



**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE TABLETAS DIGITALIZADORAS**

PRESETADO POR:

YUMMAY DURLEY LONDOÑO SÁNCHEZ ID 303278

KAROL GEYSLENE QUINTERO MELGAREJO ID 395860

ASESOR:

MAX ANTONIO CAICEDO GUERRERO

**UNIMINUTO VIRTUAL Y A DISTANCIA - UVD
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2018**

Nota de aceptación

Líder de investigación

Jurado

Jurado

DEDICATORIA:

Dedicado este proyecto primero que todo a Dios porque sin él nada sería posible. A mi amado esposo John Garzón Saavedra, a mis hermosos hijos David Santiago Garzón Londoño y María Paz Garzón Londoño, a mi madre Myriam Sánchez Beltrán y mis hermanas Claudia, Anyela, Alejandra y Diana, por estar a mi lado en las buenas y en las malas brindándome su apoyo incondicional. A mi compañera de lucha Karol Quintero, quien durante todo este tiempo batallo a mi lado para que nuestro sueño “ser profesionales” se hiciera realidad.

Yummy Durley Londoño Sánchez

DEDICATORIA:

El presente trabajo es dedicado principalmente a Dios por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante para mi formación profesional. A mis padres y hermanos, a mi esposo y a mis hijos quienes, con su gran apoyo, grandes enseñanzas y acompañamiento constante son los protagonistas de este sueño alcanzado. A mi compañera de lucha Yummy, con quien a pesar de todos los obstáculos que se nos presentaron en el camino logramos llegar juntas a alcanzar nuestra anhelada meta.

Karol Geyslène Quintero Melgarejo

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino, por darme la fuerza y la sabiduría suficiente para llevar a feliz término este gran proyecto en mi vida. A mi familia porque siempre han estado a mi lado brindándome su apoyo, cariño y respaldo en todos mis proyectos, a mi esposo por tanto amor, por ser mi amigo, mi compañero y mi cómplice incondicional en todo, a mis hijos por ser el motor total de mi vida y alentarme cuando sentía que ya no podía más. A mis profesores por tanta sabiduría compartida y a mis compañeros por permitirme aprender de ellos.

Yummay Durley Londoño Sánchez

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios por la vida y por quienes ha puesto en mi camino para llegar a hacer realidad mis sueños.

A mamita María por guiarme y acompañar a mis angelitos en mi ausencia.

A mis padres porque siempre han estado conmigo a pesar de cualquier circunstancia, dándome ánimo para no desfallecer en el camino.

A mis hermanos por ser ejemplo de vida y lucha, su acompañamiento y apoyo.

A mi esposo por estar hombro a hombro conmigo, por su sacrificio y tiempo dedicado, por hacer mis sueños también los suyos.

A mis hijos, por ser mi motor y también ejemplo de lucha, por contagiarme de su alegría y entusiasmo.

A quienes me impulsaron a emprender este camino porque creyeron en mí, a mis compañeros y maestros por su dedicación, trabajo en equipo y gran esfuerzo para alcanzar lo propuesto.

Karol Geyslène Quintero Melgarejo

TABLA DE CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
3. OBJETIVOS	3
3.1 Objetivo General.....	3
3.2 Objetivos Específicos	3
4.MARCO ADMINISTRATIVO	4
4.1 Misión	4
4.2 Visión	4
4.3 Valores	4
4.4 Comportamientos.....	5
4.5 Organigrama.	5
4.6 Cargos, funciones y perfil del personal.	5
4.7 Análisis DOFA	6
4.8 Políticas de selección de personal.....	7
5. ESTUDIO DE MERCADO	8
5.1 Análisis de sector productivo.....	8
5.2 Análisis de las cinco fuerzas de la competencia (Porter).....	9
5.3 Descripción del cliente potencial	10
5.4 Cálculo de la muestra.....	14
5.5 Selección de la técnica de recolección de información.	14
5.6 Tabulación y análisis de los resultados.....	16
6. MARCO LEGAL Y AMBIENTAL	18
7. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX	20
7.1 Estrategia de producto.	20
7.2 Estrategia de precio	21
7.3 Estrategia de plaza	22
7.4 Estrategia de promoción	22
8. ESTUDIO TÉCNICO	23
8.1 Ficha técnica del producto o servicio	23

8.2 Flujoograma	25
8.3 Localización del negocio	26
8.4 Requerimientos técnicos	27
9. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	32
9.1 Lista de precios	32
9.2 Modelo financiero	34
9.3 Nómina.	35
9.4 Crédito	36
10. CONCLUSIONES	40
11. BIBLIOGRAFIA	41

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE TABLETAS DIGITALIZADORAS

1. PLANTEAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Para entender mejor la idea de negocio, es indispensable tener claro a que hace referencia las tabletas digitalizadoras, las cuales son un periférico que permite al usuario introducir gráficos o dibujos a mano, tal como lo haría con papel y lápiz. Consiste en una superficie plana sobre la que el usuario puede dibujar una imagen utilizando el lapicero que viene junto con la tableta, la imagen no aparece en la tableta, sino que se muestra en la pantalla de la computadora.

El centro especializado @Digitalizando tiene como finalidad la creación de un sitio donde cualquier persona con intensa pasión creativa por la fotografía, el arte y el diseño, amantes de la tecnología, encuentren las tabletas digitalizadoras y sus accesorios a un excelente precio y con la asesoría necesaria para el uso adecuado y óptimo funcionamiento de las tabletas, todo esto en un mismo lugar y al instante, teniendo en cuenta que al día de hoy estos productos no cuentan con la inmediatez de la necesidad ya que la competencia se basa en órdenes de compra dando un tiempo estimado de entrega de 20 días aproximadamente.

@Digitalizando contará con el respaldo de la marca WACOM ofreciendo capacitaciones constantes a los asesores comerciales lo cual hace efectiva e inmediata la compra del cliente, gracias al acompañamiento del personal asignado y la disponibilidad de los productos en el stock, teniendo como producto estrella la tableta Intuos Pro Professional Pen & Touch, la cual por sus características es la que mayor demanda tiene en el mercado analizado.

Bogotá cuenta con gran cantidad de personas en universidades, institutos y empresas, las cuales, en su diario vivir, requieren de una tableta digitalizadora para manejar la parte de diseño, creación e innovación, lo cual hace necesario la adquisición de estas herramientas para su formación y crecimiento tanto académico como personal y profesional.

2. JUSTIFICACIÓN

Con la transformación de los medios de comunicación originados por las TICs (tecnología de la Información y Comunicación) en lo referente a la conectividad y penetración de los mismos en la vida cotidiana, se ha generado un fenómeno invasivo de la tecnología, que ha llevado al desarrollo de *hardware* especializado para acceder a estas tendencias.

De acuerdo a lo anterior, la idea surge partiendo de la pregunta: ¿Hay en Bogotá o sus alrededores un sitio donde pueda encontrar tablas para el diseño digital de manera inmediata y con la asesoría necesaria para el uso adecuado de las mismas?

Así surge la idea de crear un lugar donde se encuentre un portafolio completo de tabletas digitalizadoras, ya que no hay un sitio (físico) que cuente con estas especificaciones, para tal fin se tiene previsto trabajar con la marca WACOM, quienes actualmente son pioneros a nivel mundial en digitalización, y de esta manera poder abarcar un mercado que actualmente no es muy comercial, en donde se verán beneficiados profesionales de diseño, publicidad, arquitectura e ingeniería entre otros, asimismo estudiantes de estas carreras, como también aficionados a la fotografía y dibujo.

Adicional a esto, por el aporte que podemos ofrecer al cuidado del medio ambiente, ya que esta marca busca reemplazar la hoja de papel por lo digital.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Diseñar un centro de distribución de tabletas digitalizadoras y sus accesorios con el fin de satisfacer al instante las necesidades del cliente.

3.2 Objetivos Específicos

1. Establecer estrategias de marketing adecuadas que permitan un acercamiento al cliente final, de manera que diferencie, identifique y prefiera @digitalizando entre la competencia, logrando así posicionarse en el mercado.
2. Identificar posibles riesgos que se puedan corregir a tiempo y sin generar impactos negativos en el desarrollo de la idea de negocio.
3. Considerar un plan de gestión y mercadeo con el fin de determinar estrategias frente a la competencia y el entorno.
4. Determinar la viabilidad del negocio a través del control e información que se obtengan de datos y cifras.
5. Controlar con objetividad la oferta de las tablas digitalizadoras teniendo en cuenta tiempo de entrega, calidad y servicio.
6. Establecer la relación costo beneficio esperada para cada año del proyecto.

4. MARCO ADMINISTRATIVO

4.1. Misión Centro Especializado @Digitalizando

Ofrecer a los clientes una forma más inteligente de plasmar todas sus ideas y ser más productivos y competitivos a nivel personal y laboral, logrando conexión entre sus ideas y la línea de tablas digitalizadoras, a fin de satisfacer su necesidad y generar recordación en ellos.

4.2. Visión Centro Especializado @Digitalizando

Lograr posicionarnos en la ciudad de Bogotá, como el centro más especializado e innovador en servicio, asesoría y calidad en el mundo de tablas digitalizadoras.

4.3. Valores Centro Especializado @Digitalizando

Nuestra cultura basada en valores que garantizan una gestión ética y transparente a nuestros clientes, equipo de trabajo y demás grupos de interés.

➤ **Respeto:**

Buen trato, la construcción de relaciones internas sólidas y transparentes, atender opiniones similares y diferentes y entregar lo que se promete.

➤ **Apertura:**

Partimos de la sensibilidad y capacidad de escucha. Concebimos nuestra empresa como una nueva forma de hacer las cosas.

➤ **Sentido Común:**

Creemos firmemente que todos estamos conectados, comprometidos con nuestra razón de ser.

➤ **Innovación:**

Entendida como la entrega de propuestas diferenciadoras al cliente y el desarrollo de inteligencia de mercado.

➤ **Confianza:**

Creemos en nuestros compañeros y en su trabajo

4.4. Comportamientos Centro Especializado @Digitalizando

- Orientación a resultados
- Actitud de servicio
- Disciplina Estratégica

4.5. Organigrama Centro Especializado @Digitalizando

Empresa constituida como Sociedad por Acciones Simplificada, creada con los aportes de dos personas naturales (pequeños empresarios) con el fin de ir fortaleciendo su estructura a medida que se van alcanzando los objetivos propuestos.



Figura 1: Organigrama Centro Especializado @digitalizando (2018). Elaboración propia

4.6. Cargos, funciones y perfiles

➤ *Administrador y Vendedor:*

Es quien está al frente del negocio, lidera la fuerza comercial, vela por el cumplimiento de ventas, objetivos y procesos de garantías dando un nivel de confianza y respuesta optima al cliente final. Idea cuotas de ventas buscando clientes en universidades, empresas, centros comerciales, validando presupuesto y ventas de meses anteriores.

➤ *Asesor Especializado:*

Atiende público, brinda asesoría al instante, aclara dudas, en general, ayuda a nuestros clientes a tomar la mejor decisión de compra.

➤ **Contabilidad y Nómina:**

Su contratación es externa ya que no se requiere cien por ciento su presencia. Encargado de controlar y administrar los recursos producto del negocio, elaborar la nómina y brindar asesoría de acuerdo al resultado de los informes centrado principalmente en la estrategia financiera de la empresa.

4.7. Análisis DOFA

El principal instrumento de planificación es el resultado de este análisis, lo cual nos permite crear planes estratégicos con el fin de interactuar a tiempo mitigando los riesgos que se puedan presentar.

<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>FORTALEZA</p> <p>Amplio portafolio Inmediatez del producto Conocimiento de la marca y sus referencias. Durabilidad del hardware</p>	<p>DEBILIDAD</p> <p>Estrategias a seguir Poco reconocimiento Improvisación Falta de planeación Pocos clientes</p>
<p>FACTORES EXTERNOS</p> <p>OPORTUNIDADES</p> <p>Competitividad en costos Respaldo de la marca WACOM Actitud de servicio Personal capacitado</p>	<p>(ESTRATEGIAS FO)</p> <p>Ventas por distribución directa Precio especial para mercado selecto (Universidades). Acompañamiento a clientes corporativos.</p>	<p>(ESTRATEGIAS DO)</p> <p>Establecer precios diferenciadores. Proyectar el voz a voz para lograr reconocimiento. Apalancar universidades con descuento especial en las facultades de diseño.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>Entorno económico Cambios en el consumidor Ventas bajas Competencia</p>	<p>(ESTRATEGIAS FA)</p> <p>Generar días de marca en donde se beneficie el cliente en sus compras. Traer siempre las referencias que salgan para estar en la vanguardia tecnológica.</p>	<p>(ESTRATEGIAS DA)</p> <p>Planear visitas alrededores para fidelizar clientes. Generar una estrategia de servicio y venta para acrecentar y ser directa competencia.</p>

Fuente: Elaboración propia.

4.8. Políticas de selección de personal

El objetivo principal de @Digitalizando, en el momento de seleccionar el personal idóneo para hacer parte de la compañía, se basa puntualmente en el compromiso con la sociedad brindándole la oportunidad a personas que tengan experiencia y conocimiento en el tema, pero por falta de experiencia no han podido conseguir un trabajo que le brinde las condiciones laborales necesarias para tener una vida digna:

- Garantizar el respeto en la igualdad de oportunidades como la promoción de no discriminación en cualquier índole
- Valorar la remuneración monetaria al personal dependiendo de su puesto y efectividad.
- Asegurar que, en la selección de personal cada candidato reciba el mismo trato durante el proceso.
- Documentar y mantener actualizado las responsabilidades y actividades de cada puesto.
- Identificar y evaluar a los candidatos ideales en función en actitudes, conocimientos, competencias y habilidades.
- Incentivar al personal por medio de objetivos para generación motivación en sus actividades.
- apoyar y fortalecer en las habilidades y conocimiento del personal por medio de capacitaciones y certificaciones.
- Su presentación personal debe ser adecuada para el cargo que va a desempeñar dentro de la compañía.

Algunos de los aspectos a considerar son:

- Escolaridad requerida para el tipo de puesto.
- Conocimientos técnicos del puesto.
- Experiencia laboral.

Selección

- Los aspirantes deberán desarrollar la entrevista con el responsable del área de Recursos Humanos.
- Aplicar la prueba de conocimientos y seleccionar a los mejores candidatos.

5. ESTUDIO DE MERCADOS

5.1. Análisis del sector productivo

Las tablas digitalizadoras hacen parte del sector cuaternario en el que entran la tecnología de la información y las telecomunicaciones (TIC), tradicionalmente se le consideraba parte del sector terciario pero su importancia cada vez más creciente y diferenciada ha hecho que algunos autores aboguen por considerarlo como un sector separado¹, sector en el cual las empresas dedicadas a la innovación como WACOM encuentran un aliado para sacar adelante proyectos como @Digitalizando.

Con respecto a términos de empleos, ventas, producción, empresas nuevas y tecnologías, este sector se encuentra muy bien posicionado, aparece en el tercer lugar del escalafón de las actividades económicas con mayor remuneración al personal contratado, es una industria transversal que potencia la productividad en buena parte de los sectores económicos más relevantes para el país, adicional a esto según el informe de la industria adelantado por el Ministerio de las TIC y el DANE revela que, con relación a las 53 actividades que le aportan a la economía del país, la actividad cuaternaria se encuentra en el noveno lugar dentro del escalafón de las actividades económicas que más le aportan al producto interno bruto, con una participación superior al 3%², las personas que enfocan sus estudios a carreras afines a este sector como son: ingenieros, publicistas y diseñadores entre otros, cuentan con la gran ventaja de conseguir trabajo muy rápidamente por la gran demanda con la que cuenta actualmente nuestro país en temas relacionados con la tecnología y el software.

Colombia es un país en el que el sector de las comunicaciones tiende a crecer económica, social y culturalmente, debido a la necesidad que posteriormente se convierten en deseo y a la gran dependencia que todas las personas poco a poco hemos ido creando a la tecnología. La única amenaza latente que puede surgir como producto sustituto para el centro especializado sería la apertura de otra tienda con características similares a @Digitalizando, tema que ya se ha pensado por eso desde un principio la alianza con WACOM y su

¹ Montoya, Juan D. (2013). Sector Cuaternario. Recuperado de <http://www.actividadeseconomicas.org/2017/07/sector-cuaternario.html?showComment=1520615687244#c6179451988327281207>

² El Tiempo. Redacción Tecnósfera (2015). ¿Qué tanto aporta la industria TIC a la economía nacional? Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15618752>

distribuidora en Colombia, Nexsys de Colombia, será de exclusividad y preferencia con @Digitalizando.

5.2. Análisis de las cinco fuerzas de la competencia (Porter)

Competidores potenciales: El foco principal es comercializar tablas digitalizadoras y cada una con sus respectivos accesorios y repuestos, se tiene proyectado contar con un stock más que suficiente de manera que se satisfaga las necesidades del 100% de los clientes; además de esto, la asesoría y acompañamiento personalizado que se brindará, hará que @Digitalizando sea único en el mercado de tablas digitalizadoras. Por ahora, la competencia en el mercado en cuanto a marcas es Genius, el cual no ofrece la inmediatez de adquisición de los productos, ni la asesoría en éstas, en cuanto a empresas o compañías que generan competencia se encuentran Unilago, Panamericana, Mercado Libre, Linio entre otras, distribuyen por solicitud o requerimiento del cliente; quienes no tienen disponibilidad completa del portafolio, como tampoco el conocimiento para analizar alguna duda técnica al cliente³.

Proveedores: El proveedor directo son los mayoristas de tecnología entre los cuales están Nexsys de Colombia e Intcomex con los cuales la marca WACOM tiene relación directa para importar su portafolio.

Clientes: Publicistas, diseñadores, periodistas, ingenieros, arquitectos, estudiantes universitarios y profesionales de estas carreras o afines en diseño, niños desde los 12 años en adelante y aficionados a temas como el dibujo y la fotografía.

Productos sustitutos: Actualmente no hay producto alguno que ofrezca la practicidad y las aplicaciones para el mercado objetivo con las cuales si cuenta el portafolio de @Digitalizando.

Competidores del mismo sector (Intensidad de la rivalidad): En el sector donde se estima posicionarse, Lago Gaitán entre la Carrera 15 con calle 78 (Bogotá), está Panamericana de la calle 72, centro comercial Unilago, Centro de Alta Tecnología, que aunque no son muy fuertes debido a que no cuentan con todo el portafolio y publicidad para la comercialización de las tabletas que ofrecen, tienen más de 10 años de existencia en sus puntos lo cual por

³ Gordillo, Cindy (2017). Vendedora de la empresa Nexsys de Colombia e investigación propia.

antigüedad los posiciona como referencia de los clientes para sus compras, es por esto que el ideal de @Digitalizando es innovar y abarcar mercados físicos y virtuales, de ahí surge la idea de las ventas online.

5.3. Descripción del cliente potencial

Segmentación Geográfica: El centro especializado iniciará en la ciudad de Bogotá, en la localidad de Chapinero, esta localidad cuenta con aproximadamente 166.000 habitantes y una población flotante de más de 500.000 personas, es la zona de la ciudad donde más se concentra el comercio especializado de tecnología y adicional a esto, es conocida como una de las localidades universitarias de Bogotá.

Estudiantes de todo el país llegan a Bogotá con el fin de adelantar su formación universitaria, razón por la cual, la localidad de Chapinero se ha convertido en los últimos años, en una de las zonas de la educación superior.

Chapinero cuenta con múltiples rutas de acceso que le permiten a esta localidad brindarles mayor comodidad, accesibilidad y desplazamiento a los estudiantes, independiente de su lugar de residencia⁴.

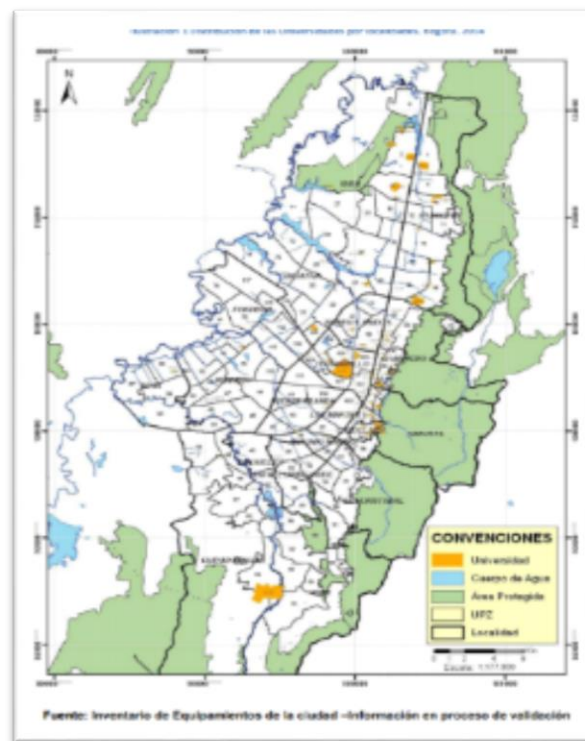


Figura 2: Ubicación de las Universidades por localidad. Departamento Administrativo de Planeación Distrital (2017).

⁴ Alcaldía Mayor de Bogotá (2012). *Chapinero, una de las localidades universitarias de Bogotá*. Recuperado de <http://www.bogota.gov.co/en/node/105>

Ubicación punto de venta de la empresa

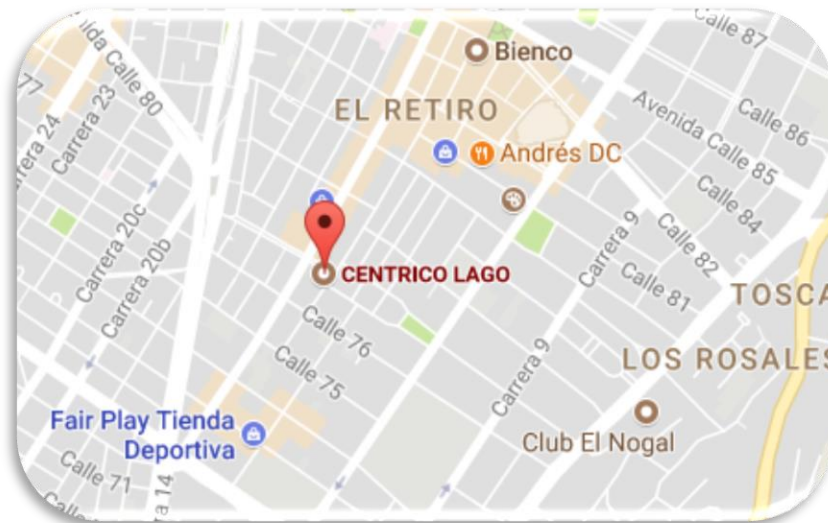
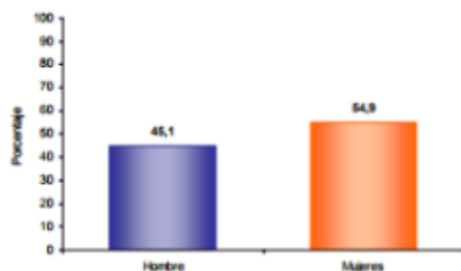


Figura 3: Ubicación Centro Especializado @digitalizando. Google maps 2017.

Segmentación Demográfica: Hombres y mujeres entre los 18 y 70 años de edad, estudiantes, profesionales y maestros de carreras como ingeniería, periodismo, publicistas y diseñadores, sin descartar niños entre los 12 y 17 años, que están haciendo sus primeros pinitos en el tema del dibujo y el diseño, al igual que los aficionados quienes sin tener estudios a profundidad en el tema, les apasiona plasmar en una tableta las ideas que llegan de un momento a otro a su mente.

Teniendo en cuenta que Chapinero es una de las localidades más habitadas de Bogotá, a continuación, se muestran algunas de las estadísticas realizadas por el DANE:

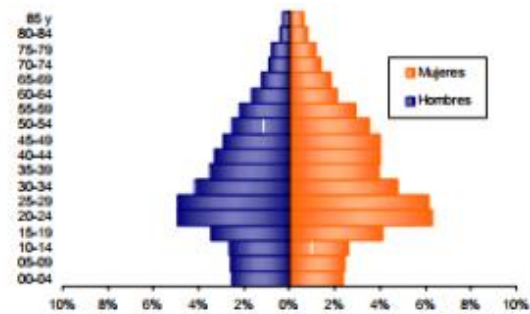
Población por sexo



Del total de la población de Chapinero el 45,1% son hombres y el 54,9% mujeres.

Figura 4: Población por sexo. <https://geoportal.dane.gov.co/v2/?page=elementoEstimaciones>

Estructura de la población por sexo y grupos de edad

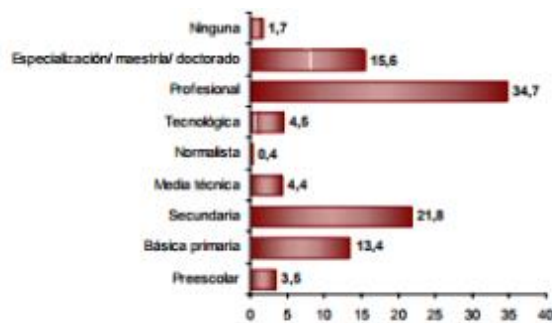


Se evidencia:

- Efecto de la migración por sexo y edad y sobre mortalidad masculina.

Figura 5: Estructura de la población por sexo y grupos de edad. <https://geoportal.dane.gov.co/v2/?page=elementoEstimaciones>

Nivel educativo



El 13,4% de la población residente en Chapinero, ha alcanzado el nivel básica primaria y el 21,8% secundaria; el 34,7% ha alcanzado el nivel profesional y el 15,6% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La población residente sin ningún nivel educativo es el 1,7%.

Figura 6: Nivel educativo. <https://geoportal.dane.gov.co/v2/?page=elementoEstimaciones>

Nuestro principal nicho de mercado son los estudiantes de diseño gráfico, publicistas, diseñadores, periodistas, ingenieros, arquitectos, estudiantes universitarios y profesionales de estas carreras o afines en diseño, los cuales, sacando un promedio de las universidades existente en el sector, fluctúan entre los 6.300 y 8.000 estudiantes, que por universidad oscilan entre 800 y 900 estudiantes, por eso la campaña de marketing está diseñada para lograr convenios con universidades como:

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

- Diseño Gráfico
- Diseño Interactivo
- Realización en Animación

Institución Universitaria Politécnico Gran colombiano

- Diseño Gráfico
- Especialización en diseño de Videojuegos

Universidad Santo Tomás

- Diseño Gráfico

Universidad Pontificia Bolivariana

- Diseño Gráfico
- Ingeniería en diseño de Entretenimiento Digital
- Maestría en Diseño del Paisaje
- Especialización en Diseño Estratégico e Innovación

Universidad Cooperativa de Colombia

- Tecnología en Diseño Gráfico

Corporación Universitaria Minuto de Dios

- Tecnología en Comunicación Gráfica

Universidad de los Andes

- Maestría en Diseño

Segmentación Psicográfica: Personas que gusten de la tecnología, de la innovación en los diseños, sin importarles el valor monetario sino la calidad.

Segmentación conductual: Personas apasionadas por el diseño, por plasmar en una tabla digitalizadora sus ideas y lo más importante, por conservar el medio ambiente ya que gracias a estas tablas se reducirá el consumo de papel.

5.4. Cálculo de la muestra

El valor tomado como tamaño de la población corresponde al porcentaje de los estudiantes encuestados. Para calcular el tamaño de la muestra necesitamos determinar varias ítem:

1. **Tamaño de la población:** 800 personas
2. **Margen de error:** 5%
3. **Nivel de confianza:** 95%
4. **Desviación estándar:** 20 personas
5. **Probabilidad de éxito:** 95%
6. **Probabilidad de fracaso:** 5%
7. **Nivel de confianza:** 1,64

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{800 * (1,64)^2 * (0,95) * (0,05)}{800 * (0,05)^2 + (1,64)^2 * (0,95) * (0,05)} = 48$$

5.5. Selección de la técnica de recolección de información

Encuesta estudio de mercado

La siguiente encuesta tiene como objetivo, proporcionar información sobre las características y el comportamiento de compra del cliente potencial de Tablas Digitalizadoras y sus accesorios. Es importante que usted sea sincero en la información que proporciona en este ejercicio, ya que de la misma dependerán los resultados del estudio.

Se realiza la selección de la técnica de recolección de información con base a una encuesta practicada a una muestra de futuros posibles visitantes y compradores de @digitalizando, diseñadores, publicistas y estudiantes de estas carreras en diferentes universidades, obteniendo como resultado:

Nombre:	
Teléfono:	
E-mail:	

1. *¿Cuál es su profesión actual?*
 - a. Estudiante
 - b. FreeLance / independiente
 - c. Dueño de negocio
 - d. Diseñador
 - e. Fotógrafo
 - Otra: _____

2. *¿Posee tableta digitalizadora?, en caso afirmativo especifique la marca*
 - a. Wacom
 - b. Genius
 - c. Huion
 - d. Ugee
 - e. Otra: _____

3. *¿Está satisfecho con el servicio técnico o soporte ofrecido?*
 - a. Si
 - b. No

4. *¿Encuentra fácilmente un centro de servicios cercano para su tableta gráfica?*
 - a. Si
 - b. No

5. *¿Le gustaría encontrar un centro de servicios, asesoría personalizada y productos en un solo lugar?*
 - a. Si
 - b. No

6. *¿Dónde Prefiere hacer la compra de tabletas digitalizadoras en un centro especializado o en cualquier otro lugar donde las pueda adquirir?*
 - a. Centro especializado

- b. Internet
- c. Le es indiferente el lugar

7. *¿El precio es factor determinante para su decisión de compra?*

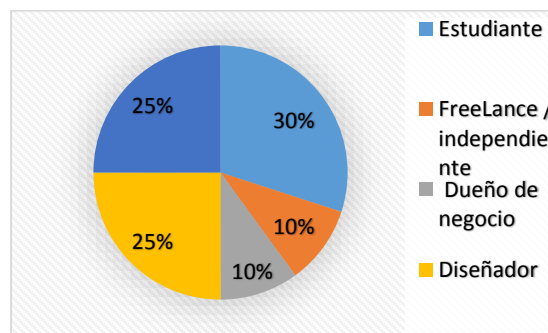
- a. Si
- b. No

Con los resultados obtenidos en la encuesta podemos observar que:

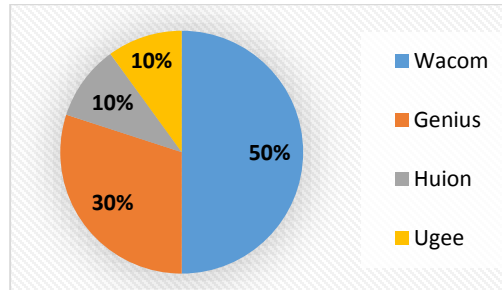
- De cada 100 personas encuestadas, 50 corresponden a estudiantes universitarios que requieren de la tableta digitalizadora como herramienta para sus estudios, y adicional a esto conocen del tema y tienen una gran inclinación por la tableta profesional, que es la que les brinda las características necesarias para el desarrollo de sus actividades dentro de sus estudios.
- Los accesorios de las tabletas digitalizadoras no tienen la importancia que deberían tener en los sitios donde comercializan las tabletas.
- Las personas encuestadas requieren con urgencia de un sitio donde conseguir las tabletas y sus accesorios.
- Los clientes se ven obligados a comprar las tabletas digitalizadoras por internet debido al bajo manejo que se tiene de estas en otros sitios, exponiéndose a que su pedido no llegue como lo esperaban y pagando altos costos por esto.
- Aunque, como todo colombiano siempre se busca la economía, los compradores de estas tabletas están dispuestos a pagar un poco más costoso con tal de conseguir en un solo sitio todo lo que necesitan.
- La asesoría y acompañamiento en el momento de la compra es esencial para no cometer errores de elección.

5.6. Tabulación de los resultados

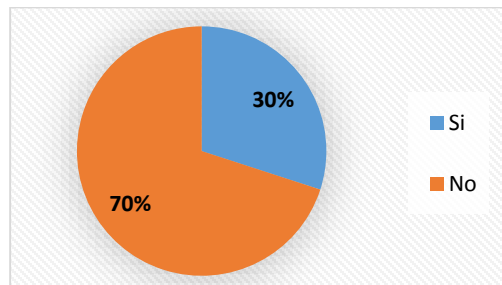
1. *¿Cuál es su profesión actual?*



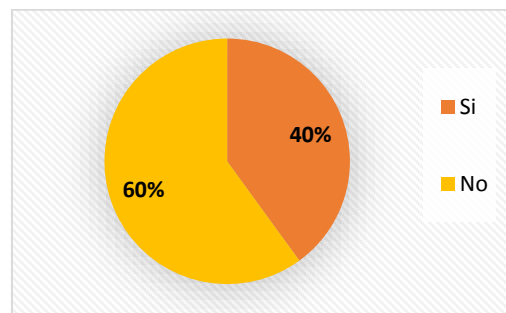
2. *¿Posee tableta digitalizadora?, en caso afirmativo especifique la marca*



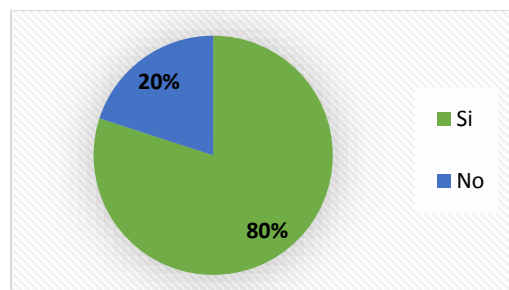
3. *¿Está satisfecho con el servicio técnico o soporte ofrecido?*



4. *¿Encuentra fácilmente un centro de servicios cercano para su tableta gráfica?*



5. *¿Le gustaría encontrar un centro de servicios, asesoría personalizada y productos en un solo lugar?*



6. MARCO LEGAL

Se va constituir una **Sociedad por acciones simplificada**, la cual se puede conformar por una o más personas, se realizará mediante documento privado e inscripción del registro mercantil en la Cámara de Comercio, los accionistas responderán hasta por el monto de sus aportes, el término de duración es indefinido, el objeto social podrá estipularse como indeterminado, no es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva, los socios tendrán restricción frente a la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales⁵.

Requisitos legales con los cuales debemos cumplir para poder abrir al público:

1. **Inscripción en el Registro Mercantil**, se debe formalizar en la Cámara de Comercio de Bogotá, para que a través de este registro puedan llevar un control de la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio.
2. **Certificado de uso de suelo**, se solicita ante la Secretaria Distrital de Planeación con el fin de que sean ellos quienes certifiquen que la actividad a desarrollar en el establecimiento se pueda hacer en ese lugar.
3. **Certificado de Sayco & Acinpro**, se requiere, se haga o no uso de la música dentro del establecimiento.
4. **Certificado de Seguridad**, es expedido por el departamento de bomberos y busca que el establecimiento de comercio cumpla con herramientas y señalización como: extintores, salidas de emergencia, botiquín de primeros auxilios y demás mecanismos de seguridad que permitan, en un momento dado atender cualquier emergencia que se llegara a presentar en el mismo.
5. **Lista de precios**, el comerciante debe hacer público los precios de sus productos, el cual puede hacerlo registrándolos en el empaque o, en una lista general visible.
6. **Inscripción en el Rut**, todo comerciante debe inscribirse en el Rut, y en el caso de ser un comerciante perteneciente al régimen simplificado, deberá exhibirlo en un lugar visible del establecimiento de comercio.

⁵ Ley 1258 de 2008 Nivel Nacional. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34130>

En términos muy generales, los anteriores son los requisitos más comunes que debe cumplir un establecimiento de comercio para poder abrir al público.

Es importante tener claridad, que la policía nacional tiene facultad de sellar los establecimientos de comercio que no cumplan con determinados requisitos, por lo que se recomienda tener una carpeta con todos los documentos, para presentarlos a las autoridades que en cualquier momento pueden visitar el establecimiento.

MARCO AMBIENTAL

El compromiso con el medio ambiente es una prioridad, y con los productos digitales se está aportando en gran medida a la conservación, preservación y cuidado del mismo, teniendo en cuenta que se disminuye en grandes cantidades el uso de papel por parte de los clientes potenciales, siendo este un producto completamente amigable con el medio ambiente (Ecológico 100%), así damos cumplimiento al artículo 5°. de la ley 115 de 1994, que consagra la adquisición de una conciencia para la conservación, protección y mejoramiento del medio ambiente, de la calidad de vida, el uso racional de los recursos naturales, de la prevención de desastres, dentro de una cultura ecológica y del riesgo y la defensa del patrimonio cultural de la Nación.

7. ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX

7.1. Producto:

Tablas digitalizadoras WACOM, *pen tablets*, *pen displays* interactivos, *pen computers*, lápices digitales, soluciones de interfaz digital para la firma electrónica de documentos (*e-documents*), permitiendo que el cliente pueda expresar su creatividad en medios digitales, ya sean artistas, diseñadores, aficionados, o ejecutivos de negocios que disfrutan de su creatividad, logrando una tecnología accesible de manera natural e intuitiva.

Se decidió trabajar con la marca WACOM, y como referencia especial con la tableta Intuos Pro Professional Pen & Touch por ser reconocida por características como control creativo natural como nunca antes se ha visto, la combinación de la extraordinaria sensibilidad a la presión del Wacom Pro Pen 2 con el nuevo diseño elegante de la tableta se traduce en algo realmente increíble, tanto por su apariencia y como por las sensaciones que da; adicional a esto, la marca Wacom en los últimos años a mantenido, indiscutiblemente su liderazgo con su alto estándar de calidad, su excelente imagen e innovación tecnológica, la garantía de satisfacción en todos sus productos y su excelente servicio post-venta.

Wacom ha sido distinguido con cuatro galardones de los reconocidos premios de diseño *iFDesignawards* 2016. Este éxito múltiple demuestra el enfoque innovador de Wacom para todas sus categorías de producto.

Lo que dicen los expertos del diseño y especialistas en análisis de tabletas digitalizadoras, acerca de la marca Wacom, es prácticamente un principio universal: **“En el mundo de las tabletas gráficas existen dos tipos de tabletas, las de marca Wacom y todas las demás”**

El producto posee un empaque muy sobrio, sofisticado, reconocido y profesional, pues todos los productos traen su software, drivers y aplicaciones incluidos, y disponibles también para descarga en línea desde su sitio web, Algunas de las características más sobresalientes de los productos Wacom son: Tablet as y *screens* de interfaz digital, muy finas y ligeras de peso, compatibles con las plataformas PC y Mac, botones configurables para realizar atajos de teclado de acuerdo a la aplicación de software usada, uso muy fácil e intuitivo por lo que se recomienda para principiantes, lápices y *touch pen* ergonómicos que reducen el cansancio de la mano, programables por software y muy flexibles, diseños ergonómicos y de vanguardia, compatibles con *Wi – fi* (conectividad inalámbrica) , y en

todos los tamaños adaptables a las necesidades del usuario (Diseño, entretenimiento, aficionados, desarrollo multimedia y video- *Gamers*) y una excelente duración de la carga de la batería.

7.2. Plaza:

Sin duda alguna uno de los aspectos más importantes para tener éxito al desarrollar una idea de negocio, es establecer unas estrategias de distribución que sean innovadoras, originales y que generen impacto en el mercado objetivo de dicho proyecto. Para esto debe tenerse en cuenta hacia quien va dirigido el determinado producto o servicio, cuáles son las costumbres y hábitos de estos individuos, cuales son los medios de comunicación que más frecuentan y de qué manera prefieren recibir información acerca de nuevos elementos.

Gracias a la globalización, en la actualidad se ha facilitado dar a conocer productos y servicios alrededor de todo el mundo, @Digitalizando entrara al mercado jugando el papel de distribuidor de la marca WACOM, es importante mencionar que el canal de distribución es muy importante puesto que dependiendo de la complejidad del mismo se verá afectado directamente las decisiones que concierne al departamento de mercadeo y de precios.

Los canales de Distribución de Wacom más importantes se distribuyen de la siguiente manera:

Canal Corto: Compra directa al fabricante Wacom de todo el portafolio para tenerlo a disposición del consumidor final con la inmediatez de su necesidad en el centro especializado @digitalizando, como agente exclusivo, principalmente el producto estrella “Intuos Pro Professional Pen & Touch”

Ventas Online: Las cuales se tienen presupuestadas para representar la parte más significativa de las ventas, teniendo como referencia fechas especiales como son:

- Black Friday, en noviembre.
- Cyberlunes, en abril
- Día del diseñador gráfico, en octubre
- Día del publicista, en diciembre
- Día mundial de las ciencias y las tecnologías, en septiembre

En las cuales realizaremos promociones y bajaremos precios, con el fin de conquistar al cliente y crear fidelización

7.3. Precio:

En cuanto al precio, aunque no son las tabletas más económicas del mercado, sí son las mejores en cuanto a la relación costo total/calidad/precio. Existen otras marcas que poseen tabletas de precios más elevados, aunque no hacen nada más diferente y exclusivo que las tabletas Wacom, con un precio inferior.

Wacom posee una gama amplia de productos y accesorios para todas las necesidades del consumidor, con precios que oscilan entre \$190.000 y \$8.000. 000. oo.

Cada categoría de productos maneja un rango de precios de acuerdo a la misma, y se pueden encontrar desde tabletas económicas de buenas prestaciones para aficionados, pasando por productos semi-profesionales, hasta productos diseñados exclusivamente para profesionales cineastas, desarrolladores multimedia y creativos.

De acuerdo a convenio realizado con el proveedor, nuestro producto estrella “Intuos Pro Professional Pen & Touch” es el producto número uno de la tienda, por lo tanto, tendrá mayor rotación que el resto, motivo por el cual nos dará un mejor precio de costo y descuentos adicionales después de cierta cantidad de tabletas de esa referencia vendidas en el mismo mes.






7.4. Promoción:

Se hará de manera directa en el local y por la página de la empresa (online), brindando a los clientes descuentos especiales en la segunda compra, asesoría al instante sin importar distancias con respecto a las dudas que lleguen a surgir relacionadas con el manejo de la tableta, características, presentaciones, funcionalidad y demás; y principalmente teniendo en cuenta las fechas más especiales del año donde las ventas son un poco más representativas que el resto del año.

Adicional a esto se harán convenios con universidades, centros de comunicación y publicidad, de artes gráficas y diseño, además con marketing digital, con el fin de fidelizar a los clientes para que todas las compras relacionadas con tabletas digitalizadoras las realicen en @Digitalizando, donde se le brindara atención oportuna con calidad humana y excelente servicio.

8. ESTUDIO TÉCNICO

8.1. Fichas técnicas Centro especializado @digitalizando

	<p>Referencia CTL490DW PC y MAC / Software incluido: ArtRage Lite / Color: Blanco</p>	<p>IntuosDraw Creative Pen Tablet Pequeña Incluye la tecnología de pen tablet líder de Wacom, software creativo descargable gratuito y cursos de formación en línea. Independientemente de que tu sueño sea crear bocetos personalizables / Compatible.</p>
	<p>Referencia CTH490AK Compatible PC y MAC / Software incluido: Corel Painter Essentials / Color: Negro</p>	<p>Intuos Art Creative Pen & Touch Tablet Pequeña Incluye la tecnología software creativo descargable gratuito y cursos de formación en línea. Permite crear increíbles dibujos digitales Independientemente personalizables / camisetas.</p>
	<p>Referencia CTH490CK Compatible PC y MAC / Software incluido: Clip Studio Paint Pro y Anime Studio Debut / Color: Negro</p>	<p>Intuos Comic Creative Pen & Touch Tablet Pequeña Devela tus héroes de cómic y manga con la nueva Intuos Comic. personalizables /</p>
	<p>Referencia CTH490PK: MAC:Macphun Creative Kit (Tonality Pro, Intensity Pro, Snapheal Pro, Noiseless Pro) y Corel AfterShot Pro. Windows: Corel PaintShop Pro y Corel AfterShot Pro / Color: Negro</p>	<p>IntuosPhoto Creative Pen & Touch Tablet Pequeña Equipado con herramientas de edición de fotos, software, servicios y formación en línea, IntuosPhoto facilita la conversión de imágenes digitales en recuerdos especiales, proyectos, álbumes de fotos .</p>
	<p>Referencia CTH690AK Compatible PC y MAC / Software incluido: Corel Painter Essentials / Color: Negro</p>	<p>Intuos Art Creative Pen & Touch Tablet Mediana Incluye la tecnología software creativo descargable gratuito y cursos de formación en línea. Permite crear increíbles dibujos digitales Independientemente personalizables / camisetas.</p>

	<p>REFERENCIA CTH690TK Compatible PC y MAC / Software incluido: ZBrushCore / Color: Negro</p>	<p>Intuos 3D Creative Pen &Touch Tablet Medium (Black) - NUEVA Así que si sueñas con ver a tu personaje desde cada ángulo, esculpirlo o imprimirlo en 3D, la Intuos 3D tiene todo lo que necesitas para que tu creatividad cobre vida.</p>
	<p>Referencia PTH451L Compatible PC y MAC / Color: Negro</p>	<p>Intuos Pro Professional Pen &Touch Tablet Pequeña aprovecha todas las capacidades sensibles a la presión de tu software creativo favorito, gracias a las innovaciones incorporadas en Intuos Pro. Adaptador Wireless incluido / Compatible PC y MAC / Color: Negro</p>
	<p>DTH1300K</p>	<p>Cintiq 13HD Touch Pantalla para lápiz interactivo 13,3" Tamaño de pantalla multitouch (diagonal) / Niveles de presión: 2048 / Resolución nativa: 1920 x 1080 Full HD / 4 Express Keys personalizables + Rocker Ring / Conexión de video nativa: HDMI / 16,7 millones de colores, 75% Adobe RGB</p>
	<p>Referencia DTK2200 Conexión de video nativa: DVI / 16,7 millones de colores, 72% Adobe RGB</p>	<p>Cintiq 22HD Pantalla para lápiz interactivo Este monitor interactivo líder en la industria está diseñado para satisfacer las necesidades de los profesionales de la creación. Con un tamaño de la pantalla amplio, un rendimiento de la pantalla</p>
	<p>Referencia DTK2700 Conexión de video nativa: DisplayPort 1.2, HDMI / 1,07 billones de colores, 97% Adobe</p>	<p>Cintiq 27QHD NO Touch Pantalla para lápiz interactivo Cintiq 27QHD ofrece colores realistas en una pantalla de alta resolución que te ofrece sensibilidad inigualable de claridad y color en áreas creativas, como edición de imágenes, animación en 2D/3D, desarrollo de juegos, correcciones de pre-impresión y post-impresión y diseño gráfico</p>

Figura 7: Ficha Técnica. Elaboración propia. Imágenes recuperadas de: <http://www.wacom.com>

8.2. Flujoograma Centro especializado @digitalizando

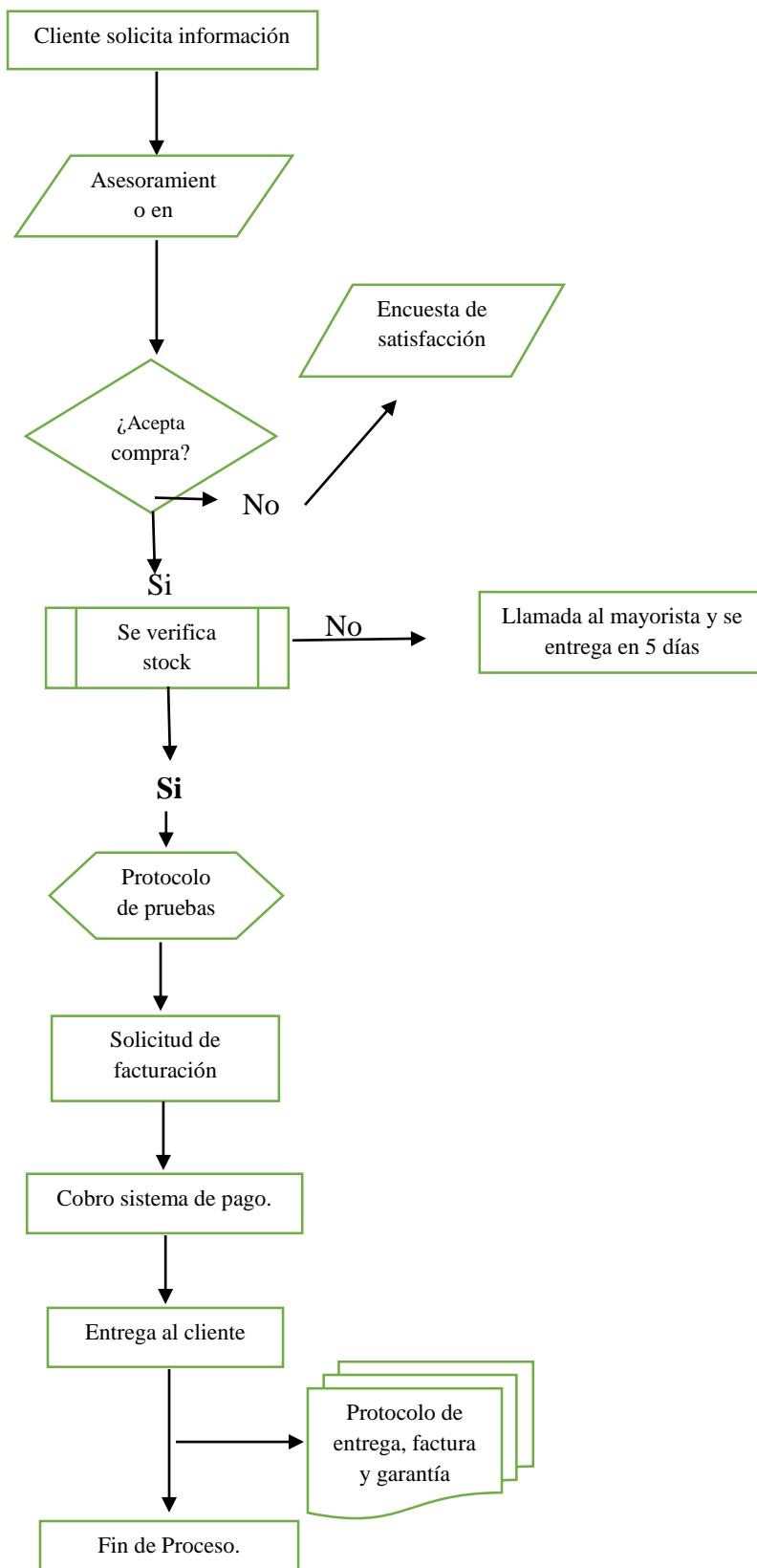


Figura 8: Elaboración propia

PROCESO FLUJOGRAMA

Solicitud información cliente: Se muestra el portafolio, se hacen preguntas filtros y se identifica la necesidad.

Asesoramiento de las referencias: Una vez se tenga claro el requerimiento se ofrecen opciones con variedad en precio, calidad y se muestra diferencias

Acepta la compra: SI, es porque encontró su requerimiento y el lugar lleno sus expectativas en el lugar y se fideliza

NO, puede ser porque no le agrado el lugar o la atención y se genera requerimiento o encuesta de satisfacción al cliente porque, por el portafolio y precio no se puede ir un cliente.

Verificar stock: (validar disponibilidad) de SI haberla se procede con el trámite de toma de datos y facturación.

De **NO haberla,** se ordena con el mayorista la orden de compra y se le informa al cliente el tiempo de entrega para su pedido.

Protocolo de pruebas: La caja viene sellada, se destapa en presencia del cliente, se prende y se verifica que estén sus accesorios

Solicitud de Facturación: Una vez se realicen las pruebas se solicitan datos para proceder con la factura, de igual modo sirve para alimentar la base de datos en el centro especializado y por temas de garantía y legalidad.

Cobro Sistema de pago: Cliente decide su medio de pago, el centro cuenta con pago en efectivo o datafono si cobro adicional de porcentajes en tarjetas.

Entrega al cliente: Una vez se haga el pago efectivo en nuestro sistema se procede con la entrega.

Protocolo de entrega y Garantía: Se entrega al cliente certificado de garantía, lo que cubre y lo que no cubre.

*****FIN DEL PROCESO*****

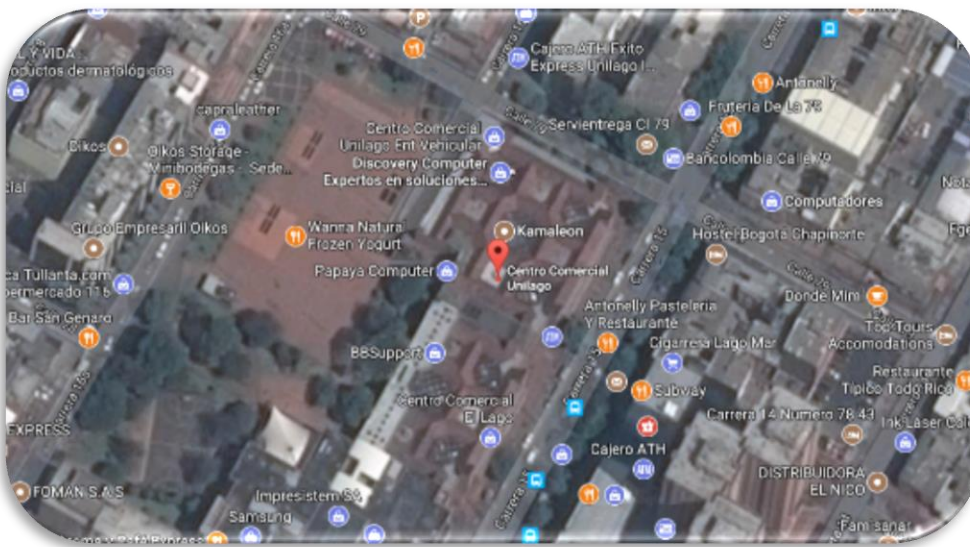
7.3. Localización del negocio

Como es tecnología lo que se va a comercializar, el punto estará ubicado en el sector del lago más exactamente por la carrera 15 con calle 77, en donde hay fiabilidad tanto del

proveedor como del cliente puesto que es una zona central y cuando se habla de tecnología ese sector es principal mercado, por estrategia también se pensó en este lugar.

El local cuenta con una medida de 2.20 mts x 10mts, lo cual permite tener una vitrina para exhibición. En el estudio se pudo verificar que la mayoría de locales en el sector de Unilago, Centro de Alta Tecnología y alrededores no cuentan con bodega de almacenamiento por lo cual la tienda contará con vitrinas que tengan su respectiva bodega. Adicional a esto hay un punto de pago el cual tiene un software con control de inventario lo cual permite generar alertas cuando se estén agotando las existencias, da la opción de recibir el pago y brinda información de los proveedores directos, dos escritorios cada uno con su respectivo computador, una impresora, pendones de la marca, publicidad y dummies.

7.4. Requerimientos técnicos



Se requiere de un espacio amplio para tener exhibición para cada tipo de cliente, no abra producción ya que se va a distribuir una marca que el proveedor trae lista para entrega. Se debe contar con servicios de energía, internet y agua, un baño personal. Condiciones mínimas exigidas para el funcionamiento.

ESPECIFICACIONES DEL LOCAL, MUEBLES Y ENSERES, EQUIPO DE OFICINA

Ubicación del Local



1. Departamento Comercial 2 Personas



Puestos de trabajo, cada uno con un computador marca Dell. Valor total \$6.100.000, oo

<https://www.mac-center.com/product/mac/imac-21-5-1-6dc-8gb-1tb/>

2. Impresora Laserjet HP M1212nf Mfp



Impresora Láser multifuncional monocromática puerto de ethernet, USB, scanner

Valor total \$ 650.000, 00

<http://www8.hp.com/co/es/products/gateway/printers/index.html>

3. Silla Sala de Espera



Sofá acolchado forrado en cuero sintético color personalizado. Valor total \$ 600.000,

00

<http://amoblar1.blogspot.com.co/>

4. MUEBLES Y OTROS ACCESORIOS ADICIONALES



Mueble archivador comercial rodante, dos puertas con seguro, cajones interno y 1 externo, 3 entrepaños. Valor \$ 1.500.000, 00

<http://amoblar1.blogspot.com.co/>



Gabinete Metálico para archivo Recepción – Ventas

Valor de archivador de pared metálico para carpetas \$ 550.000, oo

<http://amoblar1.blogspot.com.co/>

5. KIT SISTEMA DE INVENTARIO Y FACTURACION POS



Sistema de Facturación e Inventarios POS (CPU, Monitor, Impresora Térmica, y Lector de Código de barras

Descripción Equipo: Torre Janus Intel Celeron Core 2,41 GHZ (J1800 BayTrail), Board integrado ECS (A, V, R, HDMI) DISCO DURO 1000GB SATA, incluye 4GB SO-DIMM de memoria, tiene 1 Slot Memoria SO-DIMM libre, DVD-RW, Caja Mini ATX Janus WN68 Mini Fuente 300W Reales, Multilector de memorias, Combo teclado- Mouse Janus Multimedia, Monitor Janus LED 19 LCD, Licencia de Windows 10 Pro de 64 Bits.

* Escáner Lector de Código de Barras, REF 102 Pistola con Base

* Impresora Térmica SAT 38T, Corte automático, Conexión USB-SERIAL, papel térmico

* Cajón Metálico Ref. 119X Compartimiento para billetes y Monedas

* Licencia de Software autónomo (1PC) Inventarios, control de caja y facturación QPOS

Valor total sistema POS (Hardware y Software) \$ 3.125.000

<http://www.unilago.com/tiendas/sistema-pos/>

6. SISTEMA PURIFICADOR DE AGUA PARA OFICINA



Sistema purificador de agua fría/caliente para oficina marca HACEB valor \$ 471.900

<http://www.haceb.com/detalle/rvdsfpid/dispensador-de-agua-2l-mes-bl-40/rvdsfcetid/linea-comercial-11>






Inversión total muebles y equipos de oficina \$13.296. 900.00






Fuente: elaboración propia de autores del proyecto

9. ESTUDIO FINANCIERO

Brinda información pertinente de varios aspectos financieros del Centro Especializado @Digitalizando con el fin de tener claridad en: precios, productos a la venta, costos, gastos, inversiones, préstamos y nómina entre otros, y así identificar fortalezas y debilidades con respecto al tema financiero para realizar su apertura con bases sólidas.

LISTA DE PRECIOS

						
IMAGEN	DESCRIPCIÓN	PRECIO CANAL (USD)	PRECIO COP (TRM 2 974,39)	IVA 19%	TOTAL + IVA	PRECIO DE VENTA
PRODUCTOS CREATIVOS						
INTUOS TABLAS (Garantía 1 año)						
	Intuos Draw Creative Pen Tablet Pequeña Área activa: 6" x 3,7" / Niveles de presión: 1024 / Resolución: 2540 lpi / 4 Express Keys personalizables / Compatible PC y MAC / Software incluido: ArtRage Lite / Color: Blanco	USD 65,00	\$ 193.335,35	\$ 36.733,72	\$ 230.069,07	\$ 248.474,59
	Intuos Art Creative Pen & Touch Tablet Pequeña Área activa: 6" x 3,7" / Niveles de presión: 1024 / Resolución: 2540 lpi / 4 Express Keys personalizables / Compatible PC y MAC / Software incluido: Corel Painter Essentials / Color: Negro	USD 95,00	\$ 282.567,05	\$ 53.687,74	\$ 336.254,79	\$ 363.155,17
	Intuos Comic Creative Pen & Touch Tablet Pequeña Área activa: 6" x 3,7" / Niveles de presión: 1024 / Resolución: 2540 lpi / 4 Express Keys personalizables / Compatible PC y MAC / Software incluido: Clip Studio Paint Pro y Anime Studio Debut / Color: Negro	USD 95,00	\$ 282.567,05	\$ 53.687,74	\$ 336.254,79	\$ 363.155,17
	Intuos Photo Creative Pen & Touch Tablet Pequeña Área activa: 6" x 3,7" / Niveles de presión: 1024 / Resolución: 2540 lpi / 4 Express Keys personalizables / Compatible PC y MAC / Software incluido: MAC: Macphun Creative Kit (Tonality Pro, Intensity Pro, Snapheal Pro, Noiseless Pro) y Corel AfterShot Pro. Windows: Corel PaintShop Pro y Corel AfterShot Pro / Color: Negro	USD 96,00	\$ 285.541,44	\$ 54.252,87	\$ 339.794,31	\$ 366.977,86

	Intuos Art Creative Pen & Touch Tablet Mediana Área activa: 8,5" x 5,3" / Niveles de presión: 1024 / Resolución: 2540 lpi / 4 Express Keys personalizables / Compatible PC y MAC / Software incluido: Corel Painter Essentials / Color: Negro	USD 193,00	\$ 574.057,27	\$ 109.070,88	\$ 683.128,15	\$ 737.778,40
	Intuos 3D Creative Pen & Touch Tablet Medium (Black) - NUEVA Área activa: 8,5" x 5,3" / Niveles de presión: 1024 / Resolución: 2540 lpi / 4 Express Keys personalizables / Compatible PC y MAC / Software incluido: ZBrushCore / Color: Negro	USD 184,00	\$ 547.287,76	\$ 103.984,67	\$ 651.272,43	\$ 703.374,23
	Intuos Pro Professional Pen & Touch Tablet Pequeña Área activa: 6,2" x 3,9" / Niveles de presión: 2048 / Resolución: 5080 lpi / 6 Express Keys personalizables + Touch Ring / Lápiz ergonómico Grip Pen inalámbrico, sin baterías / Adaptador Wireless incluido / Compatible PC y MAC / Color: Negro	USD 210,00	\$ 624.621,90	\$ 118.678,16	\$ 743.300,06	\$ 802.764,07
	Bamboo Alpha Lápiz Stylus compatible con la mayoría de tablets y smartphones / Color Negro / Punta de goma fina de 6mm intercambiable	USD 11,00	\$ 32.718,29	\$ 6.216,48	\$ 38.934,77	\$ 42.049,55
	Puntas de repuesto para Bamboo Stylus medida 6 milímetros Puntas suaves / Set x 3 unidades	USD 5,00	\$ 14.871,95	\$ 2.825,67	\$ 17.697,62	\$ 19.113,43
	Puntas de repuesto para Bamboo Stylus Puntas duras / Set x 3 unidades	USD 5,00	\$ 14.871,95	\$ 2.825,67	\$ 17.697,62	\$ 19.113,43
	Puntas de repuesto para Bamboo Stylus Duo medida 5 milímetros Segunda generación / Set x 3 unidades	USD 5,00	\$ 14.871,95	\$ 2.825,67	\$ 17.697,62	\$ 19.113,43

Fuente: Elaboración propia.

MODELO FINANCIERO CENTRO ESPECIALIZADO @DIGITALIZANDO

EN PESOS COP	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
ANALISIS UNITARIO							
Total Unidades a Vender		215	244	269	298	337	1.363
Precio de Venta		\$ 618.701	\$ 617.272	\$ 636.495	\$ 660.476	\$ 669.731	643.708
Costo de Venta		\$ 312.021	\$ 311.301	\$ 320.995	\$ 333.089	\$ 337.756	324.633
Utilidad Unitaria		\$ 306.680	\$ 305.971	\$ 315.500	\$ 327.387	\$ 331.974	319.075
Margen Unitario		50%	50%	50%	50%	50%	50%
BALANCE							
ESTADO DE RESULTADOS							
Ingreso Neto		\$ 133.020.712	\$ 150.614.426	\$ 171.217.226	\$ 196.821.824	\$ 225.699.204	\$ 877.373.393
Costo de Ventas		\$ 67.084.600	\$ 75.957.408	\$ 86.347.749	\$ 99.260.583	\$ 113.823.935	\$ 442.474.275
Utilidad Bruta		\$ 65.936.112	\$ 74.657.018	\$ 84.869.476	\$ 97.561.242	\$ 111.875.269	\$ 434.899.117
Margen Bruto		50%	50%	50%	50%	50%	
Otros Costos		\$ 40.645.924	\$ 42.863.213	\$ 44.698.260	\$ 46.317.588	\$ 47.688.817	\$ 222.213.802
Gastos Operativos		\$ 27.480.000	\$ 29.073.840	\$ 30.382.163	\$ 31.536.685	\$ 32.514.322	\$ 150.987.010
Utilidad Operacional		-2.189.812	2.719.965	9.789.053	19.706.969	31.672.130	61.698.305
Margen Operacional		-2%	2%	6%	10%	14%	7%
Gastos Financieros		\$ 300.687	\$ 241.857	\$ 179.067	\$ 112.052	\$ 40.526	\$ 874.190
Utilidad Antes de Impuestos		- 2.490.499	2.478.108	9.609.986	19.594.917	31.631.603	60.824.115
Impuestos		-	817.776	3.171.295	6.466.323	10.438.429	20.893.823
Utilidad Neta		-\$ 2.490.499	\$ 1.660.332	\$ 6.438.691	\$ 13.128.594	\$ 21.193.174	\$ 39.930.293
FLUJO DE CAJA							
Utilidad Operacional despues de Impuestos		- 2.189.812	1.902.189	6.617.758	13.240.646	21.233.701	40.804.483
Depreciaciones		2.084.380	2.084.380	2.084.380	2.084.380	2.084.380	10.421.900
Capital de Trabajo Requerido		(156.011)	2.996	20.726	(15.074)	(6.847)	(26.930)
Inversion Total		- 13.296.900					
Flujo de Caja Operativo Poyectado		(13.296.900)	(261.443)	3.989.566	8.722.864	15.309.953	23.311.234
Intereses		- 300.687	- 241.857	- 179.067	- 112.052	- 40.526	- 874.190
Deuda	5.000.000,00	- 874.151	- 932.981	- 995.771	- 1.062.786	- 1.134.312	- 5.000.000
Flujo de Caja Libre		(8.296.900)	(1.436.281)	2.814.728	7.548.026	14.135.115	22.136.396
Caja Final		1.703.100	266.819	3.081.547	10.629.573	24.764.687	46.901.083
Recuperación de la inversión			3,08				
VAN		\$ 16.632.947					
TIR			49,7%				

NÓMINA MENSUAL CENTRO ESPECIALIZADO @DIGITALIZANDO

		AUXILIAR OPERATIVO	ASESOR ESPECIALIZADO	GERENTE FINANCIERO POR PRESTACION DE SERVICIOS		
	SALARIOS		1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	3.000.000,00
	AUXILIO DE TRANSPORTE		88.211,00	88.211,00		
CARGA PRESTACIONAL	PROVISION CESANTIAS	8,33%	83.300,00	83.300,00	-	
	INTERES SOBRE CESANTIAS	1%	10.000,00	10.000,00	-	
	PROVISION PRIMA	8,33%	83.300,00	83.300,00	-	
	PROVISION VACACIONES	4,17%	41.700,00	41.700,00	-	
				-	-	-
APORTES PARAFISCALES	SENA	2%	20.000,00	20.000,00	-	
	CCF	4%	40.000,00	40.000,00	-	
	ICBF	3%	30.000,00	30.000,00	-	
SEGURIDAD SOCIAL			-	-	-	
	AFP	12%	120.000,00	120.000,00	-	
	EPS	8,50%	85.000,00	85.000,00	-	
	ARL	0,522%	5.220,00	5.220,00	-	
TOTAL POR CARGO		1.606.731,00	1.606.731,00	1.000.000,00		TOTAL NOMINA 4.213.462,00

CRÉDITO CENTRO ESPECIALIZADO @DIGITALIZANDO

Monto:	5.000.000,00 Pesos	Interés anual:	6,73% TEA
Cuotas:	60 mensuales	Interés Men:	0,54% TEM
Sistema:	Francés	Gracia de capital:	0 meses

Cuotas	Capital	Interés	Importe de Cuota	Saldo	IVA sobre intereses	Importe total a pagar			
Saldo Inicial				5.000.000,00					
1	70.691,01	27.212,16	97.903,17	4.929.308,99	-	97.903,17			
2	71.075,74	26.827,42	97.903,17	4.858.233,25	-	97.903,17			
3	71.462,57	26.440,60	97.903,17	4.786.770,68	-	97.903,17			
4	71.851,50	26.051,67	97.903,17	4.714.919,19	-	97.903,17			
5	72.242,54	25.660,62	97.903,17	4.642.676,64	-	97.903,17			
6	72.635,72	25.267,45	97.903,17	4.570.040,93	-	97.903,17			
7	73.031,03	24.872,13	97.903,17	4.497.009,89	-	97.903,17			
8	73.428,50	24.474,67	97.903,17	4.423.581,40	-	97.903,17			
9	73.828,13	24.075,04	97.903,17	4.349.753,27	-	97.903,17			
10	74.229,93	23.673,23	97.903,17	4.275.523,33	-	97.903,17			
11	74.633,92	23.269,24	97.903,17	4.200.889,41	-	97.903,17			
12	75.040,11	22.863,05	97.903,17	4.125.849,30	-	97.903,17			
13	75.448,51	22.454,65	97.903,17	4.050.400,78	-	97.903,17			
14	75.859,14	22.044,03	97.903,17	3.974.541,64	-	97.903,17			
15	76.272,00	21.631,17	97.903,17	3.898.269,65	-	97.903,17			
16	76.687,10	21.216,06	97.903,17	3.821.582,54	-	97.903,17			
17	77.104,47	20.798,70	97.903,17	3.744.478,08	-	97.903,17			
18	77.524,10	20.379,06	97.903,17	3.666.953,98	-	97.903,17			
19	77.946,02	19.957,14	97.903,17	3.589.007,96	-	97.903,17			
20	78.370,24	19.532,93	97.903,17	3.510.637,72	-	97.903,17			
21	78.796,76	19.106,40	97.903,17	3.431.840,96	-	97.903,17			
22	79.225,61	18.677,56	97.903,17	3.352.615,35	-	97.903,17			
23	79.656,79	18.246,38	97.903,17	3.272.958,56	-	97.903,17			
24	80.090,31	17.812,85	97.903,17	3.192.868,25	-	97.903,17			
							Intereses	Pagado	Capital
							300.687,28	1.174.837,99	874.150,70
								Año 2	
							Intereses	Pagado	Capital
							241.856,94	1.174.837,99	932.981,05

25	80.526,20	17.376,97	97.903,17	3.112.342,05	-	97.903,17			
26	80.964,46	16.938,71	97.903,17	3.031.377,59	-	97.903,17			
27	81.405,10	16.498,06	97.903,17	2.949.972,49	-	97.903,17			
28	81.848,14	16.055,02	97.903,17	2.868.124,34	-	97.903,17			
29	82.293,60	15.609,57	97.903,17	2.785.830,75	-	97.903,17			
30	82.741,47	15.161,69	97.903,17	2.703.089,27	-	97.903,17			
31	83.191,79	14.711,38	97.903,17	2.619.897,49	-	97.903,17			
32	83.644,55	14.258,61	97.903,17	2.536.252,93	-	97.903,17			
33	84.099,78	13.803,38	97.903,17	2.452.153,15	-	97.903,17			
34	84.557,49	13.345,67	97.903,17	2.367.595,66	-	97.903,17			
35	85.017,69	12.885,48	97.903,17	2.282.577,97	-	97.903,17			
36	85.480,39	12.422,77	97.903,17	2.197.097,58	-	97.903,17			
37	85.945,61	11.957,55	97.903,17	2.111.151,96	-	97.903,17			
38	86.413,37	11.489,80	97.903,17	2.024.738,60	-	97.903,17			
39	86.883,67	11.019,50	97.903,17	1.937.854,93	-	97.903,17			
40	87.356,52	10.546,64	97.903,17	1.850.498,41	-	97.903,17			
41	87.831,96	10.071,21	97.903,17	1.762.666,45	-	97.903,17			
42	88.309,97	9.593,19	97.903,17	1.674.356,48	-	97.903,17			
43	88.790,60	9.112,57	97.903,17	1.585.565,88	-	97.903,17			
44	89.273,83	8.629,33	97.903,17	1.496.292,05	-	97.903,17			
45	89.759,70	8.143,47	97.903,17	1.406.532,35	-	97.903,17			
46	90.248,21	7.654,96	97.903,17	1.316.284,14	-	97.903,17			
47	90.739,38	7.163,79	97.903,17	1.225.544,76	-	97.903,17			
48	91.233,22	6.669,94	97.903,17	1.134.311,54	-	97.903,17			
49	91.729,75	6.173,41	97.903,17	1.042.581,79	-	97.903,17			
50	92.228,99	5.674,18	97.903,17	950.352,80	-	97.903,17			
51	92.730,94	5.172,23	97.903,17	857.621,86	-	97.903,17			
52	93.235,62	4.667,55	97.903,17	764.386,25	-	97.903,17			
53	93.743,05	4.160,12	97.903,17	670.643,20	-	97.903,17			
54	94.253,24	3.649,93	97.903,17	576.389,96	-	97.903,17			
55	94.766,20	3.136,96	97.903,17	481.623,76	-	97.903,17			
56	95.281,96	2.621,20	97.903,17	386.341,80	-	97.903,17			
57	95.800,53	2.102,64	97.903,17	290.541,27	-	97.903,17			
58	96.321,91	1.581,25	97.903,17	194.219,36	-	97.903,17			
59	96.846,14	1.057,03	97.903,17	97.373,22	-	97.903,17			
60	97.373,22	529,95	97.903,17	0,00	-	97.903,17			
							Intereses	Año 3	Capital
							179.067,31	Pagado 1.174.837,99	995.770,67
							Intereses	Año 4	Capital
							112.051,95	Pagado 1.174.837,99	1.062.786,04
							Intereses	Año 5	Capital
							40.526,45	Pagado 1.174.837,99	1.134.311,54

Punto De Equilibrio

Este punto de equilibrio incluye los gastos de administración y de ventas, por lo tanto su aplicación implica una ganancia 0 al momento de calcular la utilidad neta. En la práctica se cubrirían tanto costos como gastos.

PRECIO DE VENTA

	Precio de Venta =	$\frac{\text{Costo total} - (\text{Costo total} * \text{impuestos})}{1 - (\% \text{ Utilidad}) - (\text{impuestos})} \Rightarrow \frac{6.779.906,26}{0,52} =$	Total 13.038.281 =	Unitario 931.306
--	-------------------	---	------------------------------	----------------------------

	Sobre venta unitaria	Precio de venta =	$\frac{\text{Costo total Unitario}}{100 - \text{Utilidad esperada}} \times 100$	Año 1 $\frac{317.293}{85} =$	373.286
--	----------------------	-------------------	---	------------------------------	----------------

MARGEN DE CONTRIBUCION

	Margen de Contribución unitario (\$) =	Precio de Venta - Costo Variable \Rightarrow	$931.306 - \$ 317.293,05 =$	#####
--	--	--	-----------------------------	-------

	Margen de Contribución en porcentaje	$\frac{\text{Ventas Totales} - \text{Costo variable}}{\text{Ventas Totales}} \Rightarrow$	$\frac{4.366.054}{8.808.157} =$	50%
--	--------------------------------------	---	---------------------------------	------------

PUNTO DE EQUILIBRIO

	Punto de Equilibrio en pesos	$= \frac{\text{Costos fijos totales} + \text{Gastos}}{\text{Margen de contribución \%}} \Rightarrow$	$\frac{5.677.160,33}{0,50} =$	11.453.207
--	------------------------------	--	-------------------------------	-------------------

	Punto de Equilibrio en unidades	$= \frac{\text{Costos fijos totales} + \text{Gastos}}{\text{Margen de contribución \$}} \Rightarrow$	$\frac{5.677.160,33}{614.012,75} =$	9,25
--	---------------------------------	--	-------------------------------------	-------------

ANÁLISIS E INTEPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el flujo de fondos se puede observar que, aunque la inversión inicial es grande, las ventas proyectadas, según los estudios realizados, dan para que el negocio pueda cubrir tanto el préstamo como los gastos fijos directos e indirectos de la empresa, y adicional obtener ganancias, es claro que el primer año del Centro Especializado @Digitalizando será un año de prueba en el que se debe saber manejar muy bien temas como la publicidad, el servicio al cliente, los precios, las instalaciones, todo esto con el fin de que lo futuros clientes se sientan a gusto y sean ellos mismos quienes traigan nuevos clientes, así la empresa seguirá creciendo acorde a las expectativas que se tienen desde su apertura.

10. CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados se logran sacar conclusiones correlacionadas simultáneamente.

- Se pueden establecer estrategias de marketing con alianzas que involucren especialmente a los estudiantes y egresados de las carreras de las universidades a los cuales se aplicó el estudio de mercado.
- Se debe estar atento al cambio en la TRM debido a que el precio de compra se realiza en dólares el cual afectaría positiva o negativamente los precios de venta generando posibles riesgos en la comercialización.
- Teniendo en cuenta el punto anterior es importante identificar los productos del portafolio que tienen mayor rotación para adquirirlos a buen precio, sin que haya mayor afectación por el cambio de tasa cuanto está vaya en ascenso.
- Ya que se pretende que el cliente logre identificar el área comercial, bodega y atención al cliente se debe integrar el lugar como un centro de experiencia en donde se pueda interactuar con el producto y los servicios.

11. BIBLIOGRAFIA

Pasos para crear empresa. Recuperado el 15 de julio de 2017

<http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa>

Guía para el registro. Recuperado el 15 de julio de 2017

<http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Guias-informativas-del-Registro-Mercantil-y-las-ESAL>

Idea centro de distribución HP. Tesis centro de distribución HP (Hewlett Packard).

Recuperado el 15 de julio de

2017.<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis60.pdf>

Bernal, C.A & Sierra, H.D (2013). Organigrama. Proceso Administrativo, segunda edición. Pearson pág. 186.

Núñez Zúñiga, Rafael (2008). Manual para la evaluación de Proyectos de Inversión. Primera edición. México, D.F.

Puentes Montañez, Gloria Acened (2011). Formulación y Evaluación de proyectos. Primera edición. Ecoe ediciones. Esquema de trabajo para la elaboración de planes de negocio. Pág. 163

Chiavenato, Idalberto (2011). Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicaciones. Segunda edición. McGraw Hill. Planeación Estratégica Pag.127

Montoya, Juan D. (2013). Sector Cuaternario. Recuperado de <http://www.actividadeseconomicas.org/2017/07/sector-cuaternario.html?showComment=1520615687244#c6179451988327281207>

El Tiempo. Redacción Tecnosfera (2015). ¿Qué tanto aporta la industria TIC a la economía nacional? Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15618752>

Gordillo, Cindy (2017). Vendedora de la empresa Nexsys de Colombia e investigación propia.

Alcaldía Mayor de Bogotá (2012). Chapinero, una de las localidades universitarias de Bogotá. Recuperado de <http://www.bogota.gov.co/en/node/105>