel de competencia existente. Asimismo, la evaluación de riesgos ayuda a identificar factores que podrían afectar el éxito del proyecto, permitiendo a los emprendedores desarrollar estrategias de contingencia adecuadas. En el contexto de un emprendimiento de importación de equipos de cómputo en Popayán, un estudio de factibilidad se convierte en una herramienta esencial que no solo proporciona claridad sobre la

viabilidad del negocio, sino que también contribuye a la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo, asegurando que se tomen decisiones informadas y fundamentadas (Rodrigues, 2024).

La brecha digital se refiere a la desigualdad en el acceso y uso de tecnologías de información y comunicación (TIC) entre diferentes segmentos de la población, lo que genera disparidades en el acceso a oportunidades y recursos digitales. Esta brecha puede manifestarse a nivel geográfico, económico, social y educativo, afectando especialmente a comunidades rurales y a aquellos con menos recursos financieros. Según el Informe de Desarrollo Humano 2020 del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), “las desigualdades en el acceso a la tecnología no solo limitan las oportunidades económicas, sino que también restringen el acceso a la educación, la salud y la participación cívica” (PNUD, 2020). En este sentido, la brecha digital no es únicamente un problema tecnológico, sino un fenómeno multidimensional que perpetúa las desigualdades existentes en la sociedad.

Además, cerrar la brecha digital es esencial para impulsar el desarrollo social y económico.

Además, cerrar la brecha digital es esencial para impulsar el desarrollo social y económico, ya que facilita la inclusión de individuos y comunidades en el ámbito laboral, educativo y de salud. Un acceso equitativo a las TIC permite que personas de todas las edades y niveles socioeconómicos puedan mejorar sus habilidades, acceder a nuevos conocimientos y participar activamente en la economía digital. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ha subrayado que la inversión en infraestructura digital y programas de alfabetización tecnológica es clave para reducir esta desigualdad, permitiendo que sectores tradicionalmente marginados puedan integrarse en la economía global (OCDE, 2020).

En este contexto, la reducción de la brecha digital no solo mejora la calidad de vida de los individuos, sino que también fortalece las economías y genera sociedades más inclusivas.

La inclusión digital permite que individuos y comunidades accedan a información, educación y servicios que son fundamentales en la sociedad contemporánea. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU), “la tecnología digital tiene el potencial de transformar vidas, pero su impacto se ve limitado en aquellos que no pueden acceder a ella” (ONU, 2021). Por lo tanto, abordar la brecha digital implica no solo aumentar el acceso a dispositivos y conectividad, sino también capacitar a las personas en el uso de estas herramientas de manera efectiva, garantizando así que todos los ciudadanos puedan beneficiarse de las oportunidades que ofrece la era digital. Las iniciativas que buscan reducir esta brecha son fundamentales para promover una sociedad más equitativa y justa, donde la tecnología sirva como un catalizador para el progreso y la inclusión.

Las Tecnologías de la Información y la Computación (TIC) se refieren al conjunto de herramientas, sistemas y procesos que permiten el manejo y la transmisión de información a través de medios electrónicos. Estas tecnologías abarcan desde el hardware y software de computadoras, redes de telecomunicaciones, hasta aplicaciones y plataformas que facilitan la gestión de datos y la comunicación entre usuarios. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), las TIC son fundamentales para el desarrollo económico y social, ya que promueven la eficiencia en procesos productivos, el acceso a información y conocimiento, y la mejora de la calidad de vida de las personas al facilitar el acceso a servicios esenciales como la educación y la salud.

De este modo, las TIC han transformado significativamente la forma en que las empresas operan y se comunican, permitiendo una mayor interconectividad y colaboración a nivel global.

La digitalización de procesos ha llevado a la creación de nuevos modelos de negocio, así como a la necesidad de adaptarse a un entorno en constante cambio. Según Vargas (2019), las organizaciones que adoptan tecnologías de la información no solo optimizan su productividad, sino que también mejoran su competitividad al ofrecer mejores productos y servicios adaptados a las necesidades de los consumidores. En este sentido, la inversión en TIC se ha convertido en un factor clave para el crecimiento sostenible y la innovación en todos los sectores de la economía.

Las regulaciones y trámites aduaneros son un conjunto de normativas y procedimientos que los importadores deben cumplir para poder introducir mercancías a un país. Estas regulaciones tienen como objetivo asegurar que las importaciones se realicen de manera legal, segura y conforme a las leyes nacionales e internacionales. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2020), el proceso aduanero implica la presentación de documentos como facturas, declaraciones de importación y certificados de origen, entre otros. Estos trámites son fundamentales para el control de las mercancías que entran al país y para la recaudación de impuestos. Una adecuada comprensión de estas regulaciones es crucial para cualquier empresa que busque establecerse en el ámbito del comercio internacional, ya que el incumplimiento puede resultar en sanciones, retrasos en la entrega y costos adicionales que impacten la viabilidad financiera de la operación.

Las regulaciones aduaneras también incluyen controles específicos relacionados con el tipo de mercancía importada, como normas de etiquetado, estándares de calidad y requisitos sanitarios o fitosanitarios, dependiendo del sector al que pertenecen los productos. Estas disposiciones buscan proteger la salud pública, la seguridad nacional y el medio ambiente, además de fomentar prácticas comerciales justas. Por ello, es imprescindible que las empresas importadoras mantengan una actualización constante sobre los cambios en las políticas y

normativas, así como contar con un equipo capacitado o asesores especializados que garanticen el cumplimiento de estos requisitos de manera eficiente. Esto no solo asegura el éxito del proceso de importación, sino también la construcción de una reputación.

La demanda del mercado tecnológico se refiere a la cantidad y tipo de productos tecnológicos que los consumidores están dispuestos y son capaces de adquirir en un periodo determinado. Este concepto está influenciado por diversos factores, incluyendo la innovación, el poder adquisitivo de los consumidores, las tendencias del mercado y las necesidades cambiantes de los usuarios. Según Della Valle y De Luca (2021), la demanda tecnológica no solo se determina por la disponibilidad de productos, sino también por el nivel de educación tecnológica de la población, que influye en la aceptación y adopción de nuevas tecnologías. En el contexto del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de importación de equipos de cómputo en Popayán, es esencial analizar la demanda del mercado tecnológico para identificar oportunidades y definir estrategias adecuadas que aseguren la viabilidad comercial del proyecto.

La demanda tecnológica se refiere al interés y necesidad de los consumidores por adquirir productos y servicios que incorporan nuevas tecnologías. Este concepto es fundamental en el contexto actual, donde la innovación tecnológica evoluciona rápidamente y los consumidores buscan continuamente soluciones que mejoren su eficiencia y calidad de vida. Según el informe de la International Data Corporation (IDC, 2022), la demanda tecnológica está influenciada por factores como la accesibilidad, la evolución de las tendencias del mercado y el comportamiento del consumidor. A medida que la tecnología se vuelve más accesible y asequible, la demanda de equipos y servicios tecnológicos tiende a incrementarse, reflejando la necesidad de adaptarse a un entorno en constante cambio. En el caso de la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en Popayán, entender la demanda tecnológica es crucial para

identificar las preferencias del consumidor y posicionar adecuadamente los productos en el mercado.

La importación de equipos de cómputo se refiere al proceso de adquirir productos tecnológicos, como computadoras, laptops, impresoras y periféricos, de proveedores extranjeros para su comercialización en el mercado local. Este proceso no solo implica la transacción económica entre países, sino que también requiere el cumplimiento de regulaciones aduaneras y estándares de calidad establecidos por las autoridades locales. La importación se ha convertido en un aspecto crucial en el desarrollo tecnológico de muchos países, ya que permite a las empresas locales acceder a tecnologías avanzadas que, de otro modo, podrían ser prohibitivamente costosas si se produjeran localmente. Según la Asociación Nacional de Comercio Exterior, "la importación de tecnología es esencial para la modernización de los sectores productivos y la competitividad de la economía" (Asociación Nacional de Comercio Exterior, 2021).

Además, la importación de equipos de cómputo presenta tanto oportunidades como desafíos para las empresas locales. Por un lado, ofrece la posibilidad de obtener productos innovadores y de alta calidad a precios competitivos, lo que puede ser fundamental para la inclusión digital y el acceso a nuevas tecnologías en regiones con limitaciones económicas, como Popayán. Sin embargo, también enfrenta obstáculos como el contrabando y la competencia desleal, que pueden afectar negativamente a las empresas legítimas. De acuerdo con un estudio de la Cámara de Comercio de Bogotá, "la informalidad y el contrabando son amenazas que socavan la sostenibilidad de las empresas formales, reduciendo sus márgenes de ganancia y afectando su capacidad de inversión" (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018). Por lo tanto, es vital que cualquier emprendimiento en el sector de importación de equipos de cómputo no solo

considere las oportunidades de mercado, sino también el entorno competitivo y regulatorio en el que operará.

El análisis de mercado es un proceso fundamental en la evaluación de la viabilidad de un negocio, que consiste en la recolección y análisis de información relevante sobre el entorno en el que se desea operar. Este análisis incluye la identificación de las características del mercado objetivo, la evaluación de la competencia, la comprensión de las tendencias de consumo y la determinación de la demanda potencial para el producto o servicio que se planea ofrecer. Según Kotler y Keller (2016), "un análisis de mercado efectivo proporciona una comprensión profunda de las dinámicas del mercado y permite a las empresas tomar decisiones informadas sobre la segmentación, el *targeting* y el posicionamiento de sus ofertas". Este enfoque sistemático no solo ayuda a identificar oportunidades y amenazas, sino que también permite a los emprendedores definir estrategias efectivas para maximizar el rendimiento de sus inversiones.

También, el análisis de mercado es crucial para identificar y entender a los consumidores. Esto implica evaluar las necesidades, preferencias y comportamientos del público objetivo, lo que a su vez guía el desarrollo de productos y estrategias de marketing. Como señala Porter (1996): "conocer el mercado y sus segmentos permite a las empresas crear una ventaja competitiva sostenible". Al considerar factores como el tamaño del mercado, el crecimiento esperado y las tendencias económicas y sociales, el análisis de mercado contribuye a la formulación de estrategias empresariales que no solo buscan la rentabilidad, sino que también fomentan la satisfacción del cliente. Por lo tanto, realizar un análisis de mercado exhaustivo es esencial para cualquier emprendimiento que busque establecerse en un entorno competitivo y dinámico, como es el caso de la importación de equipos de cómputo en la ciudad de Popayán.

El estudio de mercado es un proceso fundamental para la toma de decisiones estratégicas en cualquier negocio, ya que permite analizar las características, dinámicas y tendencias de un mercado específico. Este estudio incluye la recopilación y análisis de datos sobre consumidores, competidores y el entorno en el que opera una empresa, proporcionando información valiosa sobre la demanda, preferencias y comportamientos de los consumidores. Según Kotler y Keller (2020), un estudio de mercado efectivo no solo ayuda a identificar oportunidades y amenazas, sino que también permite a las empresas adaptar sus productos y estrategias de marketing a las necesidades del consumidor. Además, el estudio de mercado se considera crucial para reducir el riesgo de fracaso empresarial, ya que proporciona una base sólida para la planificación y la estrategia. En el contexto de la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en Popayán, este análisis se torna esencial para comprender la demanda tecnológica en la región y para identificar posibles nichos de mercado, facilitando así la toma de decisiones informadas y estratégicas.

La estrategia de marketing se refiere a un conjunto planificado de acciones que una empresa toma para promocionar sus productos o servicios y lograr ventajas competitivas en el mercado. Esta estrategia abarca la identificación del público objetivo, la creación de valor para el cliente, y la formulación de tácticas específicas que integren el producto, el precio, la distribución y la promoción. Según Kotler y Armstrong (2020), "una estrategia de marketing efectiva se basa en una comprensión profunda de las necesidades y deseos del cliente, así como en un análisis del entorno competitivo". Este enfoque permite a las empresas no solo captar y retener clientes, sino también adaptarse a las tendencias del mercado y responder a los cambios en el comportamiento del consumidor.

Es por eso por lo que, la implementación de estrategias de marketing bien definidas es crucial para el crecimiento y sostenibilidad de las empresas en un entorno empresarial cada vez más desafiante. Al integrar el marketing digital y las herramientas analíticas, las empresas pueden obtener datos valiosos sobre el comportamiento del consumidor, lo que les permite personalizar sus ofertas y optimizar su comunicación. Según Chaffey y Ellis-Chadwick (2019), "el marketing digital no solo amplía el alcance de las marcas, sino que también proporciona una plataforma para interactuar de manera más efectiva con los clientes". En el caso de la importación de equipos de cómputo en Popayán, desarrollar una estrategia de marketing centrada en el cliente no solo ayudará a captar la atención del mercado local, sino que también establecerá una base sólida para la fidelización a largo plazo.

La competencia en el mercado se refiere a la rivalidad existente entre empresas que ofrecen productos o servicios similares y que buscan atraer a un mismo grupo de consumidores. Esta dinámica es fundamental para el funcionamiento de las economías de mercado, ya que impulsa la innovación, mejora la calidad y fomenta la reducción de precios en beneficio del consumidor. Según Porter (1980), la competencia no solo se da entre empresas directas que ofrecen productos similares, sino también entre aquellas que pueden satisfacer la misma necesidad de los consumidores de diferentes maneras. La competencia efectiva puede llevar a las empresas a optimizar sus procesos, mejorar su atención al cliente y diferenciar sus ofertas para mantenerse relevantes en un entorno de negocios cada vez más dinámico.

También, la competencia en el mercado puede clasificarse en diferentes tipos, tales como competencia perfecta, competencia monopolística, oligopolio y monopolio, cada una con sus características y efectos sobre el mercado. La competencia perfecta, por ejemplo, se da cuando hay muchos compradores y vendedores, lo que resulta en precios estables y productos

homogéneos. En contraste, el oligopolio se presenta cuando unas pocas empresas dominan el mercado, lo que puede llevar a comportamientos estratégicos como colusión y fijación de precios (Tirole, 1988). En el contexto actual, la digitalización y la globalización han ampliado los mercados y han intensificado la competencia, desafiando a las empresas a adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes de los consumidores y a las nuevas tecnologías.

El análisis financiero es un proceso sistemático que implica la evaluación de la situación económica de una empresa mediante la revisión de sus estados financieros, con el objetivo de tomar decisiones informadas sobre su gestión y rendimiento. Este análisis incluye la interpretación de ratios financieros, tendencias y flujos de efectivo, proporcionando una visión clara de la rentabilidad, liquidez y solvencia de la organización. Según Brigham y Ehrhardt (2016), "el análisis financiero permite a los gerentes evaluar el rendimiento pasado y proyectar el rendimiento futuro, lo cual es crucial para la planificación estratégica y la toma de decisiones". Este enfoque integral no solo ayuda a identificar áreas de mejora, sino que también facilita la comunicación de resultados financieros a los interesados y la evaluación de riesgos asociados a decisiones de inversión.

Además, el análisis financiero se convierte en una herramienta esencial para los emprendedores que buscan desarrollar un estudio de factibilidad, ya que les permite estimar costos, ingresos y rentabilidad esperada de un proyecto. Mediante la elaboración de proyecciones financieras, como presupuestos y estados de resultados proyectados, los empresarios pueden determinar la viabilidad económica de sus iniciativas. Como sostiene Horngren et al. (2019), "las proyecciones financieras son fundamentales para convencer a inversores y entidades financieras de la viabilidad de un proyecto". En el contexto de la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en Popayán, un análisis financiero riguroso no solo validará

la idea de negocio, sino que también establecerá una base sólida para la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo.

El estudio o viabilidad financieros, es una evaluación exhaustiva que analiza la capacidad de un proyecto o empresa para generar ingresos y cubrir sus costos y gastos a lo largo del tiempo. Este estudio incluye la elaboración de proyecciones financieras, análisis de flujos de efectivo, identificación de fuentes de financiamiento y evaluación de riesgos financieros. Según Bravo y Muñoz (2020), la viabilidad financiera no solo determina si un proyecto es rentable, sino que también permite a los emprendedores identificar potenciales obstáculos económicos y ajustar sus estrategias en consecuencia. En el contexto de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en Popayán, realizar un análisis financiero es fundamental para garantizar que la iniciativa no solo sea viable en términos operativos y de mercado, sino que también sea sostenible a largo plazo.

un estudio de viabilidad financiera proporciona a los emprendedores una visión clara de las condiciones económicas que afectarán a su negocio y les permite tomar decisiones informadas sobre cómo manejar los recursos disponibles. La proyección de flujos de efectivo, por ejemplo, es crucial para determinar la capacidad de la empresa para mantenerse solvente durante sus primeras etapas y en períodos de crecimiento. De acuerdo con Bravo y Muñoz (2020), un análisis detallado de los costos fijos y variables, así como la identificación de posibles fuentes de financiamiento como préstamos, inversionistas o líneas de crédito, permite a los emprendedores diseñar un plan financiero realista. Esto también les ayuda a evaluar la rentabilidad de las inversiones iniciales ya anticipar posibles dificultades financieras. En el caso específico de un negocio de importación de equipos de cómputo en Popayán, la viabilidad

financiera no solo asegura el cumplimiento de los objetivos a corto plazo, sino que también facilita la planificación de un crecimiento escalable y la adaptación.

El estudio organizacional, o estructura organizacional, se refiere a la manera en que se organiza una empresa para lograr sus objetivos y mejorar su funcionamiento interno. Este concepto incluye la definición de roles, responsabilidades, jerarquías y la interrelación entre los diferentes departamentos o áreas de la empresa. Según Robbins y Judge (2017), una estructura organizacional eficaz no solo facilita la comunicación y la toma de decisiones, sino que también optimiza el uso de recursos y mejora la capacidad de respuesta ante cambios en el entorno. En el contexto de una nueva empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo, un estudio detallado de la estructura organizacional permitirá identificar cómo se deben asignar los recursos humanos y materiales para maximizar la eficiencia operativa y asegurar un servicio al cliente de calidad, elementos cruciales en un mercado competitivo y en constante evolución.

Un estudio organizacional bien diseñado también ayuda a la empresa a adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado ya mejorar su capacidad de innovación. Según Daft (2016), una estructura flexible y adaptativa permite a la organización responder rápidamente a nuevas oportunidades y desafíos, lo cual es especialmente importante en sectores con alta competencia y fluctuaciones en la demanda. Para una empresa de importación de equipos de cómputo, esto implica crear una estructura que fomente la colaboración entre áreas clave, como el departamento de ventas, logística y atención al cliente, para asegurar que la cadena de suministro y los procesos operativos se mantengan alineados. con las necesidades del mercado. Además, una correcta asignación de roles y responsabilidades contribuye a evitar redundancias y mejorar la eficiencia en la toma de decisiones estratégicas, lo que favorece el crecimiento sostenible y la competitividad en un entorno empresarial cada vez más dinámico.

La innovación tecnológica se refiere al proceso mediante el cual se desarrollan y aplican nuevas ideas, productos, procesos o servicios que mejoran significativamente la eficiencia o la calidad en una industria o sector específico. Este concepto abarca desde la invención de nuevas tecnologías hasta la mejora de las existentes, y juega un papel crucial en el desarrollo económico y la competitividad empresarial. Según Schilling (2020), "la innovación tecnológica no solo se limita a la creación de nuevos productos, sino que también incluye la mejora de procesos que permiten a las empresas operar de manera más eficiente y efectiva". Esta capacidad de innovar permite a las organizaciones adaptarse a los cambios del mercado, responder a las necesidades de los consumidores y mantenerse competitivas en un entorno global dinámico.

Por tanto, la innovación tecnológica es fundamental para abordar desafíos sociales y económicos, como la reducción de la brecha digital, permitiendo que más personas accedan a las tecnologías modernas. En el contexto de la importación de equipos de cómputo en Popayán, fomentar la innovación tecnológica puede facilitar el desarrollo de soluciones accesibles que mejoren el acceso a la educación y al empleo. Como señala Kahn (2018), "la adopción de nuevas tecnologías puede impulsar el crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de las comunidades, especialmente en regiones donde el acceso a la tecnología ha sido limitado". Por lo tanto, la innovación tecnológica no solo es un motor de desarrollo empresarial, sino también un catalizador para el cambio social positivo.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como el compromiso de las empresas de operar de manera ética y contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades en las que operan. Este concepto implica que las organizaciones no solo deben enfocarse en maximizar sus beneficios económicos, sino también en considerar el impacto de sus acciones en la sociedad y el medio ambiente. Según Carroll (2021), la RSE "enfatiza que las

empresas deben actuar de manera responsable y rendir cuentas por sus impactos sociales y ambientales, además de buscar la rentabilidad económica". En este sentido, la RSE se convierte en un componente clave de la estrategia empresarial, promoviendo prácticas que generan valor tanto para la empresa como para la comunidad.

Asimismo, la RSE puede contribuir a mejorar la reputación de la empresa, fomentar la lealtad de los clientes y atraer a empleados que buscan trabajar en organizaciones socialmente responsables. Como indica Porter y Kramer (2019), "la RSE puede crear una ventaja competitiva al alinear los intereses de la empresa con los de la sociedad, permitiendo que ambas partes se beneficien". Esto es particularmente relevante en el contexto de la importación de equipos de cómputo en Popayán, donde la RSE puede facilitar la inclusión digital y contribuir al desarrollo sostenible de la región. Al integrar prácticas de RSE en su modelo de negocio, las empresas pueden no solo abordar la brecha digital, sino también fortalecer su posición en el mercado y fomentar un impacto positivo en la comunidad.

La teoría del plan de negocios se refiere al enfoque estructurado que utilizan los emprendedores y las organizaciones para delinear sus objetivos, estrategias y la operativa de un negocio. Un plan de negocios bien elaborado actúa como una hoja de ruta que guía el desarrollo de la empresa y es esencial para atraer inversores y obtener financiamiento. Según Osterwalder y Pigneur (2010), un plan de negocios eficaz no solo debe incluir el modelo de negocio, sino también análisis de mercado, proyecciones financieras y un plan de marketing, lo que permite evaluar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto. Además, un estudio de Mazzarol y Soutar (2002) destaca la importancia de un plan de negocios en la identificación de oportunidades y riesgos en el entorno empresarial, lo cual es crucial para la toma de decisiones informadas en un

contexto de alta competencia. En resumen, el desarrollo de un plan de negocios es fundamental para la planificación estratégica y la gestión de cualquier emprendimiento.

Por ende, un plan de negocios bien diseñado no solo proporciona una visión clara del futuro de la empresa, sino que también facilita la alineación de todos los recursos y esfuerzos hacia un objetivo común. Según Knight (2012), la formulación de un plan de negocios detallado permite a los emprendedores identificar de manera temprana las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del mercado, lo cual es crucial para ajustar estrategias y garantizar la viabilidad a largo plazo. De igual manera, un plan de negocios ayuda a definir una estructura organizativa adecuada y un enfoque estratégico coherente que permita a la empresa aprovechar las oportunidades del entorno, minimizando los riesgos y maximizando su potencial de crecimiento. En sectores altamente competitivos, como el comercio de equipos de cómputo, un plan de negocios sólido no solo sirve como una guía interna, sino que también aumenta la credibilidad ante inversionistas y otras partes aceptables, asegurando el acceso a recursos financieros y humanos necesarios para el éxito empresarial (Mazzarol y Soutar, 2002).

La teoría de toma de decisiones informadas se centra en el proceso mediante el cual los individuos y organizaciones seleccionan una opción entre múltiples alternativas basándose en la recopilación y análisis de información relevante. Este enfoque es fundamental en el ámbito empresarial, donde la calidad de la información puede influir significativamente en los resultados de una decisión. Según Bazerman y Moore (2012), una toma de decisiones efectiva implica no solo el uso de datos cuantitativos, sino también la consideración de factores cualitativos y la evaluación de las incertidumbres inherentes a cada opción. Además, el modelo de decisión racional, propuesto por Simon (1979), sugiere que el proceso debe incluir la identificación del problema, la generación de alternativas, la evaluación de cada opción y la selección de la

solución más adecuada. En un entorno empresarial dinámico y complejo, la capacidad para tomar decisiones informadas es crucial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier emprendimiento.

Un aspecto clave de la toma de decisiones informadas es la capacidad para gestionar la incertidumbre y el riesgo, lo cual requiere una evaluación constante del entorno y de las variables que puedan afectar a las decisiones. Según Kahneman (2011), los sesgos cognitivos y las emociones pueden distorsionar el proceso de toma de decisiones, por lo que es fundamental contar con un enfoque estructurado y objetivo para contrarrestar estos efectos. Además, el análisis de las alternativas debe incluir no solo los beneficios inmediatos, sino también las consecuencias a largo plazo, lo que permite a los tomadores de decisiones anticipar posibles obstáculos y ajustarse.

6. Metodología

La metodología mixta combina elementos de investigación cualitativa y cuantitativa, permitiendo una comprensión más completa y profunda del fenómeno estudiado. En este caso, se empleará tanto la recolección de datos cuantitativos como cualitativos para abordar los diferentes aspectos del estudio de factibilidad. La integración de estos enfoques aprovecha las fortalezas de ambos métodos, proporcionando una visión más integral y rica del problema en cuestión. Los datos cuantitativos ofrecerán información precisa y medible sobre la magnitud y características de la brecha digital, mientras que los datos cualitativos permitirán explorar las percepciones, experiencias y sugerencias de los afectados por esta problemática (Tesis y Másters, 2024). Además, es importante aclarar que toda la información obtenida contribuirá a comprender cómo funciona el mercado de compra de computadores y la percepción que puede tener una persona sobre la importación de estos productos tecnológicos.

6.1. Método de estudio

El método seleccionado para este proyecto es el exploratorio, ya que representa una alternativa favorable debido a su flexibilidad. A diferencia de otros enfoques más rigurosos, este método nos permitirá enfocarnos en la población deseada y determinar cuáles son las prioridades de las personas al momento de adquirir un dispositivo de cómputo. Además, facilitará el análisis de los principales argumentos que influyen en su decisión de compra, tales como calidad, marca, precio y otras características relevantes. También es crucial identificar las tendencias o preferencias innovadoras que pueden atraer a los compradores potenciales. Asimismo, se deben considerar aspectos sociales importantes, como el nivel socioeconómico y la ocupación de los individuos, lo que nos ayudará a determinar qué sectores y tipos de población pueden generar una mayor demanda del producto.

El enfoque exploratorio permitirá investigar y comprender en profundidad la situación actual de la brecha digital en la ciudad de Popayán, así como explorar las posibles soluciones y oportunidades para abordar este problema de manera efectiva. Este tipo de estudio es particularmente adecuado para investigaciones que buscan obtener una comprensión inicial y generar hipótesis para trabajos posteriores. La naturaleza exploratoria del estudio facilitará la identificación de comportamientos, temas emergentes y variables relevantes que pueden no haber sido considerados previamente, proporcionando así una base sólida para futuras investigaciones más detalladas y específicas (Vásquez, 2005).

La elección de una metodología mixta y un estudio exploratorio se fundamenta en la complejidad y la naturaleza multifacética del problema en cuestión. La combinación de métodos cuantitativos y cualitativos permitirá obtener una comprensión más completa de los diferentes aspectos involucrados, desde las tendencias tecnológicas hasta los impactos socioambientales. Además, el enfoque exploratorio facilitará la exploración de nuevas perspectivas y posibles soluciones, lo que resulta crucial dada la falta de investigaciones exhaustivas sobre este tema en el contexto específico de Popayán. La brecha digital es un problema multidimensional que afecta no solo el acceso a la tecnología, sino también la inclusión social, la educación y las oportunidades económicas.

Por lo tanto, es esencial adoptar una metodología que capte esta complejidad y proporcione una base sólida para la formulación de políticas y estrategias efectivas. Este estudio exploratorio, respaldado por una metodología mixta, ofrecerá los insumos necesarios para desarrollar soluciones innovadoras y contextualizadas, adaptadas a las necesidades y realidades de la población. Esta elección metodológica garantizará que los resultados sean exhaustivos y

relevantes, ofreciendo una guía práctica para abordar de manera efectiva el problema en la ciudad.

6.2. Técnicas para la recolección de la información

Para este estudio de factibilidad sobre el comercio de equipos de cómputo, se empleará la técnica de encuestas con preguntas cerradas, ya que esta metodología proporcionará datos medibles y estadísticos que facilitarán un análisis enfocado en los objetivos del proyecto.

Se aplicarán encuestas estructuradas a una muestra representativa de la población para recopilar datos cuantitativos sobre el acceso a la adquisición de equipos de cómputo, la conectividad a Internet y el uso de tecnologías de la información. Esta información será fundamental para evaluar la magnitud de la capacidad de adquirir un equipo de cómputo y la factibilidad de diversas soluciones[1].

6.3. Fuentes primarias y secundarias

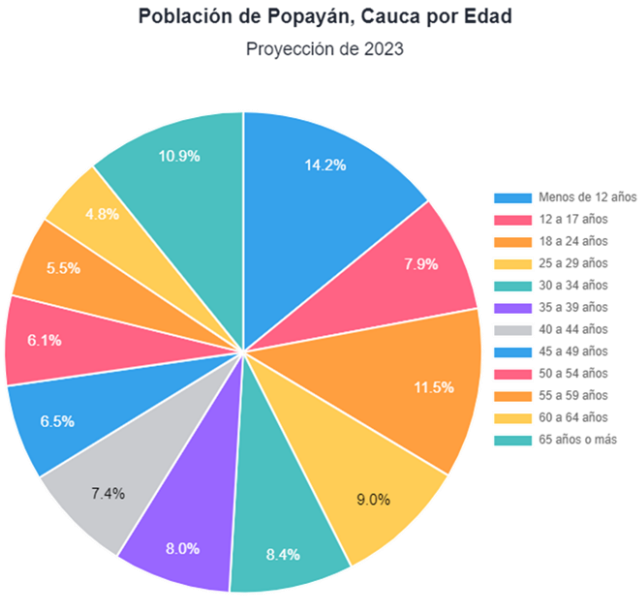
El estudio se llevará a cabo utilizando fuentes primarias, lo que nos permitirá obtener datos de primera mano sobre el tipo de población, así como información actualizada y específica sobre los objetivos del proyecto. Se utilizará la herramienta de encuesta virtual de Google Forms para indagar sobre las preferencias de la población, su estado socioeconómico y otros aspectos relevantes, lo que contribuirá a realizar un análisis más exhaustivo del mercado.

Para determinar la población y la muestra del proyecto, se empleará el muestreo aleatorio simple, ya que este método nos permitirá ser más precisos al seleccionar la cantidad adecuada de encuestas. La población objetivo está constituida por personas mayores de 18 años en la ciudad

[1]Enlace:https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeAjG12kpY2I_Sb_7_MEVwp8yvdX-Jla9RkN5In9-8Z43fH7g/viewform

de Popayán, dado que este grupo tiende a ser el que muestra mayor potencial como clientes. Según datos del DANE, en 2023, la ciudad de Popayán contaba con 291,420 personas mayores de 18 años, según la proyección de esta misma población en 2018.

Figura 1. Población de Popayán, Cauca por edad



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Muestreo aleatorio simple

$$\mathbf{n} = \frac{Z^2 . p . q . N}{NE^2 + Z^2 \ p . q .}$$

Z=Nivel de confianza
N=Población-Censo
p= Probabilidad a favor
q= Probabilidad en contra
e= error de estimación
n= Tamaño de la muestra

Fuente: elaboración propia.

Con base a esta información podemos realizar la fórmula de muestreo aleatorio o simple determina de la siguiente manera ($n = Z^2 * p * q * N / (N-1) * e^2 + Z^2 * p * q$) en donde (n) es el tamaño de la muestra, (Z) es el nivel de confianza, (p) es la probabilidad de éxito, (N) es el tamaño de la población, (e) es el margen de error y (q) proporción estimada. Teniendo en cuenta los datos anteriores se aplicará la fórmula para poder obtener el cálculo de la población.

Datos:

Población	291.420
Margen de error	0 ,05
Probabilidad de éxito	0,5
proporción estimada	0,5
Nivel de confianza	1,96

Formula:

(B7^2*0,5*0,5*291420) / ((291420-1) *0,05^2+1,96^2*0,5*0,5) = 384

Resultado:

Total, población o encuestas = 384

6.4.Sistematización de la información

Para la sistematización de la información se desea utilizar el software JASP ya que este al ser gratuito disminuye los costos además tiene una interfaz amigable que ayuda a la interpretación de los resultados de manera eficiente.

7. Desarrollo del emprendimiento

7.1.Investigación de mercados

- Objetivo: Comprender las preferencias de los consumidores para un estudio de factibilidad en importación de computadores para la ciudad de Popayán.

Descripción del mercado objetivo

- Público objetivo: Personas de 18 años en adelante interesadas en comprar computadores importados.
- Ubicación: Habitantes de la ciudad de Popayán y sus alrededores
- Nivel de ingresos: Bajo, medio y alto.

Análisis del entorno de mercado

- Competencia: establecimientos dedicados a comercialización de computadores, almacenes de cadena, negocios dedicados a la compra y venta de productos tecnológicos,

Se realiza un análisis de los posibles competidores directos e indirectos para la comercialización de equipos de cómputo para la ciudad de Popayán. (Miscelanea Tecnológica Popayán); (Systemstore); (Mipcmayorista.com).

Tabla 1. Posibles competidores para comercialización de equipos de cómputo en Popayán

		EMPRESA	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3
PERFIL	**VISIÓN GENERAL**	Ser una empresa con calidez humana enfocada en el buen trato.	Buscamos ser un motor de crecimiento económico y social en la región	Nuestra MISION e s comercializar la mejor tecnología moderna de todas las gamas a nuestros clientes	Su visión no se encuentra en su página Web

				para que así disfruten esta era virtual y digital.	
	VENTAJA COMPETITIVA Qué valor ¿Ofrecen a los clientes?	Productos importados eliminando gran parte de los competidores.	Alta variedad de productos tecnológicos y de cómputo, innovación y adaptabilidad	Variedad de productos y servicios	Variedad de productos, diferentes métodos de pago como crédito y debido
PERFIL DE MARKETINZ	**ESTRATEGIAS DE MARKETING**	Crear un entorno amigable en una tienda física local y una página Web de fácil acceso con una calidad humana alta, en donde se evidencie la diferencia de precios y calidad de los productos por medio de anuncios en redes sociales.	Página Web completa con carrito de compra, punto físico ubicado en centro comercial de tecnología	Página web, redes sociales, punto físico con afluencia de personas interesadas en computadores	Página Web, con una buena, redes sociales y llevan en el mercado desde el 2007 cuentan con una amplia experiencia
PERFIL DEL PRODUCTO	**PRODUCTOS Y SERVICIOS**	Venta de computadores importados a la medida del cliente	productos relacionados con CCTV, redes, computadoras, accesorios	Equipos nuevos y accesorios tecnológicos de la más alta calidad, también ofrecemos equipos usados que	Servicio en equipos de cómputo, accesorios, mantenimiento y reparación entre otros. el

			para PC y POS	son transformados como nuevos	centro comercial la estación en Popayán cauca fue el sitio escogido para esta empresa
	PRECIOS Y COSTOS	Pc Core I9 12900H Rtx 2080 Ti 16GB DDR4 Computadora $5.499.999	Computador LEGION T5 $ 6,890,000	Computador similar a las características del competidor anterior por un valor de $7,4950,000	Computador similar a las características del competidor anterior por un valor de $6,950,000
	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	tienda física página web y redes sociales	Tienda Física minorista, portal web ecommerce	Tienda Física minorista, portal web ecommerce	Tienda Física minorista, portal web ecommerce
	FORTALEZAS	Cultura organizacional en donde sus colaboradores cuenten con una alta calidez humana	Página Web muy completa y didáctica, diferentes productos disponibles.	Página Web, diferentes productos disponibles.	Página Web muy completa y didáctica, diferentes productos disponibles, ofrecen créditos para

					la compra de sus productos
	DEBILIDADES	Falta de estrategias para fidelización de clientes o alianzas comerciales	Precios altos y no disponibilidad de inventarios.	Su página Web no es optimizada ni amigable con el usuario, vende muchos productos diferente a su razón social.	Precios altos y no disponibilidad de inventarios a demás no tiene un amplio catalogo
	OPORTUNIDADES	Ser una empresa innovadora frente a la competencia	Tienen la posibilidad de crecer en el sector debido a la alta demanda	Pueden atraer muchos clientes debido a la gran variedad de productos que ofrecen desde neveras hasta consolas	Por tener gran experiencia en el mercado pueden llegar a un mercado mucho más amplio
	AMENAZAS	Problemas de orden público que puedan afectar la disponibilidad de productos o la	Competidores con mejores precios	Precios altos, falta inventarios	Precios altos, falta inventarios, pocos

		seguridad de los colaboradores			productos de computo

Fuente: elaboración propia.

Para el 2024 la tendencia de compra de computadores sigue en aumento debido a las múltiples alternativas de trabajo y estudio, por esta razón cada vez los equipos de cómputo de media y alta gama son necesarios desarrollar múltiples tareas como por ejemplo temas de entretenimiento, publicidad, análisis de datos, análisis de mercados, metaverso, inteligencia artificial entre otros (ANTS, 2024).

- Segmentación

Como se mencionó anteriormente la población que analizaremos serán 291,420 las cuales son las personas mayores de 18 años de la ciudad de Popayán donde la idea es llegar a varios segmentos de personas como, por ejemplo, Estudiantes, Trabajadores de manera remota, Diseñadores. Arquitectos, publicistas, desarrolladores de software y todas las personas que requiera un dispositivo de cómputo para desarrollar una actividad.

7.2 Tipo de investigación realizada.

7.2.1 Aplicación del cuestionario

- Encuestas: Se aplicaron encuestas estructuradas a una muestra representativa de la población para recopilar datos cuantitativos sobre el acceso a la adquisición de equipos de cómputo, la conectividad a Internet y el uso de tecnologías de la información. Esta información será fundamental para evaluar la magnitud de la capacidad de adquirir un equipo de cómputo y la factibilidad de diversas soluciones.
- Estructura: La estructura de las encuestas fueron preguntas cerradas.
- Herramienta: Google Forms.

- Participantes: 384 personas de la ciudad de Popayán mayores de 18 años.
- Método: Se enviaron por medio de redes sociales y grupos de WhatsApp.

*7.2.***2 Aplicación de la entrevista**

- Diseño:

A. ¿En qué rango de edad se encuentra?

B. ¿Cuál es su ocupación?

C. ¿Cada cuánto tiempo cambia o compra un computador?

D. ¿Cuál o cuáles son las principales características que más le interesa en el momento de comprar un computador?

E. ¿Cuál o cuáles serían las utilidades que ejecutaría en un equipo de cómputo?

F. ¿En el momento de elegir una marca para poder comprar su computador, ¿cuál sería su elección preferida?

G. ¿Qué rango de precio estaría dispuesto a pagar por un computador, de acuerdo con su necesidad personal?

H. ¿Dónde sentiría mayor seguridad para adquirir su equipo de cómputo?

I. ¿Si se contara con una tienda en físico de Computadores Importados, en la cual se le brinde una asesoría de calidad de acuerdo con su necesidad de compra? ¿Cuál sería su nivel de interés?

J. ¿Cuáles son los riesgos que podría presentar al adquirir un computador importador?

- Encuestados: 384 personas de 18 años en delante de la ciudad de Popayán sin importar su ocupación ya que un dispositivo de cómputo lo puede requerir cualquier tipo de población.

- Resultados esperados: Con esta encuesta se busca comprender qué tipo de población busca comprar computadores además se identificar el tamaño de la demanda del producto, por otro lado, nos permitirá identificar los 4 aspectos principales de un estudio de mercado los cuales son Producto, Precio, Plaza y Promoción que son muy importante al momento de tomar decisiones informadas.

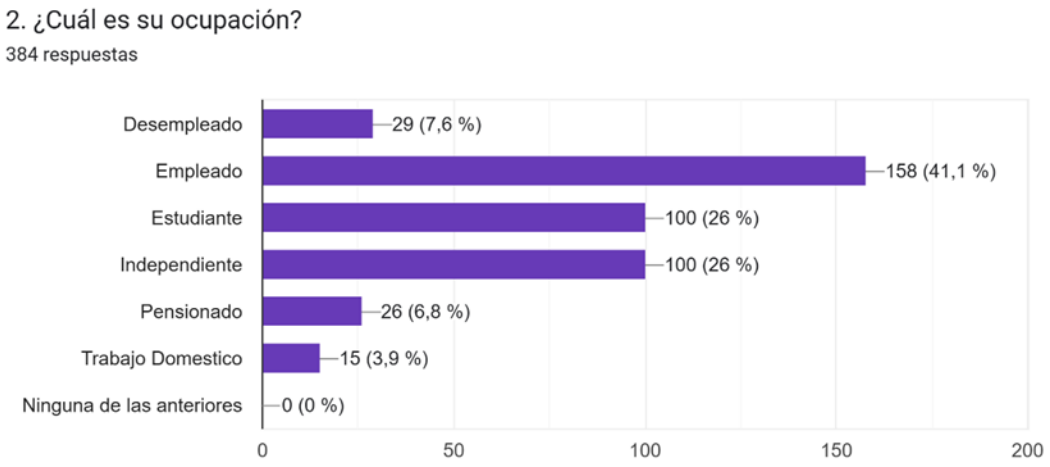
7.2. Resultados de investigación

Figura 3. Rango de edad

Fuente: elaboración propia.

En el rango de edad, se identifica que el mayor porcentaje de personas que respondieron la encuesta tienen entre 33 y 40 años, con una participación del 35.4%, seguido del grupo de 25 a 32 años, que aporta el 24%, y, en tercer lugar, las personas entre 41 y 47 años, con un porcentaje de 19.5%. Ahora bien, teniendo en cuenta estos resultados, se puede determinar que la segmentación debería centrarse en la población de 25 a 47 años.

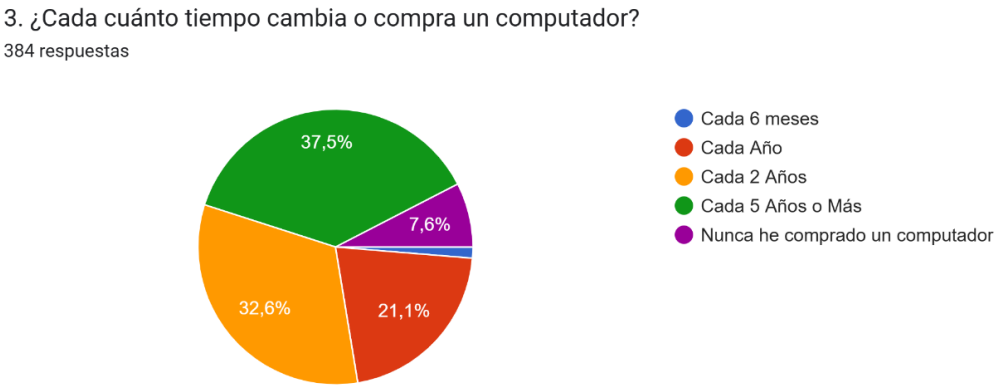
Figura 4. Ocupación



Fuente: elaboración propia.

En la ocupación de la población, se identifica que el 41.1% de las personas son empleados, seguidos por un 26% que corresponde a estudiantes. Asimismo, con el mismo porcentaje, se encuentran las personas independientes. A partir de estos datos, se pueden desarrollar estrategias dirigidas a estos tres grupos, maximizando el impacto.

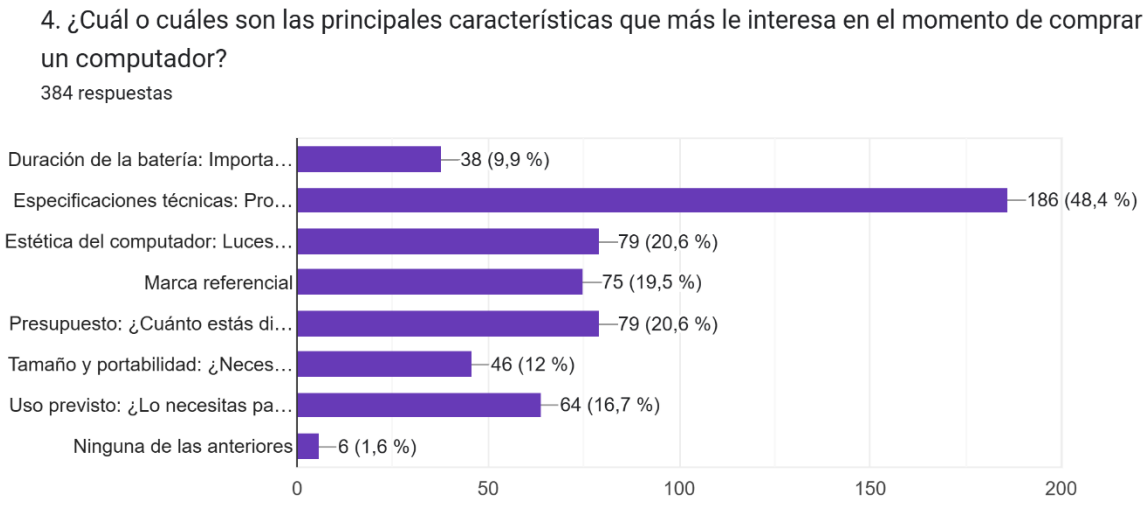
Figura 5. Frecuencia de cambio de computador



Fuente: elaboración propia.

Analizando este gráfico, se puede entender que las personas realizan un cambio de computador cada 5 años o más, seguido por la población que lo hace cada 2 años. No obstante, se pueden desarrollar estrategias que no solo se enfoquen en quienes cambian sus equipos con frecuencia, sino también en el 7.6% de la población que nunca ha comprado un equipo, lo que podría generar un resultado positivo.

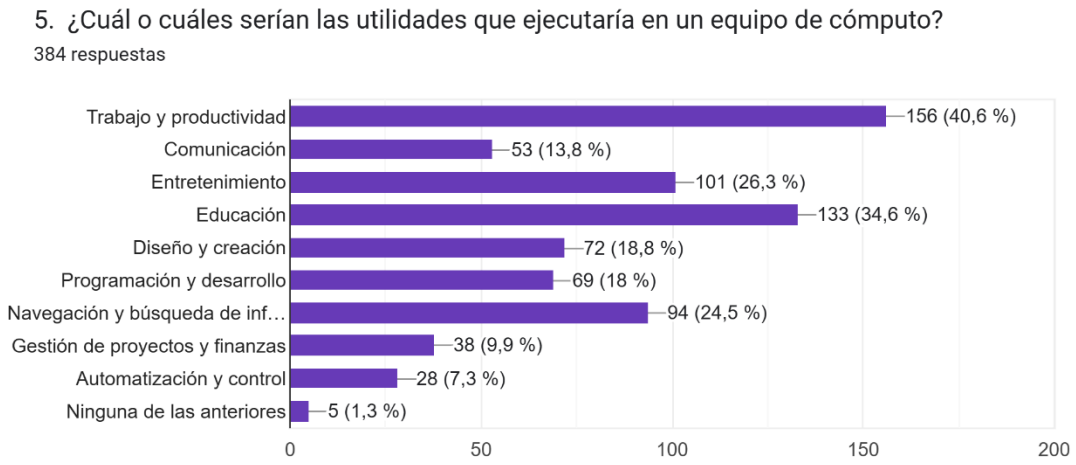
Figura 6. Principales características de interés en el momento de compra de computador



Fuente: elaboración propia.

Analizando la información, se observa que el 48.4% de las personas adquiere sus equipos de cómputo basándose en las especificaciones técnicas. Esto indica que una gran parte de la población tiene claro el propósito del computador que desea adquirir y, lo más relevante, demuestra un conocimiento significativo sobre el tema. Finalmente, se puede concluir que es recomendable contar con una amplia variedad de dispositivos con diferentes especificaciones técnicas.

Figura 7. Utilidades que ejecutaría en un equipo de cómputo



Fuente: elaboración propia.

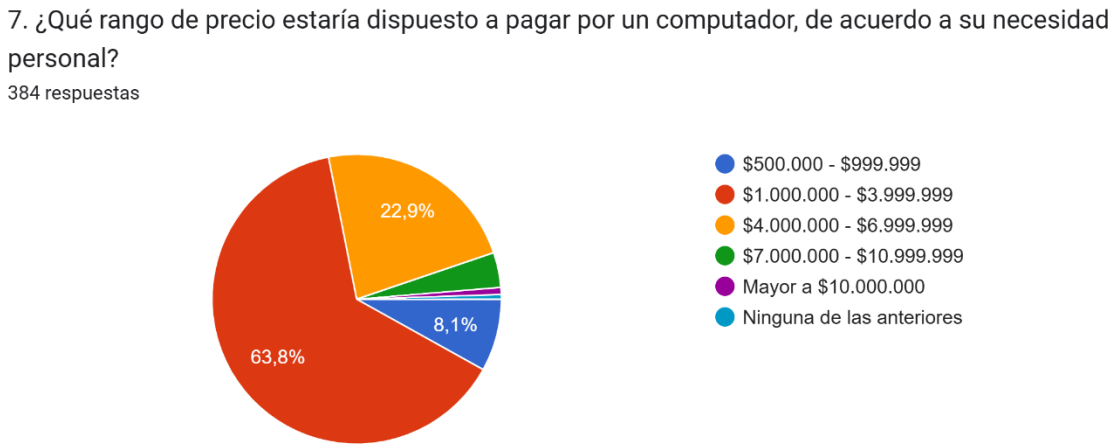
En este gráfico, se puede comprender que, aunque el grupo dominante es el de trabajo y productividad, también se evidencia que los equipos serán utilizados para múltiples tareas, ya que, de una u otra manera, su funcionalidad abarcará diversos ámbitos. De este modo, una estrategia efectiva sería ofrecer equipos dinámicos que permitan satisfacer distintas necesidades.

Figura 8. Elección de marca

Fuente: elaboración propia.

Se identifica que los encuestados mostraron preferencia por la marca HP, con un 26.3% de participación. Sin embargo, también se encuentran otras marcas seleccionadas por varias personas. En este sentido, una estrategia de ventas efectiva sería comercializar equipos de la marca HP, sin dejar de lado otras opciones que también resultan atractivas para los consumidores.

Figura 9. Rangos de precios en disposición de pagar por un computador



Fuente: elaboración propia.

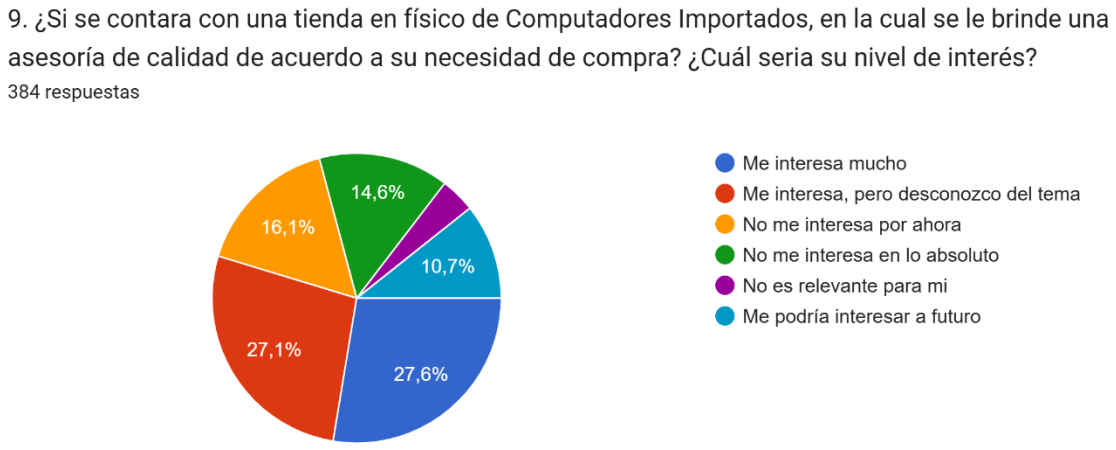
Analizando los resultados de esta encuesta, se puede determinar que las personas están dispuestas a pagar entre un millón de pesos y casi cuatro millones de pesos. Este rango de precio predomina significativamente frente a los demás, con una participación del 63.8%. Con esta información, es posible identificar los precios más atractivos para los posibles clientes y definir estrategias de precios adecuadas.

Figura 10. Mayor seguridad de adquisición de equipo

Fuente: elaboración propia.

Se identifica que el 74.5% de la población prefiere una tienda física, mientras que un 24.2% se inclina por una tienda virtual. Teniendo en cuenta esta información, se puede concluir que la viabilidad de contar con un establecimiento físico es fundamental, ya que la mayoría de los encuestados prefieren un negocio presencial sobre uno virtual. Por esta razón, es importante considerar un punto de venta físico sin descuidar a aquellas personas interesadas en comprar de manera virtual, maximizando así el alcance del negocio.

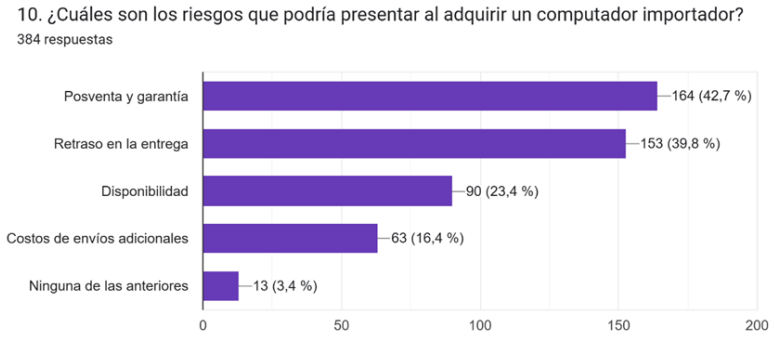
Figura 11. Interés por tienda física para compra de computadoras



Fuente: elaboración propia.

Analizando este grafico se puede identificar que el 27.6% le interesa mucho una tienda en físico por otro lado a pesar de que muchos desconozcan del tema con una participación del 27.1% le interesa, esto quiere decir que el negocio podría tener una gran acogida, pero no debemos dejar pasar por alto ese 16.1% que no le interesa en este momento pero queda la oportunidad de que esta población en un futuro le empiece a llamar la atención, debido a esto tener una tienda físico ayudara a mejorar el alcance de las personas que esta interesadas y también las que no están interesadas.

Figura 12. Riesgos de adquirir un computador con comprador



Fuente: elaboración propia.

Los encuestados manifestaron, con un 42.7%, que les preocupa el tema de la posventa y la garantía de los equipos. Asimismo, un 39.8% expresó inquietud por el retraso en la entrega, y también se evidenció preocupación por la disponibilidad del producto. Con esta información, se puede comprender que, al momento de establecer alianzas con los proveedores, es fundamental ser muy precisos en cuanto a las garantías, con el fin de reducir posibles inconvenientes. Por otro lado, para abordar los problemas relacionados con la disponibilidad, los retrasos en la entrega y los costos adicionales de envío, una estrategia efectiva sería realizar compras en grandes cantidades de equipos con alta rotación, lo que permitiría minimizar las principales preocupaciones de los clientes.

8. Diagnóstico

8.1. Estudio PESTEL

Para el desarrollo del diagnóstico se utilizará la herramienta de análisis estratégica PESTEL que nos permitirá evaluar las amenazadas y oportunidades externas que podrían tener un impacto significativo en el estudio de factibilidad para la creación de una empresa importadora de equipos de cómputo para la ciudad de Popayán, gracias a su matriz se podrá analizar desde cinco diferentes áreas político, social, económico, tecnológico, ambiental y legal.

Tabla 2. Matriz PESTEL

Factores PESTEL	Descripción	Impacto	Oportunidad o Amenaza
Políticos			
	Aumento de pago de aranceles por importaciones	Alto	Amenaza
	Acuerdos comerciales internacionales	Alto	Oportunidad
Económicos			
	Inflación en Colombia (devaluación de pesos colombiano)	Alto	Amenaza

	Competitividad de la importación de computadores en Colombia	Medio	Amenaza
	Aumento de ingresos de los colombianos	Alto	Oportunidad
	Acceso a créditos para importadores	Medio	Oportunidad
Sociales			
	Aumento en la demanda de computadores	Alto	Oportunidad
	Dificultad al acceso de computadores	Alto	Amenaza
	Nivel Socioeconómico bajo	Alto	Amenaza
	Nivel de aceptación a los computadores alto	Oportunidad	Oportunidad
Tecnológico			

	Avances tecnológicos a nivel mundial	Alto	Oportunidad
	Compatibilidad de software y hardware a nivel local	Alto	Amenaza
	Implementación de nuevos equipos a comunidades sin acceso a ninguna tecnología	Medio	Amenaza
	Disponibilidad de soporte y mantenimiento local de nuevos productos	Alto	Amenaza
	Aceptación de equipos innovadores	Medio	Oportunidad
Ecológicos			
	Regulaciones para el manejo de residuos de computo	Medio	
	Regulaciones o restricciones para la	Alto	Amenaza

	importación de computadores por su alta contaminación		
	Reducción de impuestos fiscales para empresas que estén comprometidas con el medio ambiente	Alto	Oportunidad
Legales			
	Restricciones para la importación de equipos de computo	Alto	Amenaza
	Aumentos de las normas aduaneras	Alto	Amenaza
	Tratados de libre comercio con países con una gran cantidad de exportación de computadores	Alto	Oportunidad

Fuente: elaboración propia.

Interpretaciones de la matriz PESTEL

- Oportunidades claves:

a. Acuerdos comerciales internacionales y tratados de libre comercio: con los acuerdos internaciones podemos realizar importaciones de una manera eficaz y reducción los costos asociados a la importación, Por otro lado, tener relaciones importantes con países que son potencia gracias a la fabricación de computadores dará un acceso a mejores equipos y empresas exportadoras.

b. Aumento de demanda de computadores y aumento de ingresos de los ciudadanos: tener un aumento de demanda de computadores en la ciudad permite que el negocio crezca de una manera constante lo que permitiría a la importadora tener la probabilidad de ofrecer mejores precios y tener una participación alta en el mercado. Además, si los ingresos de los ciudadanos aumentan estos tendrán la posibilidad de adquirir un equipo con mayor facilidad.

c. Reducción de impuestos fiscales para empresas que estén comprometidas con el medio ambiente: Tener la posibilidad de ser una empresa socialmente comprometida con el ambiente no solo da reducciones en la parte tributaria de la organización si no también permite que su imagen mejore considerablemente.

- Amenazas claves:

a. Aumento de pago de aranceles por importaciones y restricciones de importaciones: esta amenaza pueda generar dificultades para la organización debido a que si los aranceles o impuestos suben de precio esto dará como resultado que el cliente final termine pagando más por un producto y de esta manera disminuyente notoriamente la demanda de computadores debido a altos

precios por otra parte se debe tener en cuenta que las restricciones podrían retrasar la disponibilidad del stock de inventarios.

b. Inflación y un bajo nivel socioeconómico de los payaneses: Como bien se sabe la inflación es uno de los principales factores por lo cual un producto sube su valor considerablemente, dando como resultado la dificultad de que las personas adquieran un producto a un precio asequible, otro punto que debemos tener en cuenta es que si el nivel de adquisición de las personas es muy bajo es poco probable que prioricen la compra de un equipo de cómputo teniendo necesidades básicas por cubrir.

c. Restricciones de importación de equipos de cómputo por contaminación: En la actualidad el medio ambiente es un tema muy sensible para las comunidades y para los gobiernos ya que cada día se observa más y más el aumento de destrucción de nuestro medio ambiente por esta razón los países pueden optar por implementar normativas que afecten la importación de computadores debido a su alta contaminación desde su fabricación hasta el mal manejo de reciclaje de componentes obsoletos.

Estrategias Basadas en el análisis PESTEL

Uno de los mayores retos para un emprender es comprender que para tener éxito en una idea de negocio es importante tener en cuenta que cualquier estudio de factibilidad debe de tener un elemento diferenciador que sea atractivo para los consumidores por esta razón uno de los factores que más influye al momento de la compra de computadores es su valor, por esta razón se deben de considerar la búsqueda de proveedores que puedan brindar precios competitivos, esto se podría lograr mediante la búsqueda intensiva de proveedores a nivel internacional que

permitan la negociación de compra por lotes o en grandes cantidades a un costo más bajo, dando como resultado la satisfacción de la demanda del producto teniendo un inventario mucho más amplio y una disponibilidad mayor frente a la competencia.

Hoy en día una estrategia muy acorde para las organizaciones es ser una empresa responsable ambientalmente ,cuidar de nuestro ecosistema ayudara no solo con la imagen de la organización sino también se lograran beneficios tributarios para la organización, esto basado con la información dada por el ministerio ambiental donde indica que generando una conciencia empresarial sobre el uso correcto de desechos y contaminación mejora la calidad de vida de la sociedad y por esta razón son merecedores de algunos beneficios. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (s.f.). Conozca los beneficios tributarios para empresas que ayuden a proteger el medio ambiente)

Los productos tecnológicos como los computadores siempre dependen de varios factores para la variación de sus precios como por ejemplo la inflación de un país, el aumento de impuestos, el incremento de los valores de los fletes entre otros, por esta razón se debe optar por tener estrategias que permitan mitigar el impacto de alguna de estas variables mencionadas. una buena solución sería tener información real sobre la fluctuación de los precios y aprovechar en los momentos en donde sus históricos de precios estén más bajos aprovechando la reducción del valor y de esta manera tener una disponibilidad de producto, además de protegerse de un posible aumento precio.

Algo muy importante para tener en cuenta es que muchos consumidores no cuentan con la experiencia para utilizar un equipo de cómputo y muchas veces no intentan aprender por temor a la tecnología, por esta razón se pueden crear estrategias para enseñar a las personas a utilizar los equipos de una manera didáctica y cómoda para cada persona. Obtener alianzas como

comercializadores ecommerce con distribuidores importantes mejorando la cobertura de la demanda del producto y también reduciendo los costos de operación como por ejemplo transporte, bodegas, aranceles entre otros. (Marketing XXI. (s.f.). Variaciones de precios y sus elementos)

8.2. Matriz del factor externo de la empresa MEFE

La matriz MEFE o Matriz de evaluación de factores externos nos permite identificar qué factores pueden afectar el crecimiento de la organización y esta manera anticiparnos a estos. Teniendo en cuenta esto la matriz MEFE la desarrollaremos bajo los siguientes parámetros en Matriz MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico (Anta, 2021):

- Identificación de factores externos: Enumera las oportunidades y amenazas relevantes para la empresa. Estos factores serán tomados del análisis PESTEL ya realizado
- Asignación de pesos: Asigna un peso entre 0.0 y 1.0 a cada factor, reflejando su importancia relativa en el éxito de la empresa. La suma de todos los pesos debe ser 1.0.
- Calificación de cada factor: Asigna una calificación de 1 a 4 a cada factor, según el desempeño de la empresa respecto a ese factor.

  1 = Respuesta deficiente (amenaza importante)

  2 = Respuesta insuficiente (amenaza menor)

  3 = Respuesta adecuada (oportunidad menor)

  4 = Respuesta excelente (oportunidad importante)
- Cálculo del puntaje ponderado: Multiplica el peso de cada factor por su calificación.

- Suma del puntaje ponderado: Suma todos los puntajes ponderados para obtener el puntaje total de la matriz.

Tabla 3. Matriz MEFE

Factores externos	**Peso**	**calificación**	**Puntaje ponderado**
Oportunidades			
Acuerdos comerciales internacionales y tratados de libre comercio	0,1	4	0,4
Aumento de demanda de computadores	0,1	4	0,4
aumento de ingresos de los ciudadanos	0,07	3	0,21
Reducción de impuestos fiscales para empresas que estén comprometidas con el medio ambiente	0,07	3	0,21
Teletrabajo y educación virtual	0,09	4	0,36
Amenazas			
Aumento de pago de aranceles por importaciones y restricciones de importaciones	0,1	1	0,1
Inflación y un bajo nivel socioeconómico de los payaneses	0,07	2	0,14

Restricciones de importación de equipos de cómputo por contaminación	0,07	2	0,14
Aumento en pagos por fletes internacionales y nacionales	0,07	2	0,14
Conflictos políticos entre naciones	0,09	1	0,09
Escases del producto	0,1	1	0,1
Aumento en la competencia	0,07	2	0,14
	1		2,43

Fuente: elaboración propia.

Interpretación de Matriz MEFE

Teniendo en cuenta los parámetros establecidos para la matriz el resultado ponderado es de 2.43 donde se puede identificar que la organización puede tener un desempeño moderado frente a los factores externos a pesar de que tenga oportunidades que puedes aprovechar de la mejor manera no puede olvidar que también cuenta con amenazas que no se puede dejar pasar por alto.

Fortalezas clave:

- El aumento de puestos de trabajo de manera remota beneficia la venta de equipos de cómputo debido a que es un elemento indispensable para desarrollar este tipo de trabajos
- La Facilidad que otorgan los centros educativos para formarse de manera virtual cada vez es mayor, con universidades de diferentes partes del país o del mundo.

- Las relaciones internacionales para acuerdos de tratados de libre comercio permiten acceder a mercancías de países con una alta producción en computadores
- La globalización cada vez permite un mayor alcance a nuevos proveedores y nuevas oportunidades de negociaciones positivas para la importación sin necesidad de viajar hasta otro país.
- La necesidad del día a día de tener un computador para desarrollar múltiples tareas cotidianas, desde una transferencia bancaria hasta el agendamiento de una cita médica.

Amenazas claves:

- Altos costos de importación no permiten que la organización pueda dar precios competitivos para el mercado.
- Cuando un producto se vuelve escaso dificulta la comercialización de este y de una u otra manera aumenta los valores de los computadores.
- La competencia cada vez es mayor no identificar proveedores que suministren precios razonables afectara notoriamente la rotación de inventarios.
- El nivel socio económico de una región afecta la compra de los dispositivos.

Estrategias Claves:

- Para cualquier organización uno de los mayores retos es tener los mejores precios del mercado, pero esto no solo se logra con una buena negociación con el proveedor si no también con estrategias que permitan mitigar el alza de los precios debido a factores externos por esta razón, se usan métodos para contrarrestar estas variaciones de precios del producto como por ejemplo compra de lotes de computadores y grandes cantidades de productos que tengan una rápida rotación, identificar los proveedores que permitan descuentos ya sea por pronto pago o por contratos que beneficien a la organización,

reducir en mayor cantidad los costos asociados a los fletes, generar estrategias de prever la escases de producto en un determinado momento.

- Tener un conocimiento solido sobre la demanda del producto permite que la organización pueda cubrir de manera eficiente.
- Ser amigables con el medio ambiente no solo permite una buena imagen para la organización si no también beneficios tributarios con el gobierno.
- Estudiar constantemente la competencia frente a precios, estrategias de ventas, fortalezas y debilidades nos dará la oportunidad de ser muy competitivos en el mercado, pero sin dejar atrás la buena ética.
- Tener en cuenta que si se invierte en un marketing de calidad podremos llegar a muchas más personas, demostrar que es una empresa amigable y que la experiencia con esta será única. (Anta, 2021).

8.3. Matriz del factor interno de la empresa (MEFI)

La matriz MEFI nos permite analizar los principales factores internos que puedan afectar de manera negativa o positiva al emprendimiento de importación de computadores para la ciudad de Popayán, teniendo lo anterior se desarrollara la matriz bajo los siguientes parámetros. (Anta, 2021).

- Identificación de factores internos: Enumera las oportunidades y amenazas relevantes para la empresa. Estos factores serán tomados del análisis PESTEL ya realizado
- Asignación de pesos: Asigna un peso entre 0.0 y 1.0 a cada factor, reflejando su importancia relativa en el éxito de la empresa. La suma de todos los pesos debe ser 1.0.
- Calificación de cada factor: Asigna una calificación de 1 a 4 a cada factor, según el desempeño de la empresa respecto a ese factor.

1 = Respuesta deficiente (amenaza importante)

2 = Respuesta insuficiente (amenaza menor)

3 = Respuesta adecuada (oportunidad menor)

4 = Respuesta excelente (oportunidad importante)

- Cálculo del puntaje ponderado: Multiplica el peso de cada factor por su calificación.

- Suma del puntaje ponderado: Suma todos los puntajes ponderados para obtener el puntaje total de la matriz.

Tabla 4. Matriz MEFI

Factores internos	**Peso**	**calificación**	**Puntaje ponderado**
Oportunidades			
Amplia cobertura de demanda de computadores	0,14	4	0,56
Atención al cliente con calidad humana	0,10	3	0,30
Empresa comprometida con el medio ambiente	0,10	3	0,30
Negaciones con proveedores importantes	0,14	4	0,56
Amenazas			0,00
Altos costos de importación	0,14	1	0,14
Altos nivel de competencia	0,10	2	0,20

Problemas de orden público que afectan el transporte	0,14	1	0,14
Escases de inventarios y falta de rotación	0,14	1	0,14
	1,00		2,34

Fuente: elaboración propia.

Interpretación de Matriz MEFI

Para la matriz MEFI logramos evidenciar que tuvo un resultado de su puntaje ponderado de 2.34 lo cual es un desempeño interno moderado en donde tiene que potencializar sus fortalezas para que tenga un buen desempeño, por otro lado, no se pueden dejar atrás sus amenazas y trabajar en estrategias que ayuden a mitigarlas o convertirlas en oportunidades.

Fortalezas

- Tener una amplia cobertura de computadores permite tener ventas mucho más grandes permitiendo que la empresa crezca de una forma sana.
- Tener una buena atención al cliente permite que los clientes satisfechos recomienden la importadora y mejorando su imagen corporativa
- Ser una empresa comprometida con el medio ambiente da la sensación de que es una empresa transparente con una alta calidad humana.
- Tener una buena relación con proveedores permite acceder a costos muchos más bajos además de inventarios muchos más grandes.

Amenazas

- Los altos costos de importación y flete pueden poner en riesgo la operación del negocio afectando significativamente sus ingresos.
- No tener un elemento diferenciador antes la competencia no permitirá a la importadora resaltar entre las otras organizaciones
- No tener un inventario oportuno afecta a los ingresos de la organización además que si existen problemas de orden público será difícil es acceso de nuevos productos a la ciudad.

Estrategias Claves:

- Una estrategia interna clave es tener una disponibilidad de producto considerable esto permite que la importadora no pierda ventas por no tener productos en stock
- Realizar negociaciones que permitan conseguir precios bajos para que de esta manera los altos costos de importación se puedan mitigar
- Para la importadora de computadores es importante no solo manejar productos de la mejor calidad si no también tener los mejores precios del mercado y una atención preferencial con todos sus posibles clientes
- Trabajar en su talento humano permite que estos sean más productivos y demuestren resultados muchos más positivos.
- Tener como cultura organizacional en donde el cuidado del medio ambiente y la atención humana sea indispensable.
- Tener un impacto importante en las redes sociales ya que es un mecanismo bastante bueno para conseguir nuevos posibles clientes (Ruiz, 2023).

8.4. Matriz DOFA

La matriz DOFA permite a la organización encontrar sus mayores fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas pues de esta misma manera se pueden crear estrategias efectivas (Universidad de los Andes, 2023).

Tabla 5. Matriz DOFA

Fortalezas	**Debilidades**
Cultura organizacional en donde sus colaboradores cuenten con una alta calidez humana	Dependencia de proveedores para el suministro de computadores
Buenas relaciones con proveedores y contratos a largo plazo	Productos con poca rotación afecta la rotación de inventarios
Estrategias para mitigar el impacto de cambio de precios del mercado	Falta de estrategias para fidelización de clientes o alianzas comerciales
Estrategias de marketing fuertes dentro de las redes sociales	Falta de un musculo financiero importante.
Oportunidades	**Amenazas**
Aumento de demanda por teletrabajo y clases virtuales.	Altos costos de importación por cambio de moneda

Un alto índice de competencia dentro de la ciudad	Problemas de orden público que puedan afectar la disponibilidad de productos o la seguridad de los colaboradores
Incentivos fiscales por un buen manejo de residuos que afectan el medio ambiente	Aumento de los precios de los fletes afectan los ingresos
Ser una empresa innovadora frente a la competencia	Escases de productos y no estar preparados para el aumento de demanda

Fuente: elaboración propia.

8.5. Estrategias DOFA

Estrategias FO (Fortalezas y oportunidades)

- Para la importadora de computadores una estrategia clave es tener un trato humano con las personas no solo se trata de vender un computador si no dar una experiencia que sea única debido a que si el cliente queda satisfecho lo más probable es que vuelva o que recomiende el establecimiento por esta razón si dentro de cultura organizacional está el buen servicio y la calidez humana este puede generar un impacto positivo.
- Tener una relación con los proveedores positiva permite a que se puedan conseguir precios competitivos en el mercado mejorando los ingresos de la organización.
- Tener un stock de inventarios disponible permite que la importadora pueda suplir la alta demanda de un equipo de cómputo.

- Las estrategias de marketing permiten que la empresa sea conocida y con esto tendrá un mayor rango de posibles clientes
- La reducción en el pago de impuestos ayuda con la ganancia de la organización.

Estrategias DO (Debilidades y Oportunidades

- Tener una estrategia para la fidelización de los clientes y contratos empresarias ayudara con la rotación de inventarios de esta manera se pueden generar propuestas de portafolios interesantes para los clientes y esto se logra con mejores precios además de servicios y calidad alto de los productos, que permitirá que la organización mejores su flujo de caja.
- Tener una buena relación con los proveedores permite que los contratos sean más extensos y de esta manera tener la posibilidad de tener disponibilidad de inventarios.

Estrategias FA (Fortalezas y amenazas)

- Prever cualquier posible afectación con el funcionamiento de la operación permite reducir el impacto que pueda este generar.
- Una estrategia importante es estar adelantado al aumento de cualquier variación de precios del mercado ya que si esto se detecta a tiempo se pueden tomar decisiones a tiempo que permita dar soluciones a tiempo y esta manera no afectar financieramente la importadora de computadores.
- Estar pendientes de las rotaciones de inventarios para prever para la escasez de productos.

Estrategias DA (Debilidades y Amenazas)

- Tener contratos con proveedores importantes que permitan suministrar los productos más demandables en tiempos de escases.

- Adquirir pólizas o primas que ayuden a reducir los costos asociados a cualquier problema de orden público que afecte los inventarios directamente.
- Estrategias de marketing agresivas en redes sociales para aumentar el alcance de la organización.
- Estar vigilando el histórico de precios de la competencia para de esa misma manera crear estrategias para dar mejores precios.
- Comprar en cantidades considerables cuando un producto este en oferta y que tenga una rotación alta.

Interpretación de la matriz DOFA

Analizar la matriz DOFA permite a la importadora de computadores establecer estrategias que permitan mejorar o mitigar los diferentes factores que están directamente relacionados con la organización.

- Estrategias FO y DO: Aprovechan oportunidades externas para mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado.

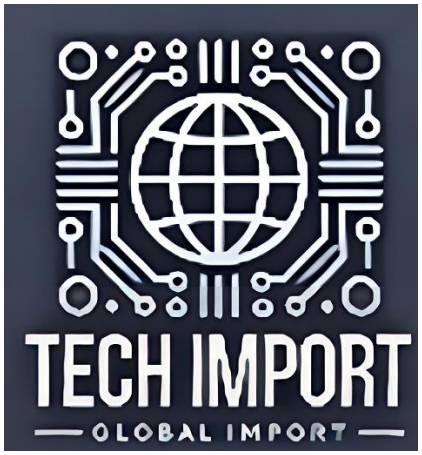
- Estrategias FA y DA: Buscan reducir el impacto de amenazas y debilidades internas.

9. Estudio de mercado

El siguiente estudio de mercado tiene como objetivo analizar el entorno para la creación de una empresa dedicada a la importación de computadores en la ciudad de Popayán permitiendo tomar decisiones importantes en base a información real y de calidad por esta razón se desea crear Tech Import una empresa que desea dar un gran impacto frente a la importación de computadores.

Teniendo en cuenta lo anterior una de las mayores razones por la cual escogimos nuestro nombre, nuestro logo y nuestro eslogan es gracias a la claridad que se tiene sobre los objetivos del proyecto, y por esta razón van ligados a la importación y la tecnología en donde los computadores son una rama importante.

Figura 13. Logo Tech Import



Fuente: elaboración propia

9.1. Producto

En la ciudad de Popayán Cauca existen aproximadamente 51 empresas legalmente constituidas dedicadas a la venta y compra de computadores, información recopilada de la página Infoisinfo, en donde un alto porcentaje de tiendas tecnológicas no cuentan con la estructura y la logística para la importación de equipos, sumando lo anterior en muchas ocasiones se realizan alianzas

entre negocios para suplir la falta de inventarios disponibles, aumentando el costo final de estos (Infoisinfo, 2024) Teniendo en cuenta lo anterior se puede identificar que para que un producto llegue al usuario final estos deben de pasar por varios intermediarios con una cadena de suministros bastante extensa que va desde la fábrica, el distribuir mayorista, él distribuidor minorista, Tiendas de Venta al Público o E-commerce, revendedores hasta el cliente final dando como resultado un precio más elevado para el consumidor, por esta razón el producto de este estudio de mercado se basa en gran parte en reducir los intermediarios que ocasionan costos adicionales y beneficiando al comprador por final, por ende el elemento diferenciador del estudio se basa en la experiencia del comprador al momento de adquirir un nuevo equipo no solamente con por la posibilidad de tener una disponibilidad de los productos a un corto o mediano plazo si no también un servicio que se base en conocer las necesidades del cliente dando como resultado que cada equipo será único y diseñado a la medida de cada usuario, sin dejar a un lado la importancia de dar un producto de alta calidad a un precio justo (Zambelli, 2020).

Dicho lo anterior y con la información que nos arrojó la encuesta podemos determinar qué tipo de producto les interesa más a los consumidores en consecuencia seleccionamos 3 productos que se asemejan a la necesidad de las personas.

Figura 14. Computador portátil 11th Gen Core 15,6 pulgadas FHD 144Hz i7 32 GB 1TB RTX 3060

Fuente: (Alibaba.com, 2024).

Figura 15. Elitebook X360 1030 G7 2-en-1 Laptops I7 I5 7th Generation 16GB 512GB Pantalla táctil Laptops Hp

Fuente: (Alibaba.com, 2024).

Figura 16. Pc Core I9 12900H Rtx 2080 Ti 16GB DDR4

Fuente: (Alibaba.com, 2024).

9.2. Demanda

Actualmente estamos en una era de digitalización y globalización en donde gran parte de la población está conectada a un medio tecnológico, este permite realizar múltiples funciones de manera rápida y eficaz, por esta razón en los últimos años la demanda de computadores ha aumentado significativamente en todos los sectores, dando como resultado que casi todos los hogares, organizaciones, instituciones y entre otras áreas requieran de por lo menos un computador para desarrollar actividades, sin decir que en muchas ocasiones son realmente necesarios, solamente en el año 2023 en Colombia se vendieron 62.1 millones de unidades de cómputo con un 11.9% de incremente frente años anteriores (Diza, 2024). Esto quiere decir que la demanda cada vez es mayor y por esta razón se identifica que la venta de computadores va en aumento (Medina, 2023). Dentro de este orden de ideas y con el resultado de la encuesta podemos definir que la segmentación de mercado esta encada para las personas de 25 a 47 años de la ciudad de Popayán (Manzano, 2023).

9.3. Oferta

En la ciudad de Popayán, identificamos la presencia de varios competidores directos e indirectos dedicados a la compra y venta de computadores. Por esta razón, realizamos un análisis exploratorio enfocado en tres empresas principales: Micelania.com (https://www.mtm.com.co/), SystemStore (https://systemstore.com.co/shop/page/2/), y Mipcmayorista (https://mipcmayorista.com.co/). Todas estas empresas se especializan en la venta de equipos de cómputo y productos tecnológicos, y fueron seleccionadas estratégicamente para representar diferentes ubicaciones dentro de la ciudad, con el objetivo de obtener una visión más amplia de la oferta disponible.

El análisis reveló que estos competidores cuentan con una larga trayectoria en el mercado y ofrecen un catálogo extenso de productos tecnológicos. Sin embargo, también se identificaron algunas limitaciones importantes: ninguno de los tres negocios dispone de un inventario amplio ni garantiza disponibilidad inmediata, ya que en muchos casos deben solicitar los productos a otras ciudades. Además, los precios resultan elevados y poco accesibles para el público general. Otro aspecto destacado fue la falta de innovación en la experiencia del cliente, la cual no logra ser atractiva ni diferenciadora. A pesar de su experiencia en el sector y la variedad de productos ofrecidos, estas empresas no logran cubrir de manera efectiva la demanda total del mercado en Popayán.

9.4. Precio

Teniendo el análisis que realizamos en el entorno del mercado logramos identificar que los tres establecimientos cuentan con computadores con características similares y que sus precios están en un rango de $ 6,890,000 hasta $7,4950,000 pesos colombianos por esta razón al encontrar diferentes proveedores en donde nos pueden vender el producto con similares características a un

valor menor podemos determinar que se puede vender un producto de este calibre en $5.499.999 teniendo en cuentas factores como costos de envíos costos de importación y todos los costos relacionados al ejercicio. Por otro lado, si se lograra importar en mayores cantidades la utilidad seria mayor y el precio final para el cliente se vería afectado de manera positiva debido a que el precio de compra va ligado a la cantidad de producto comprado. (Micelania.com); (Systemstore); (Mipcmayorista); (Alibaba).

9.5. Comercialización o canales de distribución

Según la información arrojada en la encueta realizada a las personas de la ciudad de Popayán se logró evidenciar que se requiere un local comercial físico en la ciudad de Popayán además de ventas por los diferentes tipos de redes sociales. Para la distribución del local podemos determinar que las instalaciones acordes para la importadora de computadores serían las siguiente:

Tabla 6. Distribución de las instalaciones

ÁREA	**m2**
Zonas Clave en la Distribución:	
Recepción y Área de Atención al Cliente	**20-30**
Sala de Exhibición	**20-40**
Almacén	**15-25**
Oficina Administrativa	**10-15**
Área de soporte técnico:	
Soporte técnico	**10-15**

TOTAL	**$75m^2$ - $125m^2$**

Fuente: elaboración propia.

El valor del arredramiento presupuestado es de $900.000 mensuales, por último, el valor que se presupuestó para todo lo relacionado con amoblamiento del establecimiento fue por precio de 4.510.000 que van relaciones con muebles de oficina, equipos de cómputos y otros.

9.6. Publicidad y promoción

Inicialmente la planificación que se tomara para la publicidad y promoción que se va a utilizar para el estudio de factibilidad de importación de equipos de cómputo para la ciudad de Popayán se centrará en redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok, página web, ya que estamos en una era digital en donde es más fácil llegar al público por medio de una red social.

Teniendo en cuenta lo anterior podemos identificar que se necesitará recursos económicos para el desarrollo de las estrategias de publicidad y promoción, por esta razón se determina que lo más prudente es contratar una empresa que se dedique al manejo de redes sociales y todos lo relacionado ya que al ser un operador externo realizar gran parte del trabajo a un menor valor y con una mejor experiencia, por otro al cotizar con diferentes empresas que realizan el trabajo a todo costo se evidencia que el valor que se debería presupuestar es de $500.000 mensuales.

Por último, también se tuvo en cuenta que además de un operador externo también se deben de incluir algunos métodos para un mayor impacto frente a la publicidad y promoción, y las estrategias definidas son las siguientes:

- Bonos de descuentos para estudiantes
- Bonos de descuentos para trabajadores de teletrabajo

- Precios especiales para empresas que compren más de 3 unidades
- Descuento por la compra de un segundo articulo
- Planes de financiamiento a interés bajos
- Promociones de temporada como por ejemplo el Black Friday
- Programas de fidelización para los clientes frecuentes.
- garantías extendidas.
- Asesoramiento y acompañamiento continuo.
- Tutoriales básicos del buen uso de los equipos.

10. Estudio técnico

Para llevar a cabo el Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en la ciudad de Popayán, exitoso, es esencial seguir una serie de pasos orientados al análisis de las variables que impactan la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

Para asegurar el éxito del estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en la ciudad de Popayán, se debe realizar un estudio técnico detallado. Este estudio se lleva a cabo tras el análisis de mercado y proporciona la base para los cálculos financieros y la evaluación económica. En el contexto del proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de importación de equipos de cómputo en Popayán, el estudio técnico define las características clave para ofrecer un producto o servicio eficiente en términos de productividad.

De esta manera, el estudio técnico establece la cantidad de maquinaria, equipo y personal calificado necesarios, además de identificar proveedores y acreedores de materias primas y herramientas esenciales para el desarrollo del producto o servicio.

Una vez realizado el análisis técnico, se pueden abordar preguntas fundamentales como:

- ¿Cuál es la ubicación óptima para el proyecto?
- ¿Cuál es el tamaño adecuado de la empresa?
- ¿Cómo será el diseño de las instalaciones?
- ¿Qué proceso de producción es el más conveniente?
- ¿Cuál es el monto total de inversión necesario?

Responder a estas preguntas permite a los inversionistas contar con un modelo claro para llevar adelante las actividades de gestión del proyecto. Esto resulta particularmente relevante en el desarrollo de una empresa de importación de equipos de cómputo, donde la planificación cuidadosa de cada recurso es crucial para asegurar la eficiencia operativa y la satisfacción del mercado en Popayán.

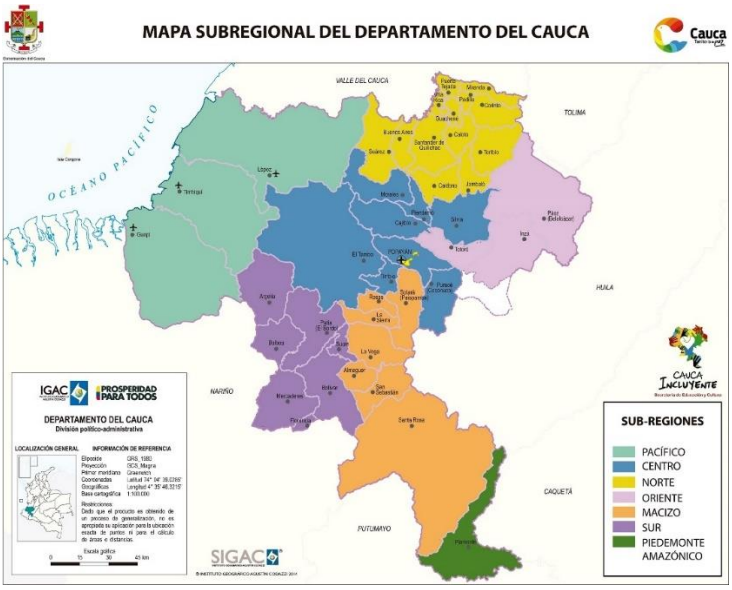
10.1. Localización óptima del proyecto

La localización del proyecto comprende el estudio de la macro localización y el de la micro localización. El primero se refiere a la determinación de las zonas o regiones; mientras que el segundo complementa al primero, determinando el lugar específico donde convendrá crear el proyecto.

10.1.1. Macro localización

La macro localización tiene como objetivo identificar la región o territorio donde el proyecto ejercerá su influencia en relación con el entorno. En este caso, el proyecto estará ubicado en Colombia, específicamente en el departamento del Cauca, en la ciudad de Popayán.

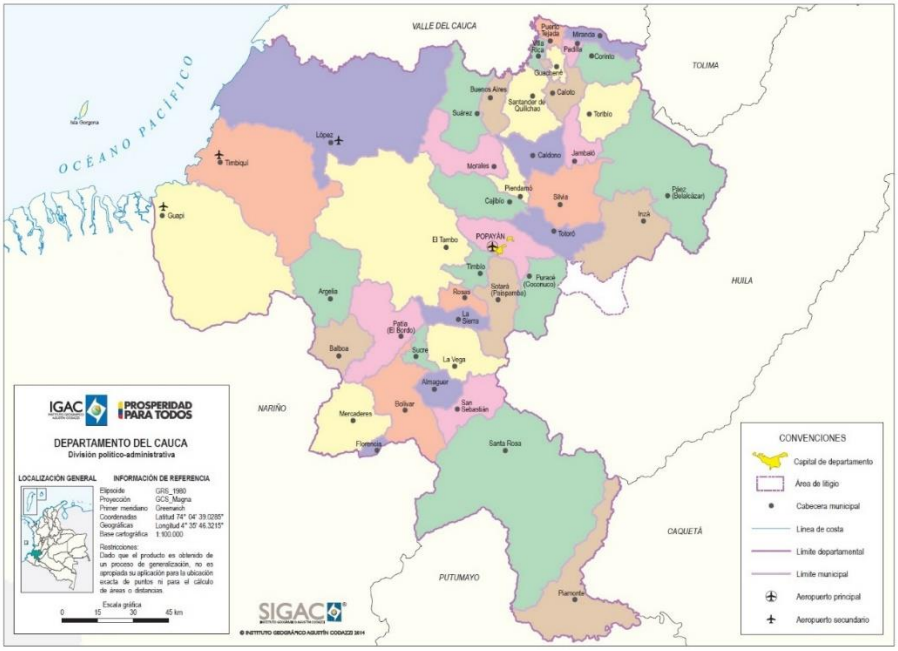
Figura 17. Mapa subregional del departamento del Cauca



Fuente: Instituto Agustín Codazzi – IGAC

El departamento del Cauca limita al norte con el Valle del Cauca y Tolima, al oriente con el Huila, al sur con los departamentos de Nariño y Putumayo y al occidente con el Océano Pacífico.

Figura 18. Mapa político del departamento del Cauca



Fuente: Instituto Agustín Codazzi – IGAC

Tabla 7. Evaluación de macrolocalización

EVALUACION MACROLOCALIZACIÓN							
CRITERIO DE EVALUACIÒN	Peso Asignado	POPAYÁN		SANTANDER		TIMBIO	
		Calificación Escala 0 -10	Calificación ponderada	Calificación Escala 0 -10	Calificación ponderada	Calificación Escala 0 -10	Calificación ponderada
Ubicación de los clientes	0.1	9	0.9	5	0.5	3	0.3
Ubicación de materia prima	0.2	5	1	4	0.8	4	0.8
Servicios públicos	0.03	6	0.18	3	0.09	7	0.21
Servicio de comunicaciones	0.1	7	0.7	8	0.8	10	1
Población económicamente activa	0.4	2	0.8	7	2.8	6	2.4
Disponibilidad de mano de obra	0.04	3	0.12	8	0.32	7	0.28
Orden público	0.09	8	0.72	6	0.54	3	0.27
Seguridad	0.01	9	0.09	3	0.03	1	0.01
Actitud de la comunidad	0.03	9	0.27	1	0.03	2	0.06
TOTALES	**1**		**4.78**		**5.91**		**5.33**

Fuente: Elaboración propia.

Se realizará un análisis detallado de la tabla de "Evaluación de Macro localización", revisando los puntajes ponderados, identificando tendencias o patrones relevantes y determinando cuál de las opciones representa la mejor ubicación según los datos. Inicialmente,

se analizará la suma total de las calificaciones ponderadas para cada ubicación y se identificarán observaciones significativas relacionadas con los criterios evaluados.

La tabla contiene una evaluación de macro localización con las siguientes columnas principales:

1. **Criterio de evaluación**: Describe los factores utilizados para evaluar las ubicaciones (por ejemplo, "Ubicación de los clientes", "Servicios públicos").
2. **Peso asignad**: La importancia de cada criterio en forma de porcentaje.
3. **Ubicaciones evaluadas**: Hay tres ubicaciones: Popayán, Santander y Timbío.
4. **Calificaciones**: Las calificaciones para cada ubicación en una escala de 0-10, y sus respectivas calificaciones ponderadas (calificación × peso asignado).

Esta tabla nos demuestra que la ciudad con mejor posibilidad para ubicar la micro empresa es la ciudad de Popayán.

10.1.2. Micro localización

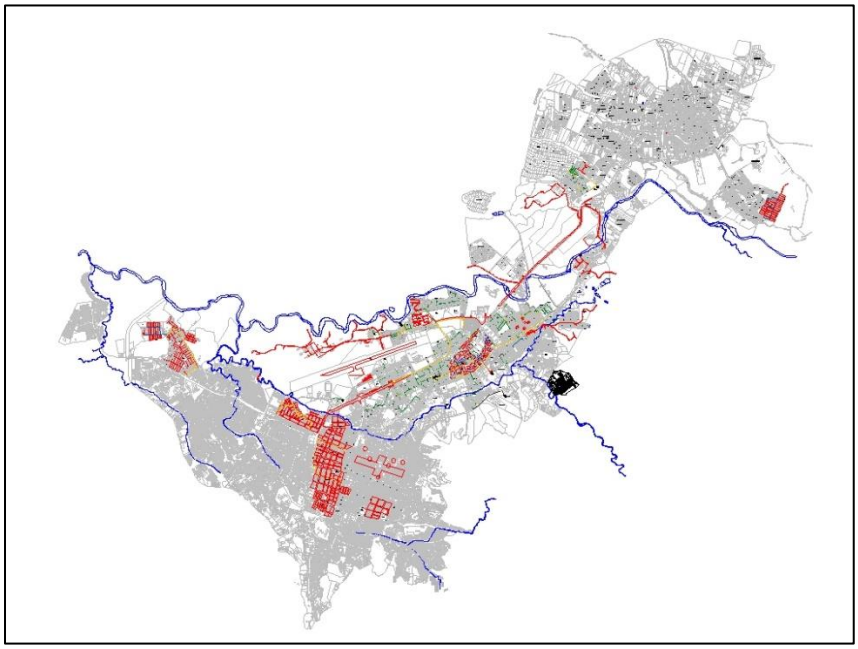
Tabla 8. Análisis microlocalización

ANÁLISIS DE MICRO LOCALIZACIÓN							
CRITERIO DE EVALUACIÒN	Peso Asignado	Localización # 1		Localización # 2		Localización # 3	
		Calificación Escala 0 -10	Calificación ponderada	Calificación Escala 0 -10	Calificación ponderada	Calificación Escala 0 -10	Calificación ponderada
Cercanìa del pùblico objetivo	0.1	1	0.1	10	1	2	0.2
Disponibilidad y economìa de los servicios pùblicos	0.2	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Seguridad del sector	0.1	4	0.4	5	0.5	4	0.4
Disponibilidad de la mano de obra	0.3	5	1.5	8	2.4	6	1.8
Mano de obra capacitada	0.1	6	0.6	9	0.9	8	0.8
Percepciòn e imagen del sector	0.1	10	1	4	0.4	9	0.9
Costos de arrendamiento de inmueble	0.1	9	0.9	3	0.3	3	0.3
TOTALES	1		5.1		6.1		5

Fuente: elaboración propia.

La micro localización del presente proyecto, de acuerdo al análisis de la tabla de micro localización, será el centro de la ciudad de Popayán en la calle 5 y carrera 9.

Figura 19. Plano urbano de la ciudad de Popayán



Fuente: (Bibliocat-Cuellar, 2024).

10.1.2.1. Factores que determinan la microlocalización del proyecto

Servicios básicos en el Centro de Popayán

El centro de Popayán es una zona con infraestructura urbana consolidada, lo que garantiza un acceso adecuado a los servicios básicos esenciales para la operatividad de la empresa, en especial la conectividad y el suministro eléctrico. Estos servicios son cruciales para el funcionamiento de la empresa, dado que el negocio implica almacenamiento, ventas y posibles servicios posventa de equipos tecnológicos.

Servicios necesarios:

Electricidad y capacidad de soporte: El centro de Popayán cuenta con un suministro eléctrico confiable, lo que es fundamental para mantener los equipos en condiciones adecuadas

de almacenamiento. Además, existe soporte para sistemas de respaldo en caso de cortes de energía.

Internet y telecomunicaciones: En esta zona se encuentran proveedores de Internet de alta velocidad y servicios de telecomunicaciones estables, indispensables para la gestión de la comunicación con proveedores y el control de inventarios en tiempo real.

Agua y saneamiento básico: El centro de Popayán también ofrece servicios de agua potable y saneamiento básico de calidad, necesarios para el personal y el mantenimiento del local.

Seguridad en el centro de Popayán

La seguridad es un factor primordial debido a que el negocio implicará almacenamiento y manejo de equipos de cómputo de alto valor. El centro de Popayán es una de las zonas más vigiladas de la ciudad, y cuenta con una infraestructura de seguridad pública y privada, lo cual reduce los riesgos y aporta tranquilidad tanto a los dueños como a los clientes.

Elementos de seguridad**:**

Vigilancia pública: El centro de Popayán es una zona con alta presencia de patrullas policiales y buena iluminación, especialmente en los sectores comerciales. Esto contribuye a una reducción de incidentes de inseguridad.

Sistemas de seguridad privada: Es común encontrar vigilancia privada en locales comerciales del centro, lo que puede complementar la seguridad pública. Los sistemas de cámaras de monitoreo y alarmas son fácilmente instalables y se adaptan a los requerimientos del negocio.

Proximidad a estaciones de policía: El centro cuenta con estaciones de policía cercanas y puntos de control en áreas de alto tráfico, lo cual mejora la seguridad general de la zona.

Vías de acceso en el centro de Popayán

El centro de Popayán es el área de mayor conectividad vial en la ciudad, lo cual facilita la recepción de mercancías y el acceso de clientes y empleados. Estar en una zona céntrica no solo hace que la ubicación sea conveniente y accesible para los clientes, sino que también facilita la distribución de productos a otras partes de la ciudad o a zonas cercanas.

Factores de acceso:

Proximidad a avenidas y calles principales: Las calles centrales, como la Carrera 9, Calle 5 y Calle 6, tienen buen flujo vehicular y están conectadas con otras vías principales, lo cual facilita el transporte de mercancía desde el puerto o aeropuertos hasta la empresa.

Accesibilidad para proveedores y clientes: Las vías del centro están bien conectadas con el sistema de transporte público, lo que permite que clientes y proveedores accedan fácilmente al local. Esto es especialmente importante en una ciudad como Popayán, donde la cercanía a paradas de autobuses es una ventaja para los negocios.

Estacionamiento y carga de mercancías: En el centro, es posible encontrar locales con espacios de estacionamiento cercanos o áreas de parqueo público, lo que facilita la carga y descarga de equipos. Además, algunos edificios comerciales del centro ofrecen acceso a parqueaderos para empleados y clientes.

Figura 20. Croquis de microlocalización

Fuente: Google Maps.

La elección de la micro localización adecuada es un factor clave en el éxito de cualquier emprendimiento, ya que determina el acceso a mercados, recursos y oportunidades de crecimiento. Además del centro de Popayán, existen otros barrios que presentan características favorables para el desarrollo de negocios tecnológicos. Barrios como el Valencia y la Esmeraldas se destacan por su ubicación estratégica, conectividad y crecimiento económico moderado, ofreciendo entornos dinámicos que pueden facilitar la implementación de emprendimientos innovadores. Estas alternativas también cuentan con infraestructura adecuada y un mercado local en expansión, lo que las convierte en opciones viables para explorar oportunidades en el sector tecnológico. Evaluar estas opciones permite identificar ventajas competitivas y reducir riesgos, asegurando una mayor probabilidad de éxito del proyecto.

<u>Opción 2: Barrio Valencia</u>

Acceso y conectividad Transporte público y red viaria: Es importante que el negocio esté ubicado en un lugar bien comunicado con el transporte público para que los usuarios puedan acceder fácilmente a comercios y centros comerciales, especialmente aquellos que tienen dificultades para acudir al público. transporte Sí tu propio auto. La cercanía a la parada de autobús y a las líneas de autobús de la calle Colegio Metropolitano es un plus.

Conectividad digital: El objetivo es reducir la brecha digital, por lo que el acceso a Internet de alta calidad (fibra, 4G o 5G (si está disponible)) es fundamental. Sin un acceso confiable a Internet para su empresa y sus clientes, sus objetivos de marketing tecnológico serán limitados.

Ubicación estratégica: Estar cerca de áreas comerciales o de alta tecnología aumenta su visibilidad y su capacidad para atraer clientes que desean acceso a tecnología a un precio asequible.

- Población y necesidades del mercado local:

Carácter demográfico de los residentes: Las zonas cercanas a Valencia tienen una población con un perfil económico y social que se beneficiará de los servicios técnicos, especialmente en ciudades como Popayán carentes de tecnología. Hay que tener en cuenta el nivel económico de la región (clase media baja). Esto se debe a que afecta la demanda de tecnología asequible y de equipos usados o reacondicionados.

Interés en la tecnología: Cerrar la brecha digital requiere una población vecinal que comprenda la importancia de la tecnología en su vida diaria, incluida la educación, el empleo y la materia. Pequeñas encuestas o estudios de mercado ayudarán a comprender el nivel de conocimiento e interés en la tecnología.

- Proximidad a instituciones educativas y comunidades vulnerables

Proximidad a centros educativos y universidades: La proximidad a escuelas urbanas es una ventaja estratégica. Esto se debe a que este tipo de instituciones educativas requieren mucho equipamiento técnico y son costosas. Disponible para estudiantes y profesores.

Comunidad de jóvenes y familias: familias y escolares que desean herramientas accesibles y métodos de pago sencillos constituirán una gran parte del mercado. Los jóvenes que desean acceder a hardware y tecnología informática para aprender o entretenerse constituyen un gran público.

- Costo de construcción y espacio comercial

Disponibilidad de espacio comercial: La disponibilidad de espacio comercial a alquileres razonables en el área es esencial para que el negocio sea rentable. Los bienes raíces comerciales ubicados cerca de instalaciones educativas y residenciales son menos costosos que las grandes áreas comerciales o minoristas, lo que los hace ideales para pequeñas empresas con presupuestos limitados.

Espacio físico para exhibición de productos: El sitio debe proporcionar un espacio físico adecuado para exhibir equipos técnicos con un diseño simple y atractivo. Además, si tu negocio incluye otros servicios, como reparación de electrodomésticos, debes contar con espacio adecuado para estos servicios.

- Servicios básicos

Energía eléctrica confiable y de alta calidad: La infraestructura eléctrica es esencial para los comercios que manejan productos técnicos. Asegúrese de que su área tenga una red eléctrica confiable y reduzca la frecuencia de los cortes de energía.

Seguridad y otros servicios: La seguridad en su área es importante para las operaciones diarias y la confianza del cliente. También se deben revisar los servicios de seguridad locales como cámaras de seguridad, policía y seguridad privada.

- Competencia regional y cooperación comunitaria

Participación de los interesados: Es importante analizar si existen otras empresas que ofrezcan productos tecnológicos similares en la región. Si hay poca competencia, puedes beneficiarte capturando el mercado. Si estás compitiendo, es importante diferenciarte ofreciendo algo único, como un plan financiero o asesoramiento personal.

Cooperación con el entorno local: la cooperación con instituciones educativas y gobiernos locales es una estrategia eficaz. Ofrecer un programa de capacitación tecnológica en su área ayudará a su empresa a hacer una contribución significativa a la educación digital de su comunidad.

Conciencia de marca regional: Es importante que la comunidad vea el proyecto como una buena manera de mejorar el acceso a la tecnología. Ubicar su tienda en un lugar seguro y conveniente de la comunidad le dará la oportunidad de ganarse la confianza del público.

Conciencia comunitaria sobre la brecha digital: La necesidad de cerrar la brecha digital debe ser una prioridad para los residentes. Si la comunidad es consciente del problema, habrá más aceptación y demanda para la tienda.

- Leyes y Regulaciones Locales Leyes Comerciales y Municipales:

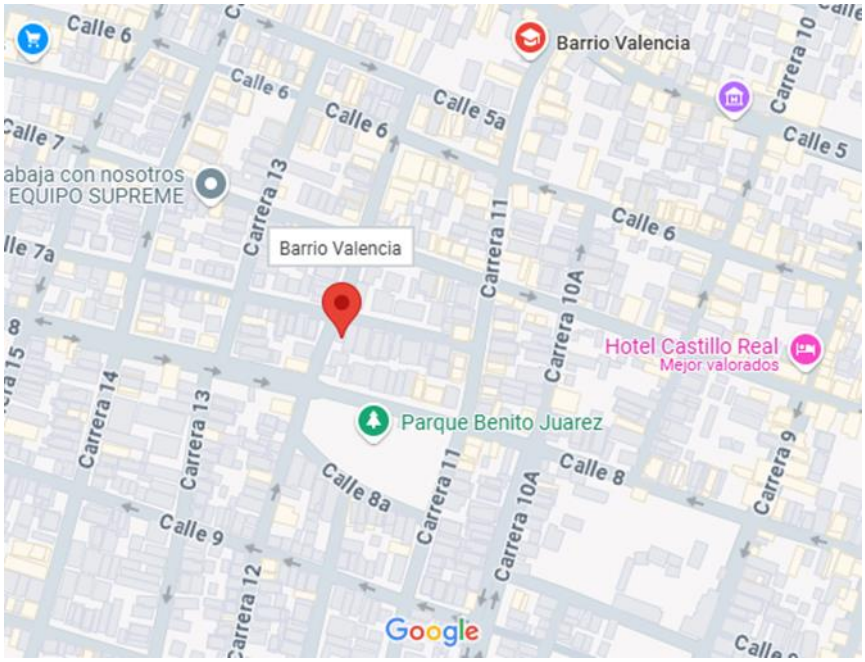
Incentivos gubernamentales para pequeñas empresas: descubra si existen incentivos gubernamentales o programas de apoyo a pequeñas empresas que puedan ofrecer subvenciones o incentivos fiscales locales.

- Desarrollo Urbano del Área Planificación Urbana: Si el área está en proceso de urbanización o reurbanización, puede representar una oportunidad de crecimiento a largo plazo para la empresa ya que es similar a la ingeniería urbana.

Figura 21. Posible local Barrio Valencia

Fuente: Google Maps.

Figura 22. Croquis de microlocalización Barrio Valencia



Fuente: Google Maps.

<u>Opción 3: Barrio la Esmeralda</u>

- Accesibilidad y Conectividad:

Red de Transporte Público y Vías de Acceso: La cercanía a vías principales y la accesibilidad al transporte público son fundamentales para atraer a los clientes que necesitan acceder a la tienda o al punto de venta. En una zona como el barrio La Esmeralda, cerca de la calle del Colegio Metropolitano, contar con rutas de autobuses y otras opciones de transporte público mejorará la conectividad de la tienda con otras partes de la ciudad.

Conexión Digital de Alta Velocidad: Dado que el objetivo es mejorar el acceso a la tecnología, es imprescindible que el área esté bien conectada en términos de internet de alta velocidad. Sin una infraestructura de red de internet confiable, los clientes que se acercan a la

tienda pueden no tener acceso a los servicios de tecnología que la empresa ofrece, como la compra de equipos o incluso asesoría online.

- Demografía y Perfil Socioeconómico

Perfil Socioeconómico de los Habitantes: La zona debe ser analizada para identificar las características socioeconómicas de los residentes. El barrio La Esmeralda, al estar cerca de áreas como el Colegio Metropolitano, podría tener una población joven o en proceso de escolarización, lo que representa una gran oportunidad para ofrecer productos tecnológicos accesibles para estudiantes y familias de clase media baja.

Nivel de Educación y Necesidad de Tecnología: La proximidad al Colegio Metropolitano es clave, ya que puede haber una gran demanda de tecnología asequible para estudiantes y profesores. Además, se puede aprovechar esta cercanía para ofrecer programas de capacitación tecnológica y planes de financiamiento accesibles, contribuyendo a la eliminación de la brecha digital.

- Infraestructura Comercial y de Servicios

Acceso a Espacios Comerciales Asequibles: La zona del barrio La Esmeralda debe ofrecer opciones de alquiler de locales comerciales que sean accesibles para una pequeña empresa. La presencia de locales vacíos o en alquiler a precios razonables permitirá a la empresa minimizar costos iniciales y operar con márgenes de beneficio más altos.

Proximidad a Otros Comercios: La cercanía a otras tiendas o comercios de tecnología o servicios complementarios, como reparación de equipos, permitirá crear una zona de influencia que atraerá a los consumidores interesados en mejorar su acceso a la tecnología.

- Proximidad a Centros Educativos y Sociales

Cercanía al Colegio Metropolitano: El barrio La Esmeralda está en una ubicación estratégica cerca del Colegio Metropolitano, lo cual es una ventaja. Los estudiantes y profesores podrían ser clientes clave para una empresa de tecnología que ofrezca dispositivos increíbles. El objetivo sería que la empresa facilite el acceso a tecnologías educativas a precios bajos, como laptops, tables o accesorios tecnológicos.

Programas Comunitarios y de Capacitación: Al estar en una zona educativa, la empresa podría colaborar con instituciones para ofrecer programas de capacitación en habilidades digitales, lo que ayudaría a las personas a aprovechar mejor las tecnologías adquiridas, y al mismo tiempo, posicionaría a la empresa como un aliado en la educación digital.

- Factores de Seguridad y Convivencia

Seguridad en el Barrio: La seguridad en la zona es un aspecto clave para la operación exitosa de cualquier negocio. Las personas tienen que sentirse seguras al transitar por el barrio, y también los empleados de la tienda deben poder trabajar en un ambiente sin riesgos. Por lo tanto, la empresa debe evaluar la presencia de policía en la zona o la existencia de comunidades organizadas que colaboran con la seguridad local.

Iluminación y Accesibilidad Nocturna: La iluminación pública y la accesibilidad en horas no laborables son fundamentales, especialmente si los usuarios necesitan adquirir productos o servicios fuera del horario comercial común. Una calle bien iluminada, como la que puede haber cerca de la calle del Colegio Metropolitano, mejora la percepción de seguridad.

- Costos y Asequibilidad de la Tecnología

Accesibilidad Financiera de la Comunidad: Uno de los problemas que se quiere resolver es el alto costo de las tecnologías en Popayán. La empresa debe ofrecer opciones de

financiamiento, planes de pago diferido o descuentos especiales que ayuden a los clientes a adquirir dispositivos a precios más accesibles.

Venta de Productos Reacondicionados o de Segunda Mano: En lugares con un nivel socioeconómico medio-bajo, los productos nuevos pueden ser inaccesibles. Sin embargo, los productos reacondicionados o de segunda mano a buen precio pueden ser una excelente alternativa. La tienda podría ofrecer este tipo de productos junto con garantías, permitiendo a los usuarios acceder a tecnología sin asumir los altos costos de los dispositivos nuevos.

- Competencia y Diferenciación

Evaluación de Competencia Local: La competencia en el área de tecnología es otro factor clave. Si en el barrio o alrededores ya existen empresas que venden productos tecnológicos, será crucial que tu empresa se diferencie ofreciendo precios accesibles, asesoría personalizada o incluso servicios adicionales, como reparaciones o soporte técnico para clientes.

Estrategias de Diferenciación: A pesar de la competencia, la diferenciación será clave. Ofrecer productos a precios accesibles, promociones o planes de financiamiento podrían atraer a un segmento de consumidores que actualmente no tiene acceso a nuevas tecnologías debido a los costos.

- Colaboración con el Gobierno y Otras Iniciativas

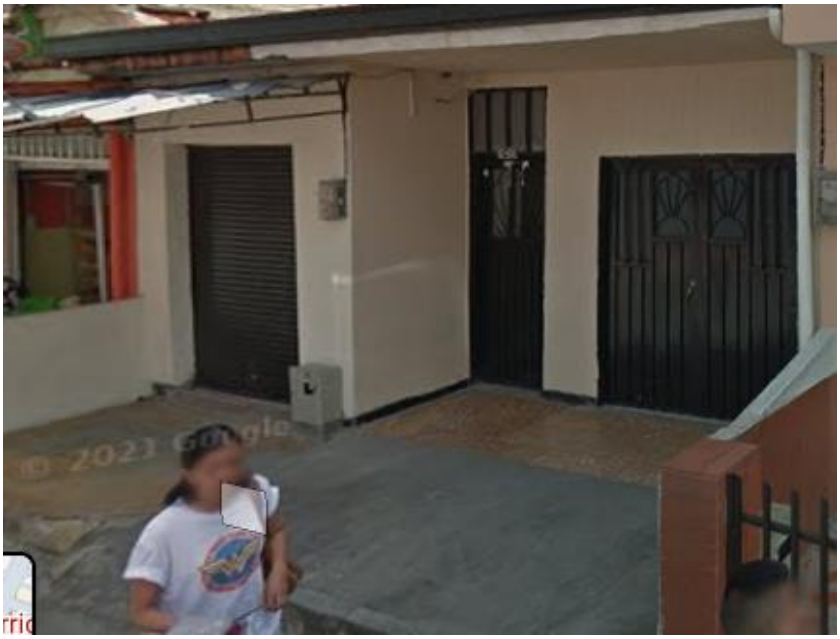
Incentivos Gubernamentales: Verificar si el gobierno local de Popayán ofrece incentivos o programas de apoyo para pequeñas empresas tecnológicas. En muchas ciudades, existen subsidios o programas que apoyan la capacitación tecnológica o la venta de tecnología a precios accesibles.

Alianzas con Instituciones Educativas: Dado que el área está cerca de una institución educativa clave, la empresa podría establecer alianzas con colegios o universidades para ofrecer descuentos especiales a estudiantes o docentes, o incluso crear programas de capacitación en habilidades digitales.

- Desarrollo Urbano y Proyección de la Zona

Proyectos de Renovación y Desarrollo Urbano: Es importante considerar si el barrio está en proceso de desarrollo o renovación, ya que eso puede indicar un aumento en la demanda de productos y servicios tecnológicos en el futuro. Invertir en una zona que esté creciendo o que tenga proyecciones de mejora puede ser estratégica.

Figura 23. Posible ubicación La Esmeralda



Fuente: Google Maps.

Figura 24. Croquis de microlocalización La Esmeralda

Fuente: Google Maps.

10.2. Tamaño del proyecto

- Alcance del Proyecto

Productos Para Importar: Computadoras de escritorio y portátiles; accesorios (teclados, ratones, impresoras, etc.); equipos de red (routers, switches).

Clientes Potenciales: Instituciones educativas, pequeñas y medianas empresas; clientes particulares.

Servicios Adicionales: soporte técnico y garantías, servicios de instalación y capacitación.

- Recursos Necesarios

Infraestructura: local para la tienda y almacén (tamaño recomendado: entre 50 y 100 m²).

Personal: Personal de ventas (1-2 empleados).

Técnico de soporte (1 empleado).

Gerente o administrador (1 empleado).

Capital Inicial: Costos de importación de productos; gastos de alquiler, servicios públicos y otros costos operativos, presupuesto para marketing y publicidad.

- Estimación del Tamaño del Mercado

Análisis Demográfico: estima la población de Popayán y su capacidad adquisitiva, investiga la cantidad de empresas e instituciones educativas en la ciudad.

- Proporción del Mercado:

Empresas objetivo: 3.000 pymes.

Potenciales interesados (80%): 2.400.

Participación esperada (5%): 120 empresas en el primer año.

Proporción de mercado = (Clientes esperados ÷ Total del mercado objetivo) × 100

Resultado: Tu proporción sería **5% del mercado local de pymes.**

- Plan de Crecimiento

Fases de Expansión:

Fase 1: Establecimiento y captación de clientes.

Fase 2: Expansión de la línea de productos y servicios.

Fase 3: Posible expansión a otras ciudades cercanas.

- Evaluación Financiera

Proyecciones de Ventas: establece proyecciones de ventas para los primeros 3-5 años, considerando un crecimiento moderado.

Análisis de Rentabilidad: calcula el punto de equilibrio y el retorno de inversión esperado.

10.2.1. Factores que determinan el tamaño del proyecto.

- Análisis de la Demanda y Definición del Mercado: Son elementos clave para definir el tamaño del proyecto. Esto implica analizar el mercado local y segmentarlo en consumidores individuales, empresas, instituciones educativas y organismos gubernamentales que necesitan en equipos de cómputo.
- Demanda en el sector educativo: Popayán es un centro educativo con varias universidades y colegios, lo que representa un mercado constante para computadoras y accesorios.
- Empresas y gobierno: Existe una demanda continua por parte de pequeñas y medianas empresas (PYMES) y organismos gubernamentales para mantener y actualizar equipos de cómputo.
- Preferencias del consumidor: Evaluar la disposición de los consumidores a adquirir equipos de alta o media gama, lo cual ayuda a definir el inventario y tamaño del proyecto.

Este análisis ayuda a dimensionar el tamaño del inventario, los tipos de equipos y accesorios a ofrecer, ya definir si es necesario tener un local con capacidad para exhibir los productos o si la venta en línea es suficiente para atender la demanda.

- Disponibilidad de Recursos Financieros: Son fundamentales para definir el tamaño inicial del proyecto. Esto incluye la inversión en importación, infraestructura, mercadeo y otros

gastos operativos necesarios para establecer y hacer crecer la empresa.

- Capital inicial disponible: Definir el capital de inversión inicial influye en la capacidad de la empresa para adquirir inventario, alquilar o comprar un local adecuado y cubrir costos logísticos.
- Opciones de financiamiento: Evaluar la posibilidad de financiamiento bancario o con instituciones de apoyo a emprendedores, que permitan aumentar el alcance del proyecto.
- Costos de importación y aranceles: La inversión en la importación de equipos de cómputo requiere prever los aranceles y costos asociados que afectarán la cantidad de unidades a adquirir en cada ciclo de importación.

La disponibilidad de capital y las opciones de financiamiento determinarán el volumen de inventario inicial, los canales de distribución y el tamaño de la infraestructura necesaria. Si el capital es limitado, se podría optar por una estrategia de crecimiento gradual, comenzando con una línea de productos más pequeña y ampliándola conforme se aumenten las ventas.

- Recurso humano necesario: La cantidad y especialización del recurso humano influyen en la operatividad del negocio. Para una empresa de importación y comercialización de equipos de cómputo, se requieren empleados con habilidades en ventas, servicio al cliente, logística y soporte técnico.
- Tamaño y especialización del equipo: Determinar el número de empleados según las funciones necesarias, como ventas, soporte técnico, atención al cliente y gestión administrativa.
- Capacitación y desarrollo: Dado que el negocio requiere conocimiento en tecnología, es importante contar con empleados capacitados en productos de cómputo, habilidades de

servicio al cliente y soporte técnico.

- Costos laborales: La disponibilidad de personal especializado y el costo de contratación afectarán la cantidad de personal que se puede contratar inicialmente, lo cual impacta la capacidad de atención y el crecimiento del negocio.

La capacidad de la empresa para contratar y mantener un equipo especializado determinará el tamaño del local, la cantidad de inventario que se puede manejar y el nivel de servicio que se ofrecerá. Esto impacta directamente la percepción del cliente y la capacidad de la empresa para captar y retener clientes.

- Disponibilidad de Proveedores: Es un factor determinante en el tamaño del proyecto, ya que el negocio depende de una cadena de suministro internacional para la adquisición de equipos de cómputo. Los proveedores deben ofrecer productos de calidad a precios competitivos y tener la capacidad de cumplir con los tiempos de entrega.
- Proveedores internacionales confiables: Identificar proveedores en el extranjero (generalmente en países como Estados Unidos o China) que ofrecen productos de alta calidad y cuenten con una buena reputación.
- Costos de transporte y tiempo de entrega: Los tiempos de envío y los costos de transporte influyen en la cantidad de equipos que se puede mantener en inventario, así como en la periodicidad de las importaciones.
- Mecanismos de pago y acuerdos comerciales: Negociar condiciones favorables con los proveedores, como pagos a plazos o descuentos por volumen, puede impactar positivamente la capacidad de inventario.

Una cadena de suministro confiable permite mantener un inventario constante y satisfacer la demanda en el momento adecuado. La disponibilidad de proveedores determina la cantidad de inventario que se puede mantener, la frecuencia de las importaciones y la gama de productos ofrecidos.

- Capacidad de la Empresa para Manejar el Inventario y Comercializar los Productos: Es la capacidad operativa para almacenar y comercializar productos de cómputo en Popayán es un factor que delimita el tamaño del proyecto. Esto implica evaluar el espacio de almacenamiento, las estrategias de comercialización y la infraestructura necesaria para satisfacer la demanda.
- Espacio de almacenamiento: Un local con espacio de almacenamiento adecuado para los equipos de cómputo es fundamental. Esto incluye condiciones de seguridad y control ambiental que protegen los equipos de daños.
- Infraestructura para atención al cliente: Definir si se contará con una tienda física y/o plataforma de ventas en línea. La decisión de abrir una tienda física en el centro de Popayán influye en los costos operativos y en la cantidad de inventario que se puede mostrar al público
- Estrategias de comercialización: La capacidad de la empresa para realizar ventas a través de diferentes canales (en línea y físicos) impacta la cantidad de productos que se deben mantener en inventario y la frecuencia de renovación.

La capacidad para gestionar el inventario y comercializar los productos influye en el espacio de almacenamiento y en la infraestructura del local, definiendo así el tamaño de la empresa. Una

estrategia mixta (presencial y en línea) permite optimizar el espacio físico y alcanzar a más clientes.

10.3. Distribución del área física de la pequeña empresa

La distribución de espacio se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios tanto para el personal, como para los clientes. A continuación, se detalla el área a utilizar en cuanto a la distribución del área física, zonas claves de distribución y distribución general del espacio.

10.3.1. Distribución del área física

- Área Total Recomendada: Entre 50 y 100 m², dependiendo del presupuesto y la proyección de ventas.

  Zonas Clave en la Distribución

- Recepción y Área de Atención al Cliente (20-30 m²): Espacio para recibir a los clientes, con un mostrador de atención y una pequeña sala de espera.

  Elementos: Mostrador, sillas o bancas, material promocional y folletos informativos.

- Sala de Exhibición (20-40 m²): Área destinada a la exhibición de equipos de cómputo y accesorios.

  Elementos: Estanterías, mesas de exhibición, displays para productos, pantallas para mostrar información y precios.

- Almacén (15-25 m²): Espacio para el almacenamiento de equipos y productos en inventario.

  Elementos: Estanterías de almacenamiento, espacio para cajas y materiales de embalaje.

- Oficina Administrativa (10-15 m²): Área destinada a la gestión administrativa y

operaciones del negocio.

Elementos: Escritorio, computadora, archivadores y espacio para reuniones breves.

- Área de Soporte Técnico (10-15 m²): Espacio para ofrecer servicios de soporte técnico y reparación.

Elementos: Mesas de trabajo, herramientas, equipos de prueba y espacio para almacenar piezas de repuesto.

- Distribución General del Espacio

Diseño Abierto: Mantener un flujo abierto entre la recepción, la sala de exhibición y el almacén para facilitar la movilidad y la interacción con los clientes.

Accesibilidad: Asegurarse de que todas las áreas sean fácilmente accesibles tanto para clientes como para empleados.

Zonas de Almacenamiento: Utilizar estanterías verticales en el almacén para maximizar el espacio vertical.

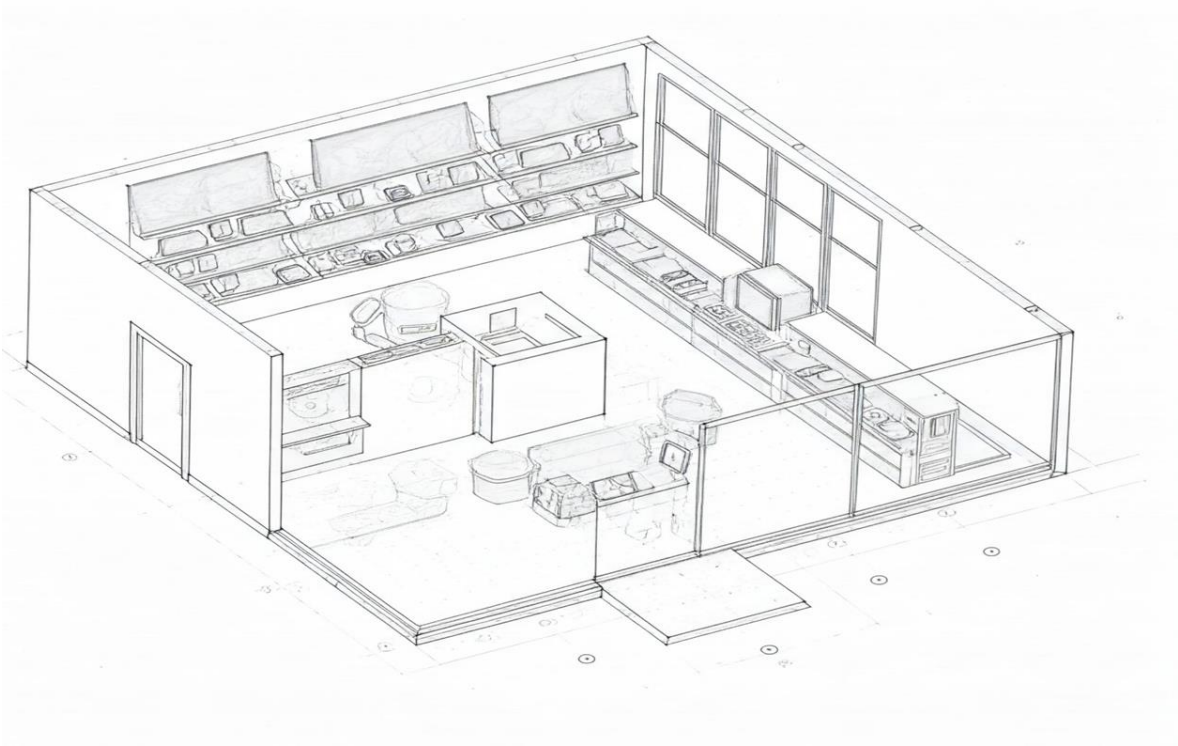
Tabla 9. Distribución de las instalaciones

ÁREA	**m^2**
Zonas Clave en la Distribución:	
Recepción y Área de Atención al Cliente	20-30
Sala de Exhibición	20-40
Almacén	15-25
Oficina Administrativa	10-15
Área de soporte técnico:	
Soporte técnico	10-15
TOTAL	**$75m^2$ - $125m^2$**

Fuente: Elaboración propia.

10.3.2. Diseño de planta

Figura 25. Diseño de planta.



Fuente: elaboración propia.

10.3.3. Diseño frontal

Figura 26. Diseño frontal

Fuente: elaboración propia.

10.4. Diagrama de flujo

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso. Este diagrama de flujo ofrece una descripción visual de las actividades implicadas en un proceso mostrando la relación secuencial ente ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás.

Tabla 10. Simbología del diagrama de flujo

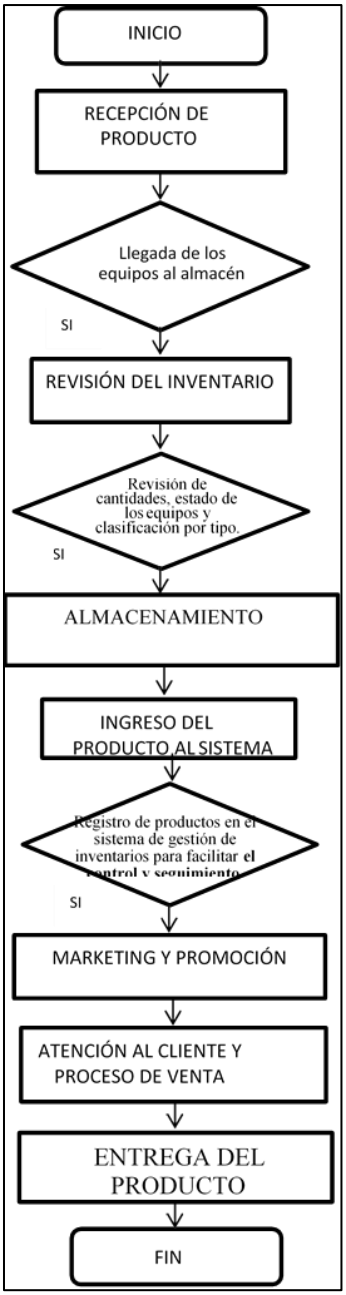
SÍMBOLO	REPRESENTA
	Terminal: Representa el inicio o la terminación del flujo de proceso.

	Actividad: Representa una actividad llevada a cabo en el proceso.
	Decisión: Indica un punto en el flujo en el que se produce un cruce del tipo “SI” - “NO”

Fuente: investigación bibliográfica.

10.4.1. Diagrama de flujo del proceso de comercialización de productos tecnológicos

Figura 27. Diagrama de flujo de proceso de comercialización



Fuente: elaboración propia.

11. Estudio organizacional

11.2. Aspectos estratégicos

Tech Import Popayán S.A.S. La razón social de la pequeña empresa será el nombre bajo el cual se dará a conocer en el mercado de comercialización de equipos tecnológicos. Este nombre debe reflejar claramente la naturaleza del negocio, permitiendo a los consumidores identificar de manera rápida y precisa el producto.

En este caso la pequeña empresa llevará el nombre de Tech Import Popayán SAS, ya que en su nombre está representado los artículos que se comercializarán y el alcance internacional de los mismos.

11.1.1. Misión

En Tech Import Popayán SAS estamos comprometidos con acercar tecnologías de vanguardia a la ciudad de Popayán y su región, superando las barreras económicas y logísticas que dificultan el acceso a soluciones innovadoras. Nuestro objetivo es reducir la brecha digital y fomentar la inclusión tecnológica mediante una oferta variada, accesible y de alta calidad. Contribuimos al desarrollo económico, social y digital de nuestra comunidad, generando confianza en nuestros clientes a través de un enfoque ético, responsable y cercano.

Somos una empresa que busca impulsar el acceso a la tecnología en Popayán, promoviendo el progreso y bienestar de las personas, empresas e instituciones en nuestra región.

11.1.2. Visión

Para el 2034, Tech Import Popayán S.A.S. espera ser una empresa reconocida como líder en comercio tecnológico en Popayán y el suroccidente colombiano, reconocida por democratizar el acceso a tecnologías de calidad, innovadoras y crecientes. Para el año 2034, queremos contribuir,

de manera significativa a estar posicionados como la empresa que aporta a la disminución de la brecha digital en la región, mejorando la calidad de vida, productividad y competitividad de nuestros clientes. Nos proyectamos como un referente de transformación digital inclusiva, con un enfoque sostenible, accesible y orientado al desarrollo social.

11.1.3. Políticas

Política de soporte y accesibilidad: garantizar que los productos y servicios tecnológicos ofrecidos sean asequibles y accesibles para todos los sectores de la comunidad. Realizar investigaciones de mercado periódicas para ajustar nuestros precios y mantener precios y precios competitivos.

Política de Calidad del Cliente: ofrece productos y servicios de calidad, asegurando que cada cliente reciba un trato personalizado, basado en sus necesidades y expectativas. Disponer de un eficaz sistema de soporte técnico que asegure la satisfacción y fidelización de nuestros clientes.

Política de Innovación y Desarrollo: fomentamos la innovación continua en procesos, productos y servicios para adaptarnos a los cambios del mercado y las necesidades de los bienes que utilizamos. Realizar revisiones periódicas para mejorar nuestra aplicación y garantizar actualizaciones técnicas.

Política de Seguridad y Protección de Datos: garantizar la privacidad y seguridad de la información personal de nuestros clientes y socios, cumpliendo con la normativa vigente en materia de protección de datos. Implementar prácticas de seguridad para el manejo de información confidencial y garantizar la confidencialidad de toda la información recopilada

Política Integral de Desarrollo Sostenible, Responsabilidad Social e Inclusión Digital: En Tech Import Popayán SAS, estamos comprometidos con un enfoque integral que combina desarrollo sostenible, responsabilidad social e inclusión digital. Promovemos el consumo responsable y la adecuada gestión de residuos para minimizar el impacto ambiental, alineándonos con principios de sostenibilidad. Asimismo, apoyamos proyectos y programas que fomentan el desarrollo social y económico de nuestra región, con especial énfasis en la educación y la reducción de la brecha digital, contribuyendo al bienestar y crecimiento de la sociedad.

Además, implementamos programas de capacitación y educación tecnológica destinados a promover el uso de herramientas digitales, priorizando a comunidades de bajos ingresos, estudiantes y pequeñas empresas, con el objetivo de impulsar la inclusión digital y el acceso equitativo a las oportunidades que brinda la tecnología.

11.1.4. Principios y valores

Los principios y valores institucionales serán aquellos que guíen la conducta de los miembros de la organización:

Principios

- **Compromiso con la Inclusión Digital**: Nos dedicamos a reducir la brecha digital en Popayán, promoviendo el acceso equitativo a la tecnología para personas y empresas de todos los sectores, independientemente de sus recursos económicos o su ubicación.
- **Accesibilidad y Asequibilidad**: Creemos que la tecnología debe estar al alcance de todos. Trabajamos para ofrecer soluciones tecnológicas de alta calidad a precios

accesibles, ajustando nuestras ofertas para adaptarnos a las necesidades de la comunidad y fomentar una inclusión real. Además de ser una empresa que aporte al crecimiento y ascenso de sus colaboradores internos.

- **Innovación y Mejora Continua:** La innovación constante es la base de nuestro crecimiento y de la satisfacción de nuestros clientes. Buscamos actualizar y mejorar nuestros productos y servicios, adoptando las mejores prácticas y tecnologías para servir mejor a nuestra comunidad.
- **Ética y Transparencia en el Servicio:** Valoramos la confianza de nuestros clientes y socios, y actuamos siempre con ética y transparencia en nuestras relaciones comerciales, asegurando que nuestras prácticas sean justas, claras y respetuosas.
- **Responsabilidad Social y Ambiental**: Nos comprometemos a contribuir al bienestar social y al cuidado del medio ambiente en nuestra región. Implementando prácticas sostenibles y apoyando proyectos que promuevan el desarrollo social, fomentando una cultura de responsabilidad compartida.

Valores

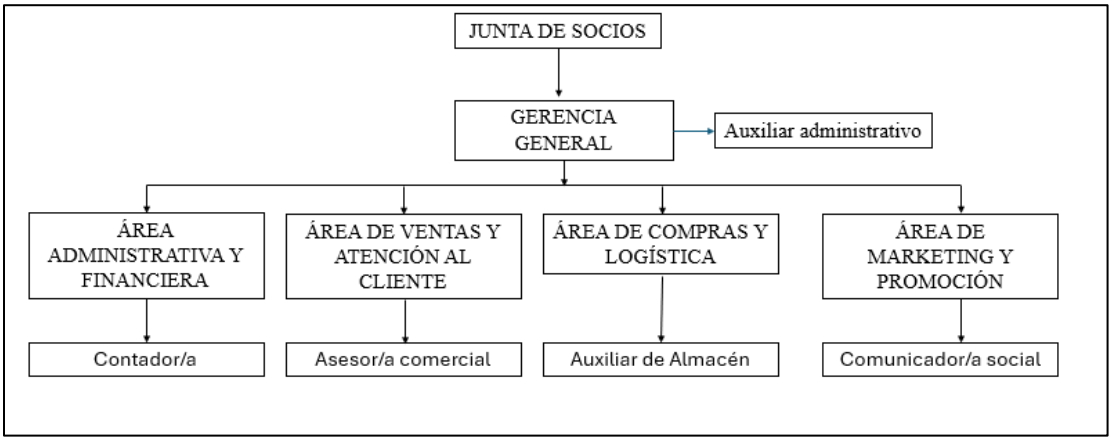
- **Inclusión:** Creemos en la igualdad de oportunidades para acceder a la tecnología. Promovemos un enfoque inclusivo que permite a personas y empresas de todos los contextos acceder a herramientas tecnológicas que mejoren su calidad de vida y productividad.
- **Calidad**: Nos esforzamos por ofrecer productos y servicios de alta calidad, garantizando la satisfacción de nuestros clientes y el desempeño óptimo de nuestras soluciones tecnológicas.

- **Compromiso Social:** Valoramos nuestra responsabilidad con la comunidad y trabajamos activamente para reducir la brecha digital, contribuyendo al desarrollo social y económico de Popayán y sus alrededores.
- **Innovación:** La adaptación y la mejora continua son esenciales para nuestro crecimiento. Fomentamos un entorno de innovación constante para mantenernos a la vanguardia y proporcionar tecnología actualizada y relevante.
- **Transparencia:** Actuamos con honestidad y transparencia en todas nuestras relaciones, tanto con clientes como con colaboradores y socios, asegurando prácticas justas y éticas en todas nuestras operaciones.
- **Ética y transparencia**: operamos según los principios de ética y transparencia en todas nuestras transacciones comerciales, garantizando procedimientos justos y respetando los derechos de nuestros clientes, participantes y proveedores. Cumpla con todas las leyes y regulaciones aplicables en su país.

11.2. Aspectos organizaciones

11.2.1. Estructura organizativa

Figura 28. Estructura organizativa



Fuente: elaboración propia.

11.3. Identificación de puestos y funciones

	Tech Import Popayán SAS
OBJETIVO: tomar decisiones de la planificación administrativa y operativa.	
FUNCIONES: ▪ Definición de la Visión y Misión de la Empresa ▪ Planificación Estratégica ▪ Aprobación del Presupuesto y Supervisión Financiera ▪ Evaluación y Supervisión de la Gerencia ▪ Toma de Decisiones sobre Inversiones y Expansión ▪ Revisión y Aprobación de Políticas Clave ▪ Distribución de Dividendos. ▪ Revisión y Control del Cumplimiento Legal. ▪ Resolución de Conflictos Internos ▪ Evaluación y Supervisión de Riesgos	

Tabla 11. Características de la gerencia general

	Tech Import Popayán SAS
CARGO: GERENTE **TIPO DE CONTRATO:** Término Indefinido	

OBJETIVO. Responsable de la dirección y estrategia general de la empresa, toma de decisiones clave y supervisión de las operaciones. Establece las metas a corto, mediano y largo plazo, y vela por el cumplimiento de la misión y visión de la empresa.

FUNCIONES:

- Planificación estratégica y toma de decisiones.
- Supervisión de todas las áreas de la empresa.
- Establecimiento de relaciones y alianzas estratégicas.

ANÁLISIS DE PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Título universitario de Ingeniería Industrial o administración de empresas,
- **Experiencia:** Mínimo 2 año en cargos similares
- **Conocimientos especiales:** Manejo de operaciones diarias, capacidad de liderazgo y planificación, toma de decisiones, resolución de conflictos y manejo de recursos humanos.

N.º	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Liderazgo Estratégico	Capacidad de definir una visión clara y alineada con los objetivos de la empresa, y de inspirar y motivar a su equipo hacia el logro de metas estratégicas. Esto implica tomar decisiones informadas y anticiparse a los cambios en el mercado, priorizando las iniciativas que impulsarán el crecimiento y la sostenibilidad del negocio.	X		

2	Pensamiento Analítico y Toma de Decisiones	Habilidad para analizar datos, interpretar información financiera y operativa y usar estos datos para tomar decisiones informadas. El gerente general debe evaluar los riesgos, considerar diversas perspectivas y aplicar el juicio crítico para resolver problemas complejos de manera efectiva.	X		
3	Orientación de resultados	Capacidad de enfocar recursos, tiempo y esfuerzo en alcanzar resultados clave y cumplir con los objetivos establecidos. Un gerente general orientado a resultados tiene habilidad para trabajar bajo presión y asegura que su equipo mantenga altos niveles de rendimiento, cumpliendo con indicadores de desempeño clave.	X		
4	Gestión de relación e influencia	Capacidad para establecer y mantener relaciones sólidas tanto con el equipo interno como con socios estratégicos, clientes y otros stakeholders. Incluye habilidades de negociación, comunicación y persuasión para crear alianzas sólidas y fomentar un ambiente de colaboración que facilite el logro de objetivos.	X		
5	Innovación y adaptabilidad al cambio	Disposición y habilidad para impulsar la innovación dentro de la empresa, promoviendo ideas y procesos nuevos que añaden valor. Un gerente general adaptable no solo	X		

		reacciona a los cambios, sino que los anticipa, aprovechando las oportunidades emergentes y gestionando el cambio de manera positiva y ágil.			
6	Capacidad de comunicación efectiva	Competencia para comunicar de forma clara, precisa y persuasiva, tanto verbal como escrita, adaptando el mensaje según el público. Esto es fundamental para garantizar que la visión y los objetivos de la empresa se comprendan en todos los niveles y para establecer una cultura de transparencia.	X		
7	Conocimiento de negocio y del mercado	Comprensión profunda del sector, los mercados y la competencia. Un gerente general debe poseer conocimientos sobre las tendencias del mercado, el comportamiento del cliente y las prácticas de la competencia para tomar decisiones que aseguren la competitividad de la empresa en el largo plazo.	X		
8	Gestión financiera	Capacidad para supervisar y gestionar la salud financiera de la empresa, incluyendo la creación y administración de presupuestos, la optimización de costos y la generación de rentabilidad. Este conocimiento es clave para tomar decisiones financieras estratégicas y asegurar la sostenibilidad y crecimiento de la organización.		X	

9	Desarrollo y gestión de talento	Habilidad para identificar, atraer, desarrollar y retener talento clave dentro de la organización. Esto incluye la creación de un ambiente de trabajo positivo, la promoción de la capacitación continua y la creación de planes de sucesión para los puestos clave de la organización.	X		
10	Ética e integridad	Capacidad para actuar de manera ética, con integridad y transparencia, fomentando una cultura de respeto y responsabilidad en la organización. El gerente general debe establecer altos estándares éticos y garantizar el cumplimiento de políticas y regulaciones, además de ser un ejemplo de integridad para el equipo.	X		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 12. Características de auxiliar administrativo

TECH IMPORT GLOBAL IMPORT	Tech Import Popayán SAS
CARGO: AUXILIAR ADMINISTRATIVO **TIPO DE CONTRATO:** Prestación de servicio	
OBJETIVO. Garantizar el correcto funcionamiento de las operaciones administrativas de una organización, mediante la realización de tareas de apoyo que optimizan los procesos internos, facilitan la gestión documental y respalden a los diferentes departamentos en sus actividades diarias, manteniendo siempre un enfoque en la eficiencia, el orden y el cumplimiento de los estándares establecidos.	

FUNCIONES:

- Gestión Documental
- Atención al Cliente y Comunicación
- Apoyo Administrativo General
- Apoyo en la Gestión Financiera y Contable
- Coordinación de Agendas y Reuniones
- Cumplimiento Normativo

ANÁLISIS DE PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Título técnico de administración de empresas o afines.
- **Experiencia:** Mínimo 1 año en cargos similares
- **Conocimientos especiales:** Manejo ofimático, manejo de archivos, gestión de agenda,

N.º	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Manejo de herramientas ofimáticas	Capacidad para utilizar programas como Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Google Workspace y otras herramientas tecnológicas. Esto incluye la creación de documentos, gestión de datos y presentaciones, optimizando los procesos administrativos.	X		
2	Gestión documental	Competencia para organizar, archivar y custodiar documentos físicos y digitales de manera eficiente, asegurando su accesibilidad y cumplimiento con normativas internas y legales.	X		

3	Comunicación escrita y verbal	Habilidad para expresar ideas de manera clara y profesional en diferentes formatos como correos electrónicos, informes y conversaciones. Incluye también la capacidad de transmitir mensajes precisos a diferentes niveles de gestión.	X		

Fuente: elaboración propia.

Área administrativa y financiera

Tabla 13. Características del contador.

	Tech Import Popayán SAS
CARGO: CONTADOR **TIPO DE CONTRATO:** prestación de servicio	
OBJETIVO. Gestiona todos los aspectos administrativos y financieros de la empresa, incluyendo la contabilidad, la facturación y la gestión de recursos humanos.	
FUNCIONES: ▪ Contabilidad y administración de presupuestos. ▪ Control de ingresos, egresos y proyecciones financieras. ▪ Gestión de nómina y pagos a proveedores. ▪ Supervisión de aspectos legales y regulatorios. ▪ Administración de recursos humanos (reclutamiento, capacitación y bienestar laboral)	
ANÁLISIS DE PUESTO	

REQUISITOS:

- **Título:** Profesional en Contabilidad.
- **Experiencia:** Experiencia mínima 2 años como contador de una empresa comercial.
- **Conocimientos especiales:** Análisis de datos, elaboración de informes, declaración de impuestos, manejo de software de contabilidad, manejo de normas, habilidades de comunicación, gestión del tiempo, manejo de paquete office.

N.º	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Conocimiento en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y Normatividad Local	Dominio de las NIIF y su correcta aplicación en el contexto colombiano, así como conocimiento en normativas contables y fiscales locales, como el Estatuto Tributario colombiano. Esta competencia es crucial para asegurar la conformidad con los requisitos legales y la transparencia de la información financiera de la empresa.	X		
2	Planificación y gestión tributaria	Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia fiscal adecuada, optimizando los pagos de impuestos y asegurando el cumplimiento de obligaciones tributarias nacionales y municipales. Esto implica conocimiento profundo de la legislación tributaria colombiana, incluyendo temas como IVA, renta, retenciones en la fuente y aportes parafiscales.	X		
3	Manejo de Herramientas Tecnológicas y Software Contable	Dominio de software contable y de gestión empresarial, tales como SAP, Oracle y ERP locales, además de un nivel avanzado en	X		

		herramientas de Microsoft Office (especialmente Excel). Esto facilita una administración contable eficiente y la generación de informes financieros precisos y automatizados.			
4	Control interno y gestión de auditoría	Habilidad para establecer y monitorear controles internos robustos, asegurando la integridad de la información financiera y operativa. Además, experiencia en la ejecución de auditorías internas que contribuyen a minimizar riesgos y detectar posibles fraudes o ineficiencias dentro de la empresa.	X		
5	Análisis y reporte financiero	Analizar estados financieros y realizar informes detallados sobre la situación económica de la empresa. Esto implica la capacidad de interpretar indicadores financieros, evaluar la rentabilidad y dar recomendaciones para mejorar la toma de decisiones empresariales.	X		
6	Gestión de costos y presupuesto	Habilidad para desarrollar y gestionar presupuestos alineados con los objetivos de la empresa, así como conocimientos en técnicas de control y análisis de costos. Esta competencia permite al contador público monitorear y optimizar los recursos, mejorando la rentabilidad de la empresa comercial.	X		

7	Gestión de tesorería y flujo de caja	Competencia en el manejo de flujo de caja y tesorería, asegurando que la empresa cuente con los recursos necesarios para cumplir con sus obligaciones financieras. Incluye la proyección de entradas y salidas de dinero, así como la optimización de la liquidez de la empresa comercial.	X		
8	Comunicación efectiva y habilidad para trabajar en equipo	Habilidad para comunicar información financiera de forma clara y comprensible a distintas áreas de la empresa, facilitando la colaboración interdepartamental. Un contador público con esta competencia puede explicar conceptos contables a equipos no financieros y contribuir a una gestión organizacional efectiva.		X	

Fuente: elaboración propia.

Área de ventas y atención al cliente

Tabla 14. Características del asesor comercial

TECH IMPORT GLOBAL IMPORT	Tech Import Popayán SAS
CARGO: ASESOR COMERCIAL **TIPO DE CONTRATO:** Prestación de servicio	
OBJETIVO: Responsable de las ventas y la satisfacción del cliente, desde la atención inicial hasta el soporte postventa.	

FUNCIONES:

- Gestión de ventas directas, en tienda o en línea.
- Asesoramiento al cliente sobre productos tecnológicos y su uso.
- Atención y resolución de quejas y solicitudes de los clientes.
- Realización de encuestas de satisfacción y seguimiento postventa.

ANÁLISIS DE PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Título bachiller comercial, técnico o tecnólogo en áreas afines a la tecnología
- **Experiencia:** 1 año en cargos similares
- **Conocimientos especiales:** Capacidad de negociación y venta, habilidad para persuadir a los clientes, entender las necesidades de los clientes, ser un gran comunicador, comprender el proceso de ventas, resolver problemas, conocer el área en la que se va a desarrollar el proceso de ventas y asesoría

N.º	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Conocimiento Técnico en Soluciones Tecnológicas	Comprensión profunda de productos y servicios tecnológicos, incluyendo software, hardware, soluciones en la nube, ciberseguridad y tendencias emergentes. Este conocimiento permite al asesor comercial identificar las necesidades específicas de los clientes y proponer soluciones adecuadas, demostrando cómo la tecnología puede agregar valor a	X		

		sus operaciones y cumplir con sus objetivos			
2	Habilidades de Venta Consultiva	Aplicar un enfoque de venta consultiva, que incluye la habilidad de escuchar y comprender las necesidades del cliente, construir relaciones de confianza y ofrecer recomendaciones que resuelvan problemas específicos. Esto es esencial para personalizar propuestas, cerrar ventas efectivas y lograr la satisfacción y fidelización del cliente.	X		
3	Conocimiento del Mercado Colombiano y Estrategias Comerciales	Conocimiento del mercado local y de las particularidades del sector tecnológico en Colombia, incluyendo competencia, regulación y oportunidades de mercado. Un asesor comercial con esta competencia está al tanto de las tendencias de consumo y las necesidades específicas del mercado colombiano, lo que le permite adaptar estrategias comerciales de forma efectiva y		X	

		aprovechar oportunidades de crecimiento.			
4	Habilidades de Negociación y Cierre de Ventas	Capacidad para conducir negociaciones exitosas, manejando objeciones y superando barreras hasta llegar a un cierre satisfactorio de la venta. Esto incluye habilidades de persuasión y manejo de conflictos, así como destreza para presentar propuestas de valor competitivas que permitan lograr acuerdos beneficiosos tanto para la empresa como para el cliente.	X		
5	Orientación de resultados y cumplimiento de metas comerciales.	Compromiso con el logro de metas comerciales, estableciendo y ejecutando estrategias para cumplir y superar los objetivos de ventas. Esta competencia se enfoca en la capacidad de monitorear el desempeño, ajustar tácticas de ventas según sea necesario y mantener una actitud proactiva para alcanzar los resultados deseados.	X		

Fuente: elaboración propia.

Área de compras y logística

Tabla 15. Características de auxiliar de almacén

	Tech Import Popayán SAS

CARGO: Auxiliar de almacén
TIPO DE CONTRATO: Prestación de servicio

OBJETIVO. Encargada de gestionar las adquisiciones de productos tecnológicos y su adecuada distribución para garantizar la disponibilidad de inventario.

FUNCIONES:

- Selección y negociación con proveedores.
- Gestión de inventarios y control de existencias.
- Coordinación de la logística de entrada y salida de productos.

  Supervisión de la cadena de suministro para asegurar la llegada de productos a los clientes.

ANÁLISIS DE PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Técnico en logística
- **Experiencia:** 1 año en cargos similares
- **Conocimientos especiales:** Dominio avanzado en ofimática, conocimientos de idiomas, especialmente el inglés, manejo de software de gestión: ERP y SGA, conocimientos sobre comercio y transporte internacional, dominio de la normativa nacional e internacional en el sector de la logística.

N.º	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA

1	Gestión de inventarios y almacenamiento	Supervisar, controlar y optimizar los inventarios, asegurando la correcta organización, clasificación y almacenamiento de los productos. Esto incluye conocimientos en técnicas de rotación de inventario (PEPS, UEPS), control de existencias y uso de sistemas de gestión de inventario (WMS). Un técnico con esta habilidad minimiza pérdidas y asegura la disponibilidad de productos en tiempo real.	X		
2	Optimización de procesos logísticos	Capacidad para analizar y mejorar los procesos logísticos de la empresa, incluyendo el flujo de mercancías desde la recepción hasta la distribución final. Esta competencia implica identificar ineficiencias, reducir tiempos de espera y aplicar metodologías como Lean o Kaizen para incrementar la productividad y la satisfacción del cliente.	X		
3	Conocimiento de legislación y normativa de transporte en Colombia	Conocimiento de las leyes y normativas colombianas que regulan el transporte, manejo de mercancías y la seguridad en la cadena logística. Esto asegura el cumplimiento legal en las operaciones de distribución y transporte, así como la implementación de prácticas seguras y en conformidad con la normativa local.	X		

4	Manejo de herramientas tecnológicas y software de logística	Habilidad para operar herramientas tecnológicas de logística, como software ERP, TMS (Transportation Management Systems) y sistemas de control de inventario. Esta competencia permite una gestión logística más precisa y eficiente, facilitando el seguimiento en tiempo real de las mercancías y el procesamiento de información logística para la toma de decisiones.	X		
5	Planificación y coordinación de rutas de transporte	Capacidad para diseñar, planificar y coordinar rutas de transporte que optimicen los tiempos de entrega y reduzcan costos. Incluye conocimientos en geografía local, uso de software de geolocalización y habilidades para adaptarse a condiciones cambiantes, como el tráfico o el clima, asegurando que los productos lleguen al cliente en tiempo y forma.	X		

Fuente: elaboración propia.

Área de marketing y promoción

Tabla 16. Características de comunicador social.

TECH IMPORT GLOBAL IMPORT	Tech Import Popayán SAS
CARGO: comunicador social **TIPO DE CONTRATO:** prestación de servicio	

OBJETIVO. Responsable de la promoción y posicionamiento de la empresa, así como de la generación de estrategias de marketing que impulsan el acceso a la tecnología y la visibilidad de la marca.

FUNCIONES:

- Soporte técnico y resolución de problemas relacionados con productos vendidos.
- Capacitación y orientación en el uso de dispositivos para los clientes.
- Gestión de reparaciones y garantía de productos.
- Realización de talleres o capacitaciones sobre tecnología básica para la comunidad.

ANÁLISIS DE PUESTO

REQUISITOS:

- **Título:** Comunicador social con especialización en Marketing digital
- **Experiencia:** 2 año en soluciones de cargos informáticos
- **Conocimientos especiales:** Poseer conocimiento en manejo de redes y recursos ofimáticos

N.º	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Estrategia y planificación en marketing digital	Capacidad para desarrollar e implementar estrategias de marketing digital alineadas con los objetivos de la empresa. Incluye habilidades para realizar análisis de mercado, segmentar audiencias y planificar campañas efectivas en plataformas digitales (redes sociales, motores de búsqueda, email marketing). Esto permite	X		

		aumentar la visibilidad de la marca y generar un impacto positivo en los clientes potenciales.			
2	Creación de contenido digital y Storytelling	Habilidad para producir contenido relevante y de alta calidad que comunica los mensajes clave de la marca de manera creativa y efectiva. Incluye conocimientos en Storytelling y en la adaptación del mensaje a distintos formatos (blogs, redes sociales, vídeos, podcasts). Esta competencia permite captar la atención del público, promover la interacción y fortalecer el posicionamiento de la marca.	X		
3	Manejo de herramientas de analítica digital	Competencia en el uso de herramientas de análisis como Google Analytics, Facebook Insights y otras plataformas de medición digital. Esto permite al comunicador social interpretar datos, evaluar el rendimiento de las campañas y tomar decisiones basadas en métricas para optimizar los resultados. Un enfoque basado en datos asegura un uso eficiente de los recursos y un ROI positivo.		X	
4	Conocimiento en Gestión de Redes Sociales y Community Management	Capacidad para gestionar y dinamizar comunidades en redes sociales, promoviendo la participación activa de los usuarios y construyendo	X		

		relaciones sólidas con el público. Incluye el diseño de estrategias de contenido, interacción en tiempo real y gestión de crisis. Esta competencia es esencial para reforzar la presencia digital de la marca y crear una comunidad de clientes leales y comprometidos.			
5	Adaptación a las Tendencias de Marketing Digital y Comportamiento del Consumidor Colombiano	Habilidad para mantenerse actualizado con las últimas tendencias en marketing digital y adaptar las estrategias al comportamiento del consumidor en Colombia. Incluye conocimientos sobre el uso de dispositivos móviles, hábitos de consumo digital y preferencia por ciertos canales o contenidos en el mercado colombiano. Esto permite crear campañas relevantes y efectivas que se ajustan al perfil y necesidades de los clientes locales.		X	

Fuente: elaboración propia.

11.4. Aspecto legal de funcionamiento

11.4.1. Paso a paso de registro de una empresa S.A.S

A. Redactar el contrato o documento constitutivo de la SAS. Este documento debe incluir:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- Razón social de la sociedad
- Domicilio principal y de las sucursales
- Capital autorizado, suscrito y pagado

- Clase, número y valor nominal de las acciones
- Forma de administración y nombre de los administradores

B. Autenticar las firmas de los suscriptores del documento en la Cámara de Comercio.

C. Inscribir el documento privado en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

D. Diligenciar los formularios del Registro Único Empresarial (RUE) y el Formulario de inscripción en el RUT.

E. Pagar la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.

F. Expedir el "Certificado de Existencia y Representación Legal".

11.4.2. Constitución de la empresa

Elección del Tipo de Sociedad: En Colombia, existen diversas opciones para establecer una empresa. Para un negocio de importación de computadoras para la ciudad de Popayán, pero el tipo de sociedad que seleccionamos fue la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), regulada por la Ley 1258 de 2008. Esta figura ofrece flexibilidad administrativa y limita la responsabilidad de los socios al capital aportado, de este modo salvaguardando el patrimonio personal.

11.4.3. Registro de la empresa

Para formalizar la empresa, debemos de tener en cuenta los siguientes pasos:

- Verificar la disponibilidad del nombre es el primer paso, requiriendo una búsqueda en el Registro Nacional de Empresas y Establecimientos (RNEC) y la página web de la Cámara de Comercio del Cauca. Si el nombre está libre, se procede al siguiente paso.
- Redactar los estatutos sociales, especificando el objeto del negocio: la importación y venta de computadoras.

- Inscribir la empresa en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio correspondiente, como exige el Decreto 410 de 1971 (Código de Comercio).
- Obtener el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN, según el Decreto 2788 de 2004.

11.4.4. Obligaciones tributarias

La empresa deberá inscribirse en el régimen tributario correspondiente (común o simplificado) y cumplir con las siguientes obligaciones:

- Declarar y pagar impuestos nacionales, como el IVA, y los impuestos municipales que apliquen.

11.4.5. Registro de actividad económica

Registrar el Código CIIU 4651, correspondiente al comercio al por mayor de computadores y equipos periféricos.

11.4.6. Aspectos legales para la importación de computadoras

- Registro como Importador: La empresa debe inscribirse como importadora siguiendo los requisitos del Decreto 1165 de 2019:
- Declarar la actividad de importación en el RUT.
- Actualizar la información en el sistema de la DIAN.

11.4.7. Documentos necesarios para la importación

Para cumplir con la normatividad colombiana, es obligatorio contar con:

- Declaración de Importación: Presentada ante la DIAN.
- Factura Comercial: Emitida por el proveedor en el exterior esto quiere decir que los proveedores serán 100% legales.

- Lista de Empaque: Que detalle las características de los productos.
- Certificación de Conformidad: Según el Decreto 1595 de 2015, que regula los estándares de seguridad y eficiencia energética de los equipos.

11.4.8. Impuestos y exenciones

Exclusión del IVA: Según el artículo 424 del Estatuto Tributario, los computadores de menos de 50 UVT están exentos del IVA (aproximadamente $2,072,250 COP para 2024).

- Aranceles Aduaneros: Dependen de la clasificación arancelaria y de los acuerdos comerciales con el país de origen.

11.4.9. Procedimientos aduaneros

Los pasos para nacionalizar los productos son:

- Declarar la mercancía a través de la plataforma de la DIAN.
- Pagar los impuestos y aranceles antes de retirar los productos de la aduana.

11.4.10. Normas técnicas y seguridad

La importación de computadoras debe cumplir con las normativas técnicas en Colombia:

- Decreto 284 de 2018: Requiere certificaciones como RETIE (Reglamento Técnico de Instalaciones Eléctricas) y RETILAP (para productos relacionados con luminarias), si aplica.
- Los equipos deben cumplir con los estándares de seguridad y eficiencia energética.

11.4.11. Protección de propiedad intelectual

Si la empresa planea desarrollar o registrar una marca propia, debe hacerlo ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC):

Normativa:

- Decisión 486 de la Comunidad Andina, que regula la propiedad intelectual.
- Ley 178 de 1994, que aprueba el Convenio de París sobre protección industrial.

11.4.12. Constitución legal

Tech Import Popayán SAS es una sociedad por simplificada constituida con el fin de desarrollar y comercializar acciones tecnológicas accesibles que contribuyen a reducir la brecha digital en la ciudad de Popayán, ofreciendo productos innovadores de tecnología a precios competitivos. Su misión es facilitar el acceso de la comunidad local a nuevas tecnologías, eliminando las barreras económicas y geográficas, y brindando asesoría personalizada para el uso eficiente de estas herramientas. La empresa operará bajo principios de responsabilidad social, sostenibilidad y compromiso con la innovación tecnológica, con el propósito de impulsar el desarrollo digital y económico de la región.

Estatutos

ARTICULO 1°: - NATURALEZA Y DENOMINACIÓN. La sociedad se denomina Tech Import Popayán *S. A. S*, es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

PARÁGRAFO I: Los accionistas sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

PARÁGRAFO II: Salvo que se esté incurso en lo previsto en el Artículo 42 de la Ley 1258 del cinco (5) de Diciembre del 2008, los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

ARTICULO 2°: - DOMICILIO. La sociedad tendrá como domicilio principal el Municipio de Popayán, Departamento del Cauca, República de Colombia. Por disposición de la Asamblea de accionistas podrá establecer sucursales, agencias, establecimientos de comercio, dependencias o representaciones en otros lugares del país o del exterior.

ARTICULO 3°: - DURACIÓN: La sociedad tendrá una duración indefinida. Sin embargo, por disposición de la Junta de Socios podrá disolverse y liquidarse en cualquier tiempo.

ARTICULO 4°: - OBJETO SOCIAL: La sociedad tendrá como objeto principal las siguientes actividades: importación de productos tecnológicos, comercialización y distribución de tecnología, servicios de soporte técnico y mantenimiento, asesoría en soluciones tecnológicas, venta de accesorios y periféricos, desarrollo y comercialización de software básico, importación y comercialización de tecnología de consumo, capacitación y formación en tecnología, venta en línea, investigación y desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas.

Es de anotar que no obstante esta relación, la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita.

ARTICULO 7°: - CLASE DE ACCIONES. Las acciones de la sociedad serán ordinarias, nominativas y de capital y confiere iguales derechos a todos los titulares. Sin embargo, la Asamblea General del Accionista podrá disponer, de conformidad con la ley, la emisión de acciones con: (i) acciones privilegiadas; (ii) acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto; acciones con dividendo fijo anual y (iv) acciones de pago. Al dorso de los títulos de acciones, constarán los derechos inherentes a ellas.

ARTICULO 8°: - DERECHO DE PREFERENCIA EN LA SUSCRIPCIÓN DE ACCIONES. Los accionistas tendrán derecho a suscribir preferencialmente en toda nueva

emisión de acciones una cantidad proporcional a las que posean en la fecha en que se efectúe la oferta, la cual deberá hacerse mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista o por aviso publicado en un diario de amplia circulación en el domicilio de la sociedad. El término de la oferta no será inferior a quince (15) días hábiles, ni superior a tres meses, según se determine en el respectivo reglamento, en cada oportunidad. Sin embargo, tratándose de acciones ordinarias, la Asamblea General de Accionistas podrá, con el voto correspondiente al **70**% de las acciones representadas en la reunión, disponer que las acciones se coloquen sin preferencia para los accionistas o sin sujeción a la proporcionalidad.

ARTICULO 9°: - DERECHO DE PREFERENCIA EN LA ENAJENACIÓN DE ACCIONES: El accionista que pretenda enajenar sus acciones, deberá manifestarlo por escrito al representante legal de la sociedad, para que este dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes al recibo de la comunicación, le dé traslado de dicha oferta a los demás accionistas, los cuales tienen un tiempo máximo de 10 días calendario para que manifiesten por escrito si aceptan o no la oferta para adquirir las acciones en proporción a su participación en el capital de la compañía.

En caso de que no se manifieste interés en la adquisición o se haga parcialmente, el accionista oferente podrá negociarlo libremente, caso en el cual deberá indicar a la sociedad el nombre de quienes serán los nuevos accionistas. Toda negociación o transferencia de acciones efectuada en contravención a lo anterior, será ineficaz de pleno derecho.

ARTICULO 10°: - CLASIFICACIÓN. La sociedad tiene los siguientes órganos de dirección y administración: 1. Junta de socios. 2. Gerente General. La sociedad podrá nombrar potestativamente un Revisor Fiscal, cuyas funciones serán las establecidas en la ley.

ARTICULO 11°: - JUNTA DE SOCIOS. Constituyen la Asamblea General de Accionistas inscritos en el libro de registro de acciones o de sus representantes o mandatarios, reunidos con el quórum y las condiciones previstas en la ley y estos estatutos.

ARTICULO 12°: -PROHIBICIONES. Salvo los casos de representación legal, los administradores y empleados de la sociedad, mientras estén en ejercicio de sus cargos, no podrán representar en las reuniones de la asamblea acciones distintas de las propias, ni sustituir los poderes que para ese efecto se les confieran. Tampoco podrán votar los balances y cuentas de fin de ejercicio, ni las de la liquidación.

ARTICULO 13°: - CLASES DE REUNIONES. Las reuniones de la Junta de Socios serán ordinarias o extraordinarias. Las primeras se realizarán en los meses de febrero o marzo de cada año en la fecha, hora y lugar que se determine en la convocatoria y tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar a los administradores, determinar las directrices económicas de la misma, considerar las cuentas y balances de fin de ejercicio, resolver sobre la distribución de utilidades y acordar las providencias necesarias para el desarrollo del objeto social. Las segundas se realizarán en cualquier tiempo y tendrán como finalidad tratar los asuntos imprevistos o urgentes que debe conocer la junta.

ARTICULO 14°: REUNIONES DE LOS ÓRGANOS SOCIALES. - la Junta de socios podrá reunirse en el domicilio principal o fuera de él, aunque no esté presente un quórum universal, siempre y cuando que se cumplan los requisitos de quórum y convocatoria previstos en los artículos 31 y 33 de los presentes estatutos.

ARTICULO 15° REUNIONES POR COMUNICACIÓN SIMULTÁNEA Y POR CONSENTIMIENTO ESCRITO. - Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea

o sucesiva y por consentimiento escrito. En este evento se seguirán las reglas previstas en los artículos 19 a 21 de la Ley 222 de 1995. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

ARTICULO 16°: CONVOCATORIA A LA JUNTA DE SOCIOS. - la asamblea será convocada por el representante legal de la sociedad, por correo electrónico, vía telefónica o citación dirigida al domicilio de cada accionista, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. En el aviso de convocatoria se insertará el orden del día correspondiente a la reunión. Cuando hayan de aprobarse estados financieros de fin de ejercicio u operaciones de transformación, fusión o escisión, el derecho de inspección de los accionistas podrá ser ejercido durante los cinco (5) días hábiles anteriores a la reunión, **Parágrafo I.-** La primera convocatoria para una reunión de la asamblea de accionistas podrá incluir igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum. La segunda reunión no podrá ser fijada para una fecha anterior a los diez (10) días hábiles siguientes a la primera reunión, ni posterior a los treinta (30) días hábiles contados desde ese mismo momento.

ARTICULO 17°: RENUNCIA A LA CONVOCATORIA. - Los Socios podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la junta, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección respecto de los asuntos a que se refiere el inciso segundo del artículo 20 anterior y, por medio del mismo procedimiento indicado. Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho

a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

ARTICULO 18°: QUÓRUM Y MAYORÍAS EN LA JUNTA DE SOCIOS. - La junta deliberará con uno o varios Accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes.

ARTICULO 19°: - FUNCIONES DE LA JUNTA DE SOCIOS. Corresponde a las reuniones, el ejercicio de las siguientes funciones: 1. Definición de la Visión y Misión de la Empresa 2. Planificación Estratégica. 3. Aprobación del Presupuesto y Supervisión Financiera. 4. Evaluación y Supervisión de la Gerencia. 5. Toma de Decisiones sobre Inversiones y Expansión. 6. Revisión y Aprobación de Políticas Clave. 7. Distribución de Dividendos. 8. Revisión y Control del Cumplimiento Legal. 9. Resolución de Conflictos Internos. 10. Evaluación y Supervisión de Riesgos. 11. Las demás que señalen la ley y los estatutos y las que expresamente no estén asignadas a otro órgano social. **PARAGRAFO**: conforme lo establece el artículo 17 de la ley 1258 de 2008, se entiende que todas las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio serán ejercidas por la asamblea de accionistas y que las de administración estarán a cargo del representante legal.

ARTICULO 20°: - GERENTE GENERAL. La sociedad tendrá un Gerente General elegido por la Junta de Socio para períodos de dos (02) años, contado a partir de la inscripción en la Cámara de Comercio, quien podrá ser reelegido o removido en cualquier tiempo. El Gerente General será reemplazado en sus faltas absolutas, temporales o accidentales o en casos de

incompatibilidad o inhabilidad, por un suplente, elegido también por la Asamblea de Accionistas.

ARTICULO 21°: - REPRESENTACION LEGAL. El Gerente General será el Representante Legal de la sociedad y tendrá a su cargo la inmediata dirección y administración de los negocios sociales con sujeción a las disposiciones legales y estatutarias y a las decisiones de la asamblea general de accionistas. Todos los funcionarios y empleados de la sociedad, con excepción de los nombrados por la asamblea general, estarán subordinados a él y bajo su dirección e inspección inmediata.

ARTICULO 22°: - FUNCIONES. Son funciones del Gerente General: 1. Planificación estratégica y toma de decisiones. 2. Supervisión de todas las áreas de la empresa. 3. Establecimiento de relaciones y alianzas estratégicas. 4. Ejercer todas las funciones, facultades o atribuciones señaladas en la ley o los estatutos o las que le fije la Junta de socios y las demás que le correspondan por la naturaleza de su cargo.

PARAGRAFO. - El Gerente General podrá delegar en su suplente aquellas funciones que por ley o los estatutos no le corresponda ejercer de manera privativa. Así mismo, podrá reasumir en cualquier tiempo las funciones que hubiere delegado.

ARTICULO 23°: - CLÁUSULA COMPROMISORIA. Las diferencias que ocurran entre la sociedad y los accionistas o entre éstos, con ocasión de las actividades sociales o del ejercicio de los derechos de los accionistas, la participación en las utilidades, la liquidación de la sociedad y demás cuestiones provenientes de la existencia y desarrollo del contrato social, serán sometidas a la decisión de un (1) árbitro, designado por la Cámara de Comercio de Popayán, que procederá conforme a las disposiciones legales vigentes. El fallo será en derecho. El tribunal funcionará en el Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición de la Cámara de

Comercio de Popayán. Se entiende por parte, la persona o grupo de personas que tengan una misma pretensión.

ARTICULO 24°: - REMISIÓN. En lo no previsto, la sociedad se regirá por las disposiciones contenidas en los estatutos sociales, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima y, en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades previstas en el Código de Comercio.

12. Estudio financiero

El estudio financiero es de vital importancia porque permite determinar la viabilidad del proyecto, si es económicamente sostenible y rentable, ya que proporciona una visión clara de la viabilidad económica del proyecto, permitiendo evaluar los costos del producto, los ingresos esperados, el flujo de efectivo y los posibles retornos de inversión.

Es de destacar el Balance General, el Estado de Pérdidas y Ganancias, así como el Flujo de Efectivo. Estos no solo sirven como registros contables, sino que constituyen herramientas fundamentales para la toma de decisiones estratégicas, proporcionando una visión integral que orienta el rumbo de la empresa hacia el éxito sostenible.

12.1. Inversiones en el proyecto

Es la asignación de recursos financieros, humanos y materiales con el objetivo de llevar a cabo una iniciativa específica. Esta inversión se realiza con la expectativa de obtener beneficios a futuro, ya sea en forma de ingresos, mejoras en la eficiencia, o cualquier otro tipo de valor agregado.

12.1.1. Inversiones fijas

Las inversiones fijas para este proyecto comprenden activos de largo plazo necesarios para el desarrollo y operación del proyecto. Esto incluye la adquisición de Equipos de oficina que incluyen escritorios, sillas, archivadores y otros muebles necesarios para el funcionamiento diario; Muebles y enseres: Esto abarca tanto muebles de oficina como estanterías, mesas de reuniones, y otros artículos que faciliten un ambiente de trabajo adecuado; Equipos de cómputo: Comprenden computadores, servidores, impresoras, escáneres y otros dispositivos tecnológicos que permitan llevar a cabo las tareas del proyecto de manera eficiente; Infraestructura: Se refiere a la adaptación de espacios físicos, como oficinas, almacenes que son necesarios para las

operaciones del proyecto. Esto incluye también la instalación de sistemas eléctricos, de plomería y otros servicios esenciales para el funcionamiento; Tecnología y software: La adquisición de licencias de software, sistemas de gestión y herramientas de diseño.

Tabla 17. Inversiones fijas

INVERSION FIJA		9.850.000
TERRENOS	-	
EDIFICACIONES	-	
EDIFICACIONES	-	
TERRENOS	-	
MAQUINARIA Y EQUIPO	-	
EQUIPO DE OFICINA	5.250.000	
EQUIPÒ DE COMPUTO	3.900.000	
EQUIPO DE TRANSPORTE	-	
OTROS	700.000	

Fuente: elaboración propia.

12.1.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo abarca los recursos financieros necesarios para llevar a cabo las operaciones diarias de la empresa, el cual se destina a cubrir los costos operativos, como salarios, gastos de energía y mantenimiento de equipos etc., dependiendo de los ingresos se destina un respectivo capital de trabajo para cubrir costos para un periodo determinado.

El establecimiento cuenta con un capital de trabajo de $116.812.230 esto es fundamental para respaldar las operaciones diarias, asegurando la continuidad y eficiencia de las actividades comerciales.

Tabla 18. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	116.812.230

Fuente: elaboración propia.

12.1.3. Gastos preoperativos

Los gastos preoperativos para el proyecto comprenden aquellos gastos necesarios antes del inicio formal de la prestación del servicio. Estos incluyen costos asociados con estudios de factibilidad, gastos de constitución, permisos y licencias, gastos de inauguración, requeridos para operar etc.; pero pueden variar según la complejidad y el alcance del proyecto, que también pueden incluir Consultorías y asesorías: Contratar expertos para realizar análisis específicos; Investigación de mercado: Gastos relacionados con encuestas, entrevistas, y recolección de datos; Evaluaciones técnicas y de infraestructura: Costos de análisis y pruebas técnicas; Costos legales: Gastos asociados con la obtención de permisos y cumplimiento de regulaciones; Análisis financiero: Costos de proyecciones y estudios económicos. Estos desembolsos iniciales son esenciales para establecer una base sólida y asegurar que la empresa cumpla con sus obligaciones desde sus primeras etapas.

Tabla 19. Gastos preoperativos

GASTOS PREOPERATIVOS		**4.785.000**
Estudio de factibilidad	1.000.000	
Gastos de Constitución	500.000	
Licencias y Permisos		
Gastos Inauguración	250.000	
Adecuaciones e Instalaciones	600.000	
Publicidad inicial	500.000	
Software Contable	1.500.000	
Diseño de Página Web		
Entrenamiento de Personal		
Imprevistos	435.000	

Fuente: elaboración propia.

12.2. Costos de operación y financiación

Los costos de operación abarcan los gastos administrativos y de ventas recurrentes asociados con el producto, como salarios del personal, mantenimiento de equipos, costos de servicios públicos, arrendamiento, publicidad, etc. Los costos de operación y de financiación, son cruciales para la gestión financiera efectiva del proyecto y para garantizar su viabilidad.

12.2.1. Costo del producto vendido

Los costos del producto desempeñan un papel crucial en la estructura financiera. La gestión efectiva de estos costos no solo garantiza la rentabilidad del negocio, sino que también contribuye a la satisfacción del cliente.

Tabla 20. Costo del producto vendido

COSTO DE VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVENTARIO INICIAL	0	0	0	0	0
COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO	1.044.000.000	1.127.520.000	1.217.721.600	1.315.139.328	1.420.350.474
PRODUCTOS DISPONIBLES PARA LA VENTA	1.044.000.000	1.127.520.000	1.217.721.600	1.315.139.328	1.420.350.474
INVENTARIO FINAL	0	0	0	0	0
COSTO DE VENTAS	1.044.000.000	1.127.520.000	1.217.721.600	1.315.139.328	1.420.350.474

Fuente: elaboración propia.

12.2.2. Gastos operativos

Los gastos operativos del proyecto comprenden los gastos de administración y los gastos en ventas.

12.2.3. Gastos administrativos

Los gastos administrativos abarcan costos asociados con la gestión, dirección y operación diaria del proyecto, incluyendo Identificación de Personal Administrativo: Se realizó un análisis detallado para identificar las posiciones administrativas necesarias, como gerentes, secretarios, contadores y otros empleados esenciales para la gestión del proyecto. Se determinaron los

sueldos y beneficios correspondientes para cada puesto. Alquiler de Oficinas: Se evaluaron diferentes opciones de espacios de oficina en términos de ubicación, tamaño y costo. Se seleccionó la opción más adecuada y se incluyeron los costos de renta mensual en el presupuesto. Inventario de Suministros de Oficina: Se realizó una lista de todos los suministros de oficina necesarios para el funcionamiento diario, como papel, bolígrafos, carpetas y equipos de escritura. Se estimaron los costos de adquisición de estos suministros. Servicios Públicos: Se calcularon los costos mensuales de servicios esenciales como electricidad, agua, teléfono e internet, basados en el consumo promedio y las tarifas locales. Honorarios Profesionales: Se identificaron las necesidades de consultorías externas, servicios legales y contables, y se incluyeron los honorarios correspondientes para estos profesionales. Software y Licencias: Se determinaron las herramientas informáticas y software de gestión necesarios para la operación administrativa, y se incluyeron los costos de adquisición y actualización de licencias en el presupuesto.

Tabla 21. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
	VALOR MENSUAL	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
NOMINA		75.481.781	81.520.323	88.041.949	95.085.305	102.692.129
HONORARIOS	2.000.000	24.000.000	25.680.000	27.477.600	29.401.032	31.459.104
ARRENDAMIENTO	900.000	10.800.000	11.556.000	12.364.920	13.230.464	14.156.597
SEGUROS		-	-	-	-	-
INTERNET	80.000	960.000	1.027.200	1.099.104	1.176.041	1.258.364
ACUEDUCTO	70.000	840.000	898.800	961.716	1.029.036	1.101.069
ENERGIA	150.000	1.800.000	1.926.000	2.060.820	2.205.077	2.359.433
LEGALES		-	-	-	-	-
MANTENIMEINTO	**50.000**	600.000	642.000	686.940	735.026	786.478
PAPELERIA	80.000	960.000	1.027.200	1.099.104	1.176.041	1.258.364
FOTOCOPIAS	10.000	120.000	128.400	137.388	147.005	157.296
DEPRECIACION		1.445.000	1.445.000	1.445.000	1.445.000	1.445.000
SUBTOTAL		41.525.000	44.330.600	47.332.592	50.544.723	53.981.704
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION		**117.006.781**	**125.850.923**	**135.374.541**	**145.630.028**	**156.673.834**

Fuente: elaboración propia.

12.2.4. Gastos en ventas

Los gastos de ventas abarcan los recursos destinados a la comercialización y promoción del servicio tales como la publicidad del establecimiento.

Tabla 22. Gastos en ventas

GASTOS EN VENTAS						
	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
NOMINA		38.924.981	42.038.979	45.402.098	49.034.265	52.957.007
PUBLICIDAD	200.000	2.400.000	2.568.000	2.747.760	2.940.103	3.145.910
SUBTOTAL		2.400.000	2.568.000	2.747.760	2.940.103	3.145.910
TOTAL GASTOS EN VENTAS		**41.324.981**	**44.606.979**	**48.149.858**	**51.974.369**	**56.102.917**

Fuente: elaboración propia.

12.2.5. Gastos de financiación

Los gastos de financiación se refieren a los intereses y pagos asociados con préstamos u otras formas de financiamiento utilizadas para establecer y operar en el establecimiento.

Tabla 23. Amortización de gastos preoperativos

AMORTIZACION GASTOS PREOPERATIVOS						
	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS PREOPERATIVOS	4.785.000	957.000	957.000	957.000	957.000	957.000

Fuente: elaboración propia.

12.3. Financiación del proyecto

La financiación del proyecto implica la búsqueda de recursos para cubrir la inversión inicial, como la inversión fija, los gastos preoperativos y el capital de trabajo, siendo como fuentes de financiación, como créditos con el sector financiero, esto desempeña un papel fundamental en proporcionar el capital necesario. La financiación conlleva a realizar la amortización del crédito teniendo en cuenta la cuota fija, los intereses y los abonos al crédito.

12.3.1. Tabla de amortización

La tabla de amortización detalla la distribución periódica de los pagos asociados con préstamos utilizados para cubrir parte de la inversión total del proyecto. Al estructurar los pagos a lo largo del tiempo, la tabla de amortización proporciona una visión clara de cómo cada año, se paga una cuota fija de $3,718,467. La porción de intereses de esta cuota disminuye a medida que se reduce el saldo del crédito, y, en consecuencia, la porción de abono al capital aumenta. Esto es típico de un plan de amortización donde los pagos son constantes, pero la composición de estos pagos cambia con el tiempo para reflejar la reducción del saldo principal.

Tabla 24. Amortización del crédito

AMORTIZACION DEL CREDITO						
	CREDITO	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
SALDO	10.000.000	8.781.533	7.258.448	5.354.593	2.974.774	-
CUOTA FIJA		3.718.467	3.718.467	3.718.467	3.718.467	3.718.467
INTERESES		2.500.000	2.195.383	1.814.612	1.338.648	743.693
ABONOS AL CREDITO		1.218.467	1.523.084	1.903.855	2.379.819	2.974.774

Fuente: elaboración propia.

12.4. Proyecciones financieras

Las proyecciones financieras son una herramienta esencial para el proyecto de importaciones de computadores, estas proyecciones se refieren a los estados financieros como el estado de resultados, flujo de efectivo y balance general, esto ofrece una visión anticipada del desempeño económico futuro.

12.4.1. Estado de los resultados

El estado de resultados ofrece una panorámica detallada de la rentabilidad financiera. Este estado contable muestra los ingresos generados por los ingresos relacionados por la prestación del servicio, así como los costos del servicio, los gastos administrativos, los gastos en ventas y los

gastos financieros. También muestra un crecimiento continuo en ventas y utilidades, lo que indica una tendencia positiva para el negocio. A medida que los ingresos aumentan, también lo hacen los costos, gastos y utilidades, lo cual es típico en un negocio en expansión. La reducción de los gastos financieros y el incremento de la utilidad operacional reflejan una buena gestión financiera y operativa

Tabla 25. Estado de los resultados

ESTADO RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS……	1.370.946.000	1.480.621.680	1.599.071.414	1.726.997.128	1.865.156.898
COSTO DE VENTAS……	1.044.000.000	1.127.520.000	1.217.721.600	1.315.139.328	1.420.350.474
UTILIDAD BRUTA……	326.946.000	353.101.680	381.349.814	411.857.800	444.806.424
GASTOS ADMON	117.006.781	125.850.923	135.374.541	145.630.028	156.673.834
GASTOS VENTAS	41.324.981	44.606.979	48.149.858	51.974.369	56.102.917
AMORTIZACION DIFERIDOS	902.000	902.000	902.000	902.000	902.000
UTILIDAD OPERACIONAL	167.712.238	181.741.777	196.923.416	213.351.402	231.127.673
GASTOS NO OPERACIONALES					
GASTOS FINANCIEROS	2.500.000	2.195.383	1.814.612	1.338.648	743.693
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS……	165.212.238	179.546.394	195.108.804	212.012.754	230.383.979
IMPUESTO DE RENTA	57.824.283	62.841.238	68.288.081	74.204.464	80.634.393
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS…….	107.387.955	116.705.156	126.820.722	137.808.290	149.749.587
RESERVA LEGAL	10.738.795	11.670.516	12.682.072	13.780.829	14.974.959
UTILIDAD NETA……	96.649.159	105.034.641	114.138.650	124.027.461	134.774.628

Fuente: elaboración propia.

12.4.2. Flujo de efectivo proyectado

El flujo de efectivo del proyecto representa la entrada y salida de efectivo durante un período determinado. Este análisis financiero es esencial para evaluar la liquidez de la empresa, considerando aspectos como los ingresos de las ventas, los gastos operativos y los gastos de financiamiento. Un flujo de efectivo asegura la capacidad de cubrir costos y pasivos, permitiendo al establecimiento mantener operaciones sólidas y aprovechar oportunidades estratégicas.

Tabla 26. Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS EFECTIVO……	**1.631.425.740**	**1.761.939.799**	**1.902.894.983**	**2.055.126.582**	**2.219.536.708**
EGRESOS DE EFECTIVO					
COMPRAS DE CONTADO	1.242.360.000	1.341.748.800	1.449.088.704	1.565.015.800	1.690.217.064
PAGOS A PROVEEDORES	-	-	-	-	-
PAGOS IMPUESTO IVA	51.766.450	66.261.056	71.561.940	77.286.896	83.469.847
GASTOS DE ADMINISTRACION	115.561.781	124.405.923	133.929.541	144.185.028	155.228.834
GASTOS EN VENTAS	41.324.981	44.606.979	48.149.858	51.974.369	56.102.917
GASTOS FINANCIEROS	2.500.000	2.195.383	1.814.612	1.338.648	743.693
ABONOS AL CREDITO	1.218.467	1.523.084	1.903.855	2.379.819	2.974.774
IMPUESTO DE RENTA		57.805.033	62.821.988	68.268.831	74.185.214
TOTAL EGRESOS DE EFECTIVO……	**1.454.731.679**	**1.638.546.259**	**1.769.270.499**	**1.910.449.392**	**2.062.922.344**
SALDO NETO……	**176.694.061**	**123.393.540**	**133.624.485**	**144.677.190**	**156.614.365**
SALDO INICIAL DE EFECTIVO	116.812.230	293.506.291	416.899.831	550.524.315	695.201.505
SALDO FINAL DE EFECTIVO……	**293.506.291**	**416.899.831**	**550.524.315**	**695.201.505**	**851.815.870**

Fuente: elaboración propia.

12.4.3. Flujo de efectivo proyectado

El flujo de efectivo del proyecto representa la entrada y salida de efectivo durante un período determinado. Este análisis financiero es esencial para evaluar la liquidez de la empresa, considerando aspectos como los ingresos de las ventas, los gastos operativos y los gastos de financiamiento. Un flujo de efectivo asegura la capacidad de cubrir costos y pasivos, permitiendo al establecimiento mantener operaciones sólidas y aprovechar oportunidades estratégicas.

Tabla 27. Flujo de efectivo proyectado

FLUJO DE EFECTIVO					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS EFECTIVO……	**1.631.425.740**	**1.761.939.799**	**1.902.894.983**	**2.055.126.582**	**2.219.536.708**
EGRESOS DE EFECTIVO					
COMPRAS DE CONTADO	1.242.360.000	1.341.748.800	1.449.088.704	1.565.015.800	1.690.217.064
PAGOS A PROVEEDORES	-	-	-	-	-
PAGOS IMPUESTO IVA	51.766.450	66.261.056	71.561.940	77.286.896	83.469.847
GASTOS DE ADMINISTRACION	115.561.781	124.405.923	133.929.541	144.185.028	155.228.834
GASTOS EN VENTAS	41.324.981	44.606.979	48.149.858	51.974.369	56.102.917
GASTOS FINANCIEROS	2.500.000	2.195.383	1.814.612	1.338.648	743.693
ABONOS AL CREDITO	1.218.467	1.523.084	1.903.855	2.379.819	2.974.774
IMPUESTO DE RENTA		57.805.033	62.821.988	68.268.831	74.185.214
TOTAL EGRESOS DE EFECTIVO……	**1.454.731.679**	**1.638.546.259**	**1.769.270.499**	**1.910.449.392**	**2.062.922.344**
SALDO NETO……	**176.694.061**	**123.393.540**	**133.624.485**	**144.677.190**	**156.614.365**
SALDO INICIAL DE EFECTIVO	116.812.230	293.506.291	416.899.831	550.524.315	695.201.505
SALDO FINAL DE EFECTIVO……	**293.506.291**	**416.899.831**	**550.524.315**	**695.201.505**	**851.815.870**

Fuente: elaboración propia.

12.4.4. Balance general proyectado

El balance general proyectado ofrece una visión anticipada de cómo los elementos del balance, como activos, pasivos y patrimonio neto, evolucionan en el tiempo. Este análisis proporciona información esencial para la toma de decisiones, permitiendo anticipar cambios en la estructura financiera y tomar medidas preventivas, esto es fundamental para planificar y gestionar eficazmente pasivos y mantener un equilibrio financiero. Inicialmente muestra una situación financiera sólida con un total de activos de $131,172,230, un total de pasivos de $10,000,000, y un patrimonio de $121,172,230. La empresa tiene una buena cantidad de efectivo disponible y una baja carga de deuda, lo que sugiere una posición financiera estable y una buena base para iniciar operaciones.

Tabla 28. Balance general inicial

BALANCE GENERAL INICIAL		
ACTIVO		
Caja	116.812.230	
Equipo Oficina	5.250.000	
Equipo de computo	3.900.000	
Otros	700.000	
Diferidos	4.785.000	
TOTAL DEL ACTIVO.....		131.447.230
PASIVO		
Obligaciones Financieras	10.000.000	
TOTAL DEL PASIVO.....		10.000.000
PATRIMONIO		
Capital social	121.447.230	
TOTAL DEL PATRIMONIO.....		121.447.230
TOTAL DELPASIVO MAS PATRIMONIO.....		131.447.230

Fuente: elaboración propia.

12.4.5. Análisis del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es aquel donde los ingresos cubren los costos fijos y los costos variables, donde los volúmenes de ventas son iguales a los costos y gastos, donde no hay utilidades ni perdidas. Los gastos fijos aumentan cada año, comenzando en 160.831.762 y subiendo a 213.520.444. Esto puede ser debido a la inflación o a un incremento en la escala de operaciones. Los costos variables también aumentan de manera constante cada año, de 1.044.000.000 a 1.420.350.474. Esto sugiere un crecimiento en la producción o ventas. Las ventas proyectadas aumentan de 1.370.946.000 a 1.865.156.898. Esto es una señal positiva, ya que muestra un crecimiento en las ventas y en la demanda de los productos o servicios. El punto de equilibrio también muestra un incremento, de 674.397.791 a 895.331.335. Aunque esto parece alto, es importante notar que el porcentaje del punto de equilibrio sobre las ventas proyectadas

disminuye del 49,19% al 48,00%, lo cual es positivo. El margen de seguridad aumenta del 50,8% al 52,0%. Esto significa que la empresa tiene un colchón más amplio sobre el punto de equilibrio, lo cual es un signo positivo de estabilidad financiera. El tiempo para alcanzar el punto de equilibrio disminuye ligeramente, de 5,90 meses a 5,76 meses. Esto sugiere una mayor eficiencia y una recuperación más rápida de los costos. Los datos muestran un crecimiento saludable y sostenible, el aumento en los gastos fijos y variables es superado por el crecimiento en ventas. Además, la disminución del porcentaje del punto de equilibrio sobre las ventas proyectadas y el aumento del margen de seguridad indican una mejora en la eficiencia operativa y una mayor estabilidad financiera.

Tabla 29. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Gastos Fijos	160.831.762	172.653.286	185.339.011	198.943.045	213.520.444
Costos Variables	1.044.000.000	1.127.520.000	1.217.721.600	1.315.139.328	1.420.350.474
Ventas	1.370.946.000	1.480.621.680	1.599.071.414	1.726.997.128	1.865.156.898
Punto Equilibrio	674.397.791	723.967.663	777.161.291	834.205.564	895.331.335
Margen de seguridad	50,8%	51,1%	51,4%	51,7%	52,0%
PE: % sobre las ventas proyectadas	49,19%	48,90%	48,60%	48,30%	48,00%
Tiempo en que se alcanza el PE (Meses)	5,90	5,87	5,83	5,80	5,76

Fuente: elaboración propia.

12.5. Evaluación del proyecto

Para la evaluación económica del proyecto utilizamos indicadores financieros como: El Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Beneficio-Costo (B-C), lo cual nos da como resultado si el proyecto es o no viable.

Para la realización de la evaluación del proyecto se necesita la tasa interna de oportunidad (TIO) que es la tasa que el inversionista desea que le rente el proyecto, para lo cual se tiene en cuenta, la tasa de DTF, la tasa de rentabilidad que se desea y la tasa de inflación. Cuando la

evaluación es con financiación se debe hallar el costo promedio ponderado del capital, teniéndose en cuenta el porcentaje de participación del pasivo y patrimonio con respecto a los activos, como también la tasa interna de oportunidad y la tasa de financiación.

Tabla 30. Evaluación financiera del proyecto

EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO				
TASA DE OPORTUNIDAD DE ACCIONISTA				
DTF	0,08			
TASA DE UTILIDAD	0,20			
TASA INFLACION	0,07			
TOTAL	0,39	39%		
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (CPPC)				
	TOTAL	% DE PARTICIPACION	TASA DESPUES IMPUESTOS	CPPC
PASIVOS	10.000.000	0,08	0,16	0,012
PATRIMONIO	121.447.230	0,92	0,39	0,357
ACTIVO	131.447.230	1		
CPPC				0,37
TASA INFLACION PROMEDIO				
TASA RIESGO				-
TOTAL….				0,37
			WACC	0,37

Fuente: elaboración propia.

Tabla 31. Flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACION						
	INVER. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO	(9.850.000)					
ACTIVO DIFERIDO	(4.785.000)					
CAPITAL DE TRABAJO	-116812230					
UTILIDAD OPERAC DESPUES IMPUESTOS		108.977.205	118.096.405	127.964.470	138.642.662	150.197.237
DEPRECIACION		1.445.000	1.445.000	1.445.000	1.445.000	1.445.000
AMORTIZACION DIF.		957.000	957.000	957.000	957.000	957.000
RECUPERACION ACTIVO FIJO						2.625.000
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						116.812.230
FLUJO NETO	- 131.447.230	111.379.205	120.498.405	130.366.470	141.044.662	272.036.468

Fuente: elaboración propia.

Tabla 32. Flujo de caja con financiación

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACION						
	INVER. INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO FIJO	(9.850.000)					
ACTIVO DIFERIDO	(4.785.000)					
CAPITAL DE TRABAJO	(116.812.230)					
FINANCIACION	10.000.000					
FLUJO DE CAJA ECONOMICO		111.379.205	120.498.405	130.366.470	141.044.662	272.036.468
GASTOS FINANCIEROS		2.500.000	2.195.383	1.814.612	1.338.648	743.693
ABONOS AL CREDITO		1.218.467	1.523.084	1.903.855	2.379.819	2.974.774
BENEFICIO TRIBUTARIO		850.000	746.430	616.968	455.140	252.856
FLUJO NETO FINANCIERO	- 121.447.230	108.510.738	117.526.368	127.264.971	137.781.335	268.570.856

Fuente: elaboración propia.

12.6. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad nos indica que tan sensible es el proyecto a los cambios económicos, en nuestro caso la variable es que le suceda al proyecto, si en un futuro, los ingresos se disminuyen en un 10%, por lo tanto, se debe realizar nuevamente un flujo de caja disminuyendo las ventas en un 10%

12.6.1. Análisis de sensibilidad sin financiación

El Valor Presente Neto (VPN) de $109.331.669 indica que el VPN mayor 0 por lo tanto el proyecto sin financiación y una disminución de las ventas en un 10% el proyecto es viable, La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 91% es mayor a la TIO del 39% igualmente con dicha disminución, el proyecto es viable y El Beneficio Costo (B/C) de 2,15 mayor a 1 significa que, por cada cien pesos invertidos, se obtiene 2,15 pesos, lo cual indica que el proyecto con una disminución es viable.

Tabla 33. Evaluación financiera sin financiación

EVALUACION FINANCIERA SIN FINANCIACION		
Flujo caja		
	TASA DESCUENTO	
VPN	0,39	109.331.669
TIR		91%
B/C		2,15
RECUPERACION INVERSION		

Fuente: elaboración propia.

12.6.2. Análisis de sensibilidad con financiación

El Valor Presente Neto (VPN) de $120.338.664 indica que el VPN es mayor a 0 por lo tanto el proyecto con financiación y una disminución de las ventas en un 10% el proyecto es viable, La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 96% es mayor a la TIO del 37% igualmente con dicha disminución, el proyecto es viable y El Beneficio Costo (B/C) de 2,4 mayor a 1 significa que, por cada cien pesos invertidos, se obtiene 2,4 pesos, lo cual indica que el proyecto con una disminución es viable.

Tabla 34. Evaluación financiera con financiación

EVALUACION FINANCIERA CON FINANCIACION		
Flujo caja		
	TASA DESCUENTO	
VPN	0,37	120.338.664
TIR		96%
B/C		2,4
RECUPERACION INVERSION		

Fuente: elaboración propia.

13. Análisis de impacto económico-social ambiental

El objetivo del plan de mitigación de una empresa importadora de equipos de cómputo para la ciudad de Popayán debe considerar diversos factores externos que impactan directamente en la

viabilidad del negocio. Debido a que en el diagnóstico del trabajo se utilizó la herramienta de análisis PESTEL, que nos permite examinar cómo las variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales influyen en el entorno del negocio.

13.1. Impacto económico y estrategias de mitigación

El entorno económico de Colombia presenta tanto amenazas como oportunidades para una empresa importadora de computadores. Entre las principales amenazas se encuentra el aumento de aranceles por importaciones y la inflación, que podrían afectar el costo final de los productos. Sin embargo, también existen oportunidades, como el aumento de los ingresos de los colombianos, lo que facilita la adquisición de productos tecnológicos.

Estrategias para Mitigar Amenazas Económicas:

Negociación con Proveedores Internacionales: Para minimizar el impacto de los aranceles y los costos logísticos, se recomienda negociar acuerdos a largo plazo con proveedores internacionales. Esto permitiría aprovechar precios más bajos por compras al por mayor y reducir el impacto de la fluctuación de precios debido a la inflación o la devaluación de la moneda.

Diversificación de Proveedores y Productos: La empresa debe buscar diversificar tanto sus proveedores como los productos que ofrece. Al contar con una gama de productos que abarque desde equipos básicos hasta avanzados, se podría atender diferentes segmentos de mercado, lo cual permitiría mantener la competitividad incluso cuando los precios de los productos más caros se vean afectados por la inflación.

Estrategias de Financiamiento: Para mitigar el impacto de la inflación y los altos costos, se podría explorar la creación de un programa de financiamiento propio o asociarse con entidades financieras para ofrecer crédito accesible a los consumidores. Esto facilitaría la

adquisición de equipos, especialmente en un contexto donde los precios puedan aumentar debido a factores económicos externos.

Oportunidades Económicas:

Aumento de la Demanda y del Nivel de Ingresos: Aprovechar el aumento de los ingresos de los ciudadanos y la creciente demanda de tecnología puede generar un ciclo positivo de crecimiento. Ofrecer productos a precios competitivos mediante una gestión eficiente de costos, gracias a las estrategias mencionadas, puede permitir a la empresa capturar una cuota significativa del mercado.

13.2. Impacto social y estrategias de mitigación

El entorno social presenta tanto desafíos como oportunidades. Entre las amenazas se encuentra el bajo nivel socioeconómico de muchas personas en Popayán, lo cual dificulta el acceso a productos tecnológicos. Sin embargo, también existen oportunidades derivadas de un alto nivel de aceptación de las tecnologías y un aumento en la demanda de computadoras, lo cual puede abrir nuevas avenidas de crecimiento.

Estrategias para Mitigar Amenazas Sociales:

Programas de Alfabetización Digital: Para contrarrestar la brecha de conocimiento sobre el uso de tecnología, se deben implementar programas de formación en habilidades digitales. Estos programas pueden incluir talleres presenciales y en línea, con el objetivo de enseñar desde lo más básico (cómo encender y usar una computadora) hasta conceptos más avanzados. Estos programas podrían ser gratuitos o subsidiados, especialmente para personas de bajos recursos, y se podrían realizar en colaboración con organizaciones locales.

Subsidios para Comunidades Vulnerables: Ofrecer subsidios o precios especiales para estudiantes y personas con bajos ingresos. Esto podría facilitar que los sectores más desfavorecidos accedan a la tecnología, permitiendo la inclusión digital y mejorando el nivel educativo de la población.

Convenios con Instituciones Educativas: Establecer alianzas con escuelas y universidades locales para proveer computadoras a precios reducidos o con planes de pago accesibles. Esto no solo contribuiría al acceso de equipos tecnológicos, sino que también aumentaría la demanda de computadoras en el mercado.

Oportunidades Sociales: Aumento en la Demanda de Computadores: La tendencia al alza en el uso de computadoras para actividades educativas, laborales y de emprendimiento representa una gran oportunidad. La empresa puede centrarse en ofrecer productos de calidad a precios accesibles y crear un fuerte vínculo con la comunidad mediante programas educativos y de sensibilización sobre los beneficios de la tecnología.

13.3. Impacto tecnológico y estrategias de mitigación

La rapidez de los avances tecnológicos representa tanto una oportunidad como un desafío. Los constantes cambios en la tecnología pueden hacer que los equipos rápidamente se vuelvan obsoletos, lo que podría afectar la demanda de los productos importados. Además, la compatibilidad de software y hardware con los estándares locales es un factor crucial para el éxito de la empresa.

Estrategias para Mitigar Amenazas Tecnológicas: Selección Cuidadosa de Productos: Para evitar problemas de obsolescencia tecnológica, se debe invertir en productos que estén alineados con las tendencias globales y que sean compatibles con los sistemas locales. Además, se debe

ofrecer soporte para la instalación de software y garantizar que los productos sean fácilmente actualizables.

Alianzas con Proveedores de Soporte Técnico: Crear alianzas estratégicas con empresas locales de soporte técnico y mantenimiento. Esto asegurará que los consumidores tengan acceso a servicios de reparación y repuestos, lo cual puede extender la vida útil de los equipos y aumentar la satisfacción del cliente.

Capacitación y Soporte al Usuario: Es importante que la empresa ofrezca tutoriales y asistencia personalizada para asegurar que los consumidores sepan cómo usar correctamente las computadoras, especialmente si se trata de usuarios principiantes o personas que no están familiarizadas con la tecnología.

Oportunidades Tecnológicas: Innovación y Nuevas Tecnologías: El constante avance de la tecnología ofrece la posibilidad de introducir equipos innovadores en el mercado. Al mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias y ofrecer productos innovadores, la empresa puede atraer a consumidores interesados en las nuevas tecnologías, lo que podría convertirse en una ventaja competitiva importante.

13.4. Impacto ambiental y estrategias de mitigación

El impacto ambiental de la importación de computadoras es una preocupación creciente, debido al manejo de residuos electrónicos y la contaminación generada durante la fabricación y disposición final de los equipos.

Estrategias para Mitigar Impactos Ambientales: Implementación de Prácticas de Reciclaje: Establecer un programa de reciclaje para equipos electrónicos. Los consumidores pueden

devolver sus computadoras viejas a la empresa para que sean recicladas de manera adecuada. Esto puede ayudar a reducir el impacto ambiental y aumentar la fidelidad del cliente.

Cumplimiento de Normativas Ambientales: Asegurarse de que todos los productos importados cumplan con las normativas ambientales tanto locales como internacionales. Implementar políticas de producción y distribución que reduzcan el impacto ambiental, como el uso de empaques reciclables y la optimización de la cadena de suministro para reducir las emisiones de carbono.

Incentivos Fiscales por Responsabilidad Ambiental: Al adoptar prácticas empresariales responsables con el medio ambiente, la empresa puede beneficiarse de incentivos fiscales y obtener una ventaja competitiva en el mercado. Además, esto mejorará la imagen de la empresa, atrayendo a consumidores que valoran la sostenibilidad.

14. Conclusiones

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la importación de equipos de cómputo en la ciudad de Popayán ha permitido identificar una serie de aspectos clave que podrían determinar tanto el éxito como los desafíos que enfrentaría este proyecto. A través de un análisis exhaustivo de diversos factores, se ha logrado una visión clara de las oportunidades y amenazas presentes en el entorno local e internacional, lo que permitirá a la empresa tomar decisiones estratégicas informadas para su implementación y crecimiento.

Uno de los aspectos más destacados del estudio es el análisis PESTEL, el cual ha revelado una combinación de oportunidades y amenazas que impactan directamente en la viabilidad del proyecto. Las oportunidades derivadas de acuerdos comerciales internacionales, el aumento de la demanda de equipos tecnológicos y la posibilidad de obtener beneficios fiscales por compromisos ambientales son factores que favorecen la creación de una empresa importadora de equipos de cómputo. Estos elementos ofrecen un panorama prometedor para la importación y comercialización de productos tecnológicos, abriendo la puerta a un crecimiento sostenido en el mercado. Sin embargo, también se deben considerar amenazas significativas, como el aumento de aranceles, las restricciones relacionadas con la contaminación en la importación de equipos y la inflación, que podría afectar el poder adquisitivo de los consumidores locales. Estas amenazas exigen que la empresa desarrolle estrategias de mitigación que permitan reducir su impacto y maximizar las oportunidades del entorno.

Una de las estrategias más importantes para contrarrestar estos desafíos es la negociación de precios competitivos con proveedores internacionales. Esto no solo permitirá asegurar productos a costos atractivos, sino que también permitirá ofrecer precios más accesibles a los consumidores finales, un factor clave para la penetración en el mercado local. Además, la

implementación de políticas ecológicas y sostenibles puede mejorar la imagen corporativa de la empresa, lo que le brindaría una ventaja competitiva, especialmente en un contexto en el que la responsabilidad ambiental está ganando importancia en la sociedad. Asimismo, la empresa debería aprovechar las etapas de baja inflación para asegurar precios estables y asequibles, mientras optimiza su gestión de inventarios y reduce costos operativos. A través de alianzas estratégicas y un fortalecimiento en la atención al cliente, Tech Import podría posicionarse como un actor relevante en el mercado de Popayán.

En términos de la propuesta de valor de Tech Import, se destaca su potencial para transformar el mercado local de computadores mediante la importación directa, lo que le permitirá ofrecer productos de alta calidad a precios más competitivos. La diferenciación se basa en la personalización de los equipos según las necesidades específicas de los clientes, lo que añade un valor adicional al producto y mejora la experiencia del consumidor. Además, el enfoque innovador en el servicio al cliente, combinado con una fuerte presencia en redes sociales y una tienda física, potenciará la visibilidad de la marca, estableciendo una relación cercana con los consumidores. A pesar de los aspectos positivos de esta propuesta, sería recomendable que la empresa profundice en la implementación de estrategias de fidelización a largo plazo, considerando la creciente competencia en el sector tecnológico.

Desde el punto de vista técnico, la elección de la ubicación de la empresa es fundamental para asegurar su éxito. El estudio revela que Popayán es una opción adecuada para la macro localización debido a su infraestructura, accesibilidad y el potencial de crecimiento económico en la región. A nivel micro localización, el centro de Popayán emerge como la opción más favorable debido a su alta seguridad, conectividad vial y la proximidad a una amplia base de clientes potenciales. Aunque otras zonas, como el barrio Valencia y La Esmeralda, también

presentan ventajas competitivas, como la cercanía a instituciones educativas, es importante que la empresa realice un análisis continuo del entorno para adaptarse a las demandas del mercado y las necesidades de los consumidores. Además, la empresa debería explorar la posibilidad de diversificar su oferta de productos en el futuro, para no depender únicamente de los equipos de cómputo y así mitigar riesgos asociados con la saturación del mercado.

En cuanto al tamaño del proyecto, se debe tener en cuenta la demanda local de equipos de cómputo y las capacidades operativas de la empresa. El análisis realizado muestra que la demanda en sectores específicos como el educativo, empresarial y de tecnología será un factor determinante para el éxito de la empresa. Además, la disponibilidad de recursos financieros y humanos, junto con una estrategia de expansión gradual, permitirá a la empresa establecerse de manera sólida y sostenible en el mercado local. Es importante que Tech Import considere el monitoreo constante de su cadena de suministro y la eficiencia operativa para asegurar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, lo que contribuirá a su crecimiento a largo plazo.

Desde una perspectiva social y ética, Tech Import Popayán S.A.S. se presenta como una empresa comprometida con la inclusión digital y el acceso equitativo a la tecnología. Su enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social contribuirá al progreso económico y social de Popayán y el suroccidente colombiano. A través de su visión clara y políticas orientadas a la innovación, la empresa tiene el potencial de reducir la brecha digital en la región, lo que se traducirá en un impacto positivo en la calidad de vida de los habitantes. No obstante, es fundamental que la empresa mantenga una estrategia ética coherente con su misión, asegurando la transparencia en sus operaciones y fomentando la confianza de los consumidores.

Finalmente, el estudio financiero de Tech Import es un componente esencial para la viabilidad y sostenibilidad del proyecto. Las proyecciones financieras, incluyendo el flujo de

efectivo y el balance general proyectado, permiten tener una visión clara de la rentabilidad y la liquidez del negocio. Esta planificación detallada de las inversiones, los costos operativos y las fuentes de financiación será clave para tomar decisiones estratégicas y garantizar que el proyecto se mantenga en el camino hacia el éxito. Es importante que la empresa se enfoque en un monitoreo continuo de sus resultados financieros y ajuste su estrategia conforme a los cambios en el entorno económico, asegurando un crecimiento sostenible y rentable a largo plazo.

En conclusión, Tech Import Popayán S.A.S. tiene el potencial de convertirse en un actor clave en el mercado de importación y comercialización de equipos de cómputo en la ciudad de Popayán. Con una visión clara, estrategias bien fundamentadas y un enfoque proactivo frente a las oportunidades y amenazas del entorno, la empresa puede establecerse como un referente de calidad, accesibilidad y responsabilidad social en el sector tecnológico local. Sin embargo, para asegurar su éxito a largo plazo, es crucial que la empresa mantenga un enfoque flexible y adaptativo, optimizando sus recursos y respondiendo rápidamente a las dinámicas cambiantes del mercado.

15. Recomendaciones

A partir del análisis realizado en el estudio de factibilidad para la creación de la empresa Tech Import Popayán S.A.S., se derivan varias recomendaciones que permitirán fortalecer la viabilidad y el éxito del proyecto en el largo plazo. Estas recomendaciones están orientadas a optimizar tanto la gestión estratégica como las operaciones diarias, con el objetivo de garantizar la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa en un entorno competitivo y dinámico.

15.1. Fortalecimiento de la estrategia de marketing y posicionamiento de marca

Una de las recomendaciones clave para Tech Import Popayán S.A.S. es el fortalecimiento de su estrategia de marketing y posicionamiento de marca en el mercado local. Aunque la empresa tiene un enfoque claro hacia la personalización de productos y un servicio al cliente innovador, es fundamental que se invierta en la construcción de una identidad de marca sólida y coherente. Para ello, se sugiere implementar una estrategia de marketing digital más agresiva, aprovechando el potencial de las redes sociales, el comercio electrónico y el marketing de contenido. La presencia en plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y YouTube, junto con una página web optimizada, permitirá que la empresa llegue a un público más amplio, no solo a nivel local, sino también regional. Además, las campañas de publicidad en línea pueden ser dirigidas específicamente a sectores clave como estudiantes, pequeñas y medianas empresas, y profesionales independientes que necesiten equipos de cómputo de calidad a precios competitivos.

Otra recomendación en esta área es el fortalecimiento de las promociones y descuentos especiales, que deben estar alineados con las necesidades del mercado y las expectativas de los consumidores. Las promociones de temporada, ofertas por referidos y descuentos por volumen de compra podrían atraer a más clientes y fomentar la lealtad a largo plazo. La implementación

de programas de fidelización, como puntos de recompensa o descuentos exclusivos para clientes recurrentes, podría contribuir a una mayor retención de clientes y un crecimiento sostenido de la empresa.

15.2. Diversificación de productos y servicios

Una estrategia importante que Tech Import debe considerar es la diversificación de su oferta de productos y servicios. Aunque la empresa se centrará inicialmente en la importación y comercialización de equipos de cómputo, se recomienda que, a mediano o largo plazo, explore la posibilidad de ampliar su catálogo con productos complementarios, como accesorios tecnológicos (teclados, mouses, monitores, etc.), software especializado y servicios de soporte técnico. Esta diversificación no solo permitirá a la empresa adaptarse mejor a las demandas cambiantes del mercado, sino que también fortalecerá su posición competitiva frente a otras empresas del sector.

Además, Tech Import podría considerar la prestación de servicios adicionales, como el ensamblaje de equipos personalizados, el mantenimiento y la reparación de computadoras, o incluso la capacitación en el uso de tecnologías específicas. Estos servicios agregarían valor a la propuesta de la empresa y contribuirían a la fidelización de clientes. Es importante que la empresa realice estudios de mercado periódicos para identificar nuevas oportunidades y necesidades en el mercado local, y adapte su oferta de acuerdo con las tendencias emergentes.

15.3. Optimización de la cadena de suministro y alianzas estratégicas

Una de las claves para el éxito de Tech Import será la gestión eficiente de su cadena de suministro. Dado que la empresa se dedicará a la importación de equipos de cómputo, es fundamental contar con proveedores internacionales confiables y mantener relaciones comerciales a largo plazo que aseguren precios competitivos y calidad en los productos. Para

ello, se recomienda negociar acuerdos con proveedores que ofrezcan no solo precios favorables, sino también condiciones flexibles en cuanto a plazos de entrega, garantías y soporte postventa.

Asimismo, Tech Import debería explorar la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con empresas locales, como distribuidores de accesorios tecnológicos, tiendas de electrónica y centros educativos. Estas alianzas permitirían a la empresa ampliar su red de distribución y acceder a nuevos canales de venta, como ventas al por mayor o contratos con instituciones educativas que necesiten equipos tecnológicos para sus estudiantes. Además, establecer relaciones sólidas con empresas locales puede mejorar la competitividad de la empresa en términos de precios y tiempos de entrega, lo cual es crucial en un mercado donde la demanda de productos tecnológicos es cada vez más alta.

15.4. Estrategias de sostenibilidad y responsabilidad social

Dado el creciente enfoque global hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial, Tech Import debe considerar la implementación de políticas ambientales y sociales que refuercen su imagen y posicionamiento en el mercado. En primer lugar, la empresa debería explorar la posibilidad de adoptar prácticas sostenibles en sus operaciones, como la reducción del consumo de energía en sus instalaciones, la utilización de materiales reciclables en sus empaques y la optimización de sus procesos logísticos para minimizar la huella de carbono. Además, Tech Import podría comprometerse con la recolección y reciclaje de equipos electrónicos obsoletos, lo cual no solo contribuiría a la sostenibilidad, sino que también posicionaría a la empresa como un actor responsable y comprometido con el medio ambiente.

Por otro lado, la responsabilidad social empresarial debe ser un componente clave en la estrategia de Tech Import. La empresa podría implementar programas de inclusión digital que faciliten el acceso a tecnología a sectores vulnerables de la población, como estudiantes de bajos recursos o comunidades rurales. Además, se recomienda que Tech Import desarrolle iniciativas de apoyo a la educación y la capacitación en tecnología, mediante talleres, cursos y seminarios sobre el uso adecuado de los equipos informáticos y el acceso a herramientas digitales. Este tipo de acciones no solo beneficiaría a la comunidad, sino que también fortalecería la imagen de la empresa como un referente de responsabilidad social.

15.5. Gestión financiera y análisis de rentabilidad

Finalmente, es crucial que Tech Import mantenga una gestión financiera rigurosa y eficiente para asegurar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto. A pesar de que el estudio financiero inicial proporciona una visión clara de las proyecciones de flujo de efectivo y rentabilidad, la empresa debe llevar a cabo un monitoreo constante de sus resultados financieros, ajustando su estrategia en función de las variaciones en los costos operativos, la demanda del mercado y las condiciones económicas.

Se recomienda que la empresa implemente un sistema de control financiero robusto, que permita identificar de manera temprana posibles desajustes en el flujo de efectivo y tomar decisiones correctivas. Además, Tech Import debería considerar la posibilidad de buscar fuentes adicionales de financiación, como inversores locales o fondos de apoyo a empresas tecnológicas, para fortalecer su capital de trabajo y expandir sus operaciones a un ritmo sostenido. La diversificación de las fuentes de financiación también puede ayudar a reducir los riesgos asociados con la dependencia de una única fuente de ingresos o financiamiento.

16. Referencias bibliográficas

Acevedo, S., y Areiza, J. (2022). *Estudio de factibilidad de un emprendimiento sobre la innovación en la comercialización de bonos de Carbono en el Valle de Aburrá y Oriente cercano, para contribuir con la mitigación de los daños de gases de efecto invernadero* [Tesis de maestría, Universidad EAFIT]. Repositorio EAFIT. https://repository.eafit.edu.co/items/282c2c8a-b91b-42c3-9f32-767a7219ddfc

Aguirre, F. (2005). Antecedentes del comercio justo. *Revista Vinculando, 3*(2). https://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/antecedentes_comercio_justo.html#vcite

Aguirre, J. (2005). Historia y evolución del comercio internacional. Editorial Económicas.

Alfonso, L. (2021). Relaciones comerciales y economía nacional: un análisis de Colombia con China y EE.UU. *Revista Económica Internacional, 12*(3), 77-90.

Alfonso, M. (2021). Repository U. America. Recuperado el abril de 2024, de https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/8424/1/238202-2021-I-NIIE.pdf

Alibaba.com. (2024). 15.6 Inch FHD 144Hz Screen Gamer Laptop Notebook Computer 11th Gen Core i7 32GB 1TB RTX 3060 Gaming Laptops. *Alibaba.com*. https://www.alibaba.com/product-detail/15-6-Inch-FHD-144Hz-Screen_1601205411467.html?spm=a2700.galleryofferlist.normal_offer.d_title.5ef613a0AB4JEV

Alibaba.com. (2024). A+ Grade Elitebook X360 1030 G7 2-in-1 Laptops I7 I5 7th Generation 16gb 512gb Touch Screen Used Laptops for Hp Cheap Computer. *Alibaba.com*. https://www.alibaba.com/product-detail/A-Grade-Elitebook-X360-1030-G7_11000020501264.html?spm=a2700.galleryofferlist.normal_offer.d_title.704613a03c1wmy

Alibaba.com. (2024). Smooth Gaming Pc Core I9 12900H Rtx 2080 Ti 16GB DDR4 Water Cooling Desktop Gaming Computer. *Alibaba.com*. https://www.alibaba.com/product-

detail/Smooth-Gaming-Pc-Core-I9-12900H_1600944845478.html?spm=a2700.shop_plgr.41413.3.354f71213fmZGA

Alonso, L. (2001). Relaciones comerciales y economía nacional: análisis de Colombia con China y EE.UU. *Revista Internacional de Economía*, *12*(3), 77-90.

Amador, F. (14 de noviembre, 2024). Teoría de la generación de empresa y plan de negocios. *Gestiopolis*. https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-generacion-de-empresas-y-plan-de-negocios/

Anta, G. (2023). Matriz MED y MEDI, herramientas para el análisis estratégico. *Scribd*. https://es.scribd.com/document/648636240/Matricea-MEFI-Si-MEFE

ANTS. (25 de febrero, 2024). El impacto del 2024 en las ventas de equipos de computo: tendencias y perspectivas. *ANTS Partes.* https://antspartes.com/el-impacto-del-2024-en-las-ventas-de-equipos-de-computo-tendencias-y-perspectivas/

Asociación Nacional de Comercio Exterior. (2021). *Informe Anual de Comercio Exterior*. Analdex-ANCE.

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2021). *Informe anual sobre competencia y comercio*. ANDI.

Aterhortúa, M. (2019). *Modelo de gestión de proyectos para el fortalecimiento de cadena productiva del sector lácteo del departamento de Boyacá* [Tesis de grado, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Universidad Nueva Granada.

Bazerman, M., y Moore, D. (2012). *Judgment in managerial decision making – 8th Edition*. Wiley.

Belda, L. (2024). Variaciones de precios y sus elementos. En *Marketing de Siglo XXI – 5ta Edición*. CEF – Marketing XXI. https://www.marketing-xxi.com/variaciones-de-precios-y-sus-elementos-52.htm

Bravo, E., y Muñoz, J. (2020). Evaluación financiera de proyectos: métodos y herramientas. *Revista Finanzas y Negocios*, *15*(1), 33-50.

Brigha, E., y Ehrhardt, M. (2016). *Financial management: theory & practice – 15th edition*. Cengage Learning.

Bustamante, S. (2021). *Estudio de prefactibilidad para importar y comercializar aceites de oliva y vinagres balsámicos saborizados en Colombia* [Tesis de maestría, Universidad EAFIT]. Repositorio EAFIT. https://repository.eafit.edu.co/items/4f8d71e9-6ac1-4f7e-ab28-2c339e928f7d

Cámara de Comercio de Bogotá. (2018*). Estudio sobre la informalidad y el contrabando en el sector tecnológico*. CCB.

Cámara de Comercio de Popayán. (2020). *Análisis de acceso a financiamiento para emprendedores en Popayán*. CCP.

Cardona, M., y Tabares, P. (2019). Estudio de factibilidad comercial y de mercados [Estudio de caso, Universidad de Manizales]. Ridum Universidad de Manizales. https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/5777/Cardona_Valencia_Mateo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Castañeda, J., y Macías, A. (2016). Guía metodológica para la elaboración de un estudio de factibilidad. Estudio de caso: Fabricación y venta de barras de cereal [Trabajo de grado, Universidad Distrital Francisco José de Caldas]. Repositorio Institucional UD – Sistema de Bibliotecas. https://repository.udistrital.edu.co/items/b0f4d131-41af-4c1f-ad7a-3a8ea946ef39

CEPAL. (2020). *Las tecnologías de la información y la comunicación en América Latina y el Caribe: un análisis de su impacto en el desarrollo*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Chaffey, D., y Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice – 7th Edition*. Pearson.

Daft, R. (2016). *Teoría y diseño organizacional- 12 Edición*. Ciudad de México: Cengage Learning.

DANE. (2020). *Informe sobre acceso a tecnologías de la información y comunicación en Colombia*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic

DataCrédito Experian. (14 de mayo, 2024). Tecnología en Colombia: una industria cada vez más importante dentro del crecimiento del país. *Datacrédito Experian*. https://www.datacreditoempresas.com.co/blog-datacredito-empresas/tecnologia-en-colombia-cada-vez-mas-importante/

Della Valle, E., y De Luca, P. (2021). La influencia de la educación tecnológica en la demanda de productos tecnológicos. *Revista Internacional de Marketing, 29*(3), 200-215.

DIAN. (2024). Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. DIAN. https://www.dian.gov.co

Difusión de innovaciones. (28 de enero, 2024). En *Wikipedia*. https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Difusión_de_innovaciones&oldid=157808022

Diza. (2024). Importancia de la computación. *Diza All Printed, All Connected*. https://dizaonline.com/blog/tecnologia/importancia-de-la-computacion/

Franco, C., y Mendoza, R. (2020). Factores clave para el éxito de emprendimientos tecnológicos en Colombia. *Revista de Negocios y Emprendimiento, 8*(2), 105-119.

Gelis, F. (5 de julio, 2016). Las cadenas productivas: concepto, elementos y barreras. *RedE América*. https://www.redeamerica.org/Noticias/Detalle/PgrID/1658/PageID/8/ArtMID/1370/ArticleID/345#gsc.tab=0

Gómez, F., y Rojas, M. (2019). Impacto de los emprendimientos en zonas rurales: caso de Colombia. *Revista de Tecnología y Sociedad, 15*(4), 57-68.

González, M. (2020). Tendencias en la demanda de tecnología: Un análisis del mercado actual. *Revista de Innovación y Desarrollo, 12*(1), 45-60.

Grupo Alaire. (2020). Nosotros: Grupo Alaire- Agente de aduanas. *Grupo Alaire*. https://grupoalaire.com/agente-de-aduana/

Horngren, C., Sundem, G., y Stratton, W. (2019). *Introduction to management accounting – 16th edition*. Pearson.

IDC. (2022). *Worldwide Technology Demand Forecast*. International Data Corporation.

Infoisinfo. (2024). Las 10 mejores tiendas de computadores en Popayán. *Infoisinfo*. https://popayan.infoisinfo.com.co/busqueda/computadores

Innova & Acción. (2023). Toma de decisiones I: la teoría y la matriz de decisiones. *Innova & Acción*. https://innovayaccion.com/toma-de-decisiones-la-teoria-y-la-matriz-de-decisiones#:~:text=La%20teoría%20de%20la%20decisión,mejor%20opción%20entre%20diferentes%20alternativas.

Khan, K. (2018). *Innovation and New Product Development: The New Product Development Process*. Prentice Hall.

Knight, G. (2012). *Negocios internacionales: un marco para el comercio global*. Wiley.

Kotler, P., y Keller, K. (2016). *Marketing management – 15th Edition*. Pearson Education.

Kotler, P., y Keller, K. (2020). *Marketing Management*. Pearson.

López, J., y Auner, J. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada al diseño y fabricación de bolsos y accesorios en la ciudad de Popayán* [Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Comfacauca]. Repositorio Dspace Corporación Universitaria Unicomfacauca. https://repositorio.unicomfacauca.edu.co/handle/3000/65?show=full

Lorduy, J. (20 de enero, 2023). Los dos factores que marcarán el mundo tecnológico en Colombia. *Revista Portafolio*. https://www.portafolio.co/revista-portafolio/sector-tecnologico-factores-que-marcaran-esta-industria-en-2023-577084

Manzano, C. (5 de febrero, 2023) ¿Cuál es la importancia de los ordenadores en la vida cotidiana? *EDC Confidencial Digital*. https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/noticias/cual-es-importancia-ordenadores-vida-cotidiana/20230205154850515996.html

Martínez, L., y Villamizar, J. (2021). *Comercio internacional y emprendimiento en Colombia*. Editorial Académica Colombiana.

Mazzarol, T., Soutar, G. (2002). “Push-pull” factors influencing international student destination choice. *Intenational Journal of Educational Management, 16*(2), 82-90. https://doi.org/10.1108/09513540210418403

Medina, E. (11 de julio, 2023). Análisis: ventas de PC a nivel mundial caen en el segundo trimestre de 2023. *Crónica Tech*. https://cronica.tech/tecnologia/hardware/analisis-ventas-de-pc-a-nivel-mundial-caen-en-el-segundo-trimestre-de-2023/

Mesa, M. (2011). *Estudio de factibilidad para crear una empresa de servicios de intermediación aduanera. Agencia de aduanas Global Group S.A.S Nivel 2* [Tesis de grado, Universidad del Valle]. Biblioteca Digital Univalle. https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/4e965a3d-d23b-43e3-bb5e-a080b75cbc9f/content

Mi PC Mayorista. (https://mipcmayorista.com.co).

Ministerio de Ambiente. (5 de julio, 2022). Conozca los beneficios tributarios para empresas que ayuden a proteger el medio ambiente. *MinAmbiente - Noticias*. https://www.minambiente.gov.co/conozca-los-beneficios-tributarios-para-empresas-que-ayuden-a-proteger-el-medio-ambiente/

Ministerio de Industria y Turismo. (2020). *Guía para la importación de Mercancías*. Ministerio de Industria y Turismo. www.mincit.gov.co

Ministerio de Industria y Turismo. (2020). *Informe sobre los acuerdos comerciales vigentes de Colombia. En cumplimiento de la Ley 1868 de 2017 "por medio del cual se establece la entrega de informe anual sobre el desarrollo, avance y consolidación de los acuerdos comerciales ratificados por Colombia"*. Ministerio de Industria y Turismo. https://www.tlc.gov.co/TLC/media/media-TLC/Documentos/Informe-sobre-los-Acuerdos-Comerciales-vigentes-de-Colombia.pdf

Ministerio de Minas y Energía. (2024). *Ministerio de Minas y Energía de Colombia*. Ministerio de Minas y Energía. http://www.minenergia.gov.co

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2019). *Boletín de políticas de reducción de aranceles para equipos tecnológicos*. MinTIC.

Mintzbergm H. (2016). *Estructuras Organizacionales: diseños y cambios*. McGraw-Hill.

Miscelánea Tecnológica de Popayán. (https://www.mtm.com.co).

Organización de las Naciones Unidas. (2021). *Informe sobre la brecha digital: Oportunidades y desafíos para el desarrollo*. ONU.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico de los países. (2020). *Transformación digital y el papel de las políticas: Informe de la OCDE 2020*. OCDE. https://www.oecd.org/digital/

Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). *Bussines Model Generation: a handbook for visionaries, game changers, and callengers (The Strategyzer Series)*. Wiley.

Rodrigues, N. (18 de abril, 2024). Qué es la factibilidad de un Proyecto, cómo se estudia y ejemplos. *HubSpot*. https://blog.hubspot.es/sales/que-es-factibilidad

Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Revista Katharsis, 21*, 419-448. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5850542

Ruiz, M. (14 de febrero, 2023). MEFE y MEFI, herramientas para el análisis estratégico. *Linkedin*. https://www.linkedin.com/pulse/mefe-y-mefi-herramientas-para-análisis-estratégico-ruiz-barroeta/

System Store Outlet. (https://systemstore.com.co).

Universidad de los Andes. (21 de septiembre, 2023) ¿Qué es una matriz DOFA? Descubre cómo usar esta importante herramienta. *Blogs Post Universidad de los Andes*. https://programas.uniandes.edu.co/blog/que-es-una-matriz-dofa-descubre-como-usar-esta-herramienta-para-potenciar-tus-fortalezas

Vásquez, I. (18 de diciembre, 2005). Tipos de estudio y métodos de investigación. *Gestiopolis*. https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/

Zambelli, R. (4 de diciembre, 2020) ¿Qué es una cadena de suministro y cómo gestionarla eficientemente? *Checklist Fácil*. https://es.checklistfacil.com/blog/cadena-de-suministros/

17. Anexos