



TECHNOLOGY SHOP

Instagram: @empresa.technology\_shop

Autores:

José Alejandro Córdoba López,

Juan Fernando Velandia Machado & Miguel Ángel Hernández Páez

Proyecto de grado como requisito para optar por el título de Técnico Profesional en  
Logística de Comercio Exterior.

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Programa de Negocios Internacionales

Creación de Empresa 1

Código: 50101

Ibagué-Tolima

2020

Copyright © 2020 Yo, Juan Fernando Velandia Machado, identificado con CC.

1.005.910.824 de Ibagué, estudiante del programa Negocios Internacionales Declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Juan Fernando Velandia Machado,

---

Juan Fernando Velandia Machado

CC. 1.005.910.824

Copyright © 2020 Yo, José Alejandro Córdoba López, identificado con CC.

1.234.640.308 de Ibagué, estudiante del programa Negocios Internacionales. Declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



---

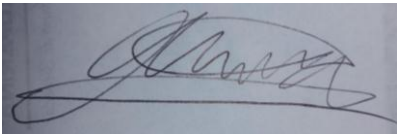
José Alejandro Córdoba López

CC. 1.234.640.308

Copyright © 2020 Yo, Miguel Ángel Hernández Páez, identificado con CC.

1.019.132.003 Declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



---

Miguel Ángel Hernández Páez

CC. 1.019.132.003

## **Agradecimientos**

Esta experiencia tan enriquecedora no hubiese sido posible sin el apoyo y ayuda de muchas personas que de forma directa e indirecta nos colaboraron con la realización de este gran proyecto, por ello hoy queremos darles las gracias.

Infinitas gracias a la profesora Luz Dary Valderrama, por ser la mentora en este camino a la sistematización de experiencias, por enseñarnos y guiarnos en nuestro proceso. Por demostrarnos que si se tiene la dedicación y compromiso se pueden lograr grandes cosas, a los demás profesores que a lo largo de nuestra carrera nos dejaron lo mejor de cada uno de ellos, mil agradecimientos y bendiciones.

## Contenido

Resumen ejecutivo.....	8
Introducción.....	9
Misión y visión.....	10
Objetivos.....	11
Claves para el éxito.....	12
1.0 Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.....	13
2.0 Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.....	22
3.0 Descripción la idea de negocio.....	25
4.0 Innovación.....	28
5.0 Fuerzas de la industria.....	34
6.0 Segmentación del mercado.....	43
7.0 Perfil del cliente.....	49
8.0 Diseño del producto.....	54
9.0 Costos de mercancía y precio de venta.....	59
10. Prototipo.....	61
11. Modelo Running Lean.....	66
12. Validación de la idea de negocio.....	68
13. Tabulación y análisis de la información.....	71
14. Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	77
15. Bibliografía.....	78

## Lista de tablas

Tabla 1.....	22
Tabla 2.....	25
Tabla 3.....	26
Tabla 4.....	31
Tabla 5.....	37
Tabla 6.....	39
Tabla 7.....	43
Tabla 8.....	71
Tabla 9.....	72
Tabla 10.....	73
Tabla 11.....	74
Tabla 12.....	75

## Lista de gráficos

Grafico 1.....	13
Grafico 2.....	14
Grafico 3.....	14
Grafico 4.....	26
Grafico 5.....	52
Grafico 6.....	53
Grafico 7.....	57
Grafico 8.....	71
Grafico 9.....	72
Grafico 10.....	73
Grafico 11.....	74
Grafico 12.....	75

## **Resumen ejecutivo**

El presente trabajo de grado está enfocado en la creación de una empresa con el fin de comercializar dispositivos móviles tecnológicos tales como Smartphones, bandas inteligentes y demás accesorios. Con el fin de hacer frente a la necesidad que tienen las personas día a día de comunicarse. Se realizó un estudio para poder determinar la capacidad y el alcance de la idea de negocio por consiguiente se llevaron a cabo estrategias para así poder penetrar el mercado y obtener un posicionamiento en el mismo.

Así surge Technology Shop, una tienda virtual con sede principal en la ciudad musical de Colombia, Ibagué-Tolima. Es una muy buena posibilidad debido a que el sector de comercio de dispositivos tecnológicos está en constante crecimiento por lo tanto se espera una buena rentabilidad.

La inversión que se realizó inicialmente fue de 4'000.000 de pesos con los cuales se compraron 5 Smartphones y 5 bandas inteligentes las cuales se vendieron de manera satisfactoria generando ganancias.

Actualmente se estima que para el mes de enero de 2021, se realice una inversión en mercancía de 8'000.000 de pesos para poder satisfacer la creciente demanda de dispositivos móviles y accesorios.



## **Introducción**

El presente proyecto es una idea de negocio que consiste en la creación de una empresa dedicada a la venta de productos tecnológicos, principalmente a través de las plataformas digitales debido al gran impacto que ha tenido el comercio electrónico. Por consiguiente, es un proceso que se retroalimenta a medida en que podamos mejorar cada uno de nuestros procesos logísticos enriqueciendo nuestra práctica empresarial.

Por esa razón, a través de los diferentes estudios de mercados se pudo determinar las necesidades de las personas que pueden llegar a ser clientes potenciales, por lo cual, enfocamos nuestros objetivos y esfuerzos hacia la búsqueda de la satisfacción de las necesidades que ellos presentan. Buscando día a día la especialización en nuestros procesos para obtener así la fidelización de los clientes.

En el primer capítulo denominado “Análisis y contexto del entorno”, se logró esclarecer las distintas variables que pueden llegar a afectar nuestra empresa. Por lo tanto se llevó a cabo una serie de estrategias para poder darle solución a las problemáticas.

En el segundo capítulo denominado “Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad”, encontramos una problemática principal la cual se plasmó en un árbol de problemas que nos ayudará a determinar las causas y consecuencias que puede llegar a generar este problema. Por otro lado, se encuentra el árbol de objetivos que permite dictaminar las soluciones para el problema principal.

## **Misión**

Technology Shop, es una empresa comprometida fuertemente con el desarrollo sostenible, con calidad humana para contribuir a la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes en el campo tecnológico con los productos más innovadores del mercado.

## **Visión**

Ser una empresa reconocida a nivel nacional en el mercado tecnológico, por su calidad, responsabilidad y compromiso en cada uno de los procesos logísticos, brindando así confiabilidad y apoyo a nuestros clientes.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Posicionar a TECHNOLOGY SHOP, como una empresa reconocida a nivel nacional por la venta y soporte técnico de productos tecnológicos con gran porcentaje de especialización en sus procesos.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda existente en el nicho de mercado en que se desenvuelve la empresa.
- Diseñar las estrategias para ser más competitivos y poder ofrecer los productos de la mejor manera.
- Llevar a cabo el desarrollo de la empresa bajo la normatividad legal vigente establecida por el gobierno nacional.
- Desarrollar el estudio financiero para poder determinar la rentabilidad de la empresa y por ende su sostenimiento en el mercado.

## Claves para el éxito

- **Conocer el mercado:** Claridad en el nicho de mercado, por lo tanto, existe un conocimiento previo sobre la competencia presente, los precios que se manejan y demás factores que puedan afectar la empresa.
- **Clientes:** Para Technology Shop entender a todos y cada uno de sus clientes es una prioridad, el poder comprender las necesidades de estos para así mismo, brindarles una pronta y efectiva solución.  
  
Por otro lado, se busca la fidelización del cliente a través de los servicios postventa, brindando seguridad y confianza.
- **Trabajo duro:** “El éxito es la suma de pequeños esfuerzos que se repiten día a día” (Robert Collier), por lo tanto, trabajamos con amor y pasión, con calidad humana para poder lograr nuestros objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.

- **Perseverancia:** Sabemos que el camino al éxito es largo pero como mencionamos anteriormente, trabajamos con amor, dedicación, disciplina y constancia porque verdaderamente perseguimos nuestros sueños y vamos a alcanzarlos.

## **1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio**

Actualmente el mundo entero está atravesando un momento bastante complicado, en donde muchas personas y empresas se han visto seriamente afectadas por la pandemia del COVID-19, por ende, se ha reducido de manera drástica el poder adquisitivo de muchas personas que pueden llegar a ser clientes potenciales.

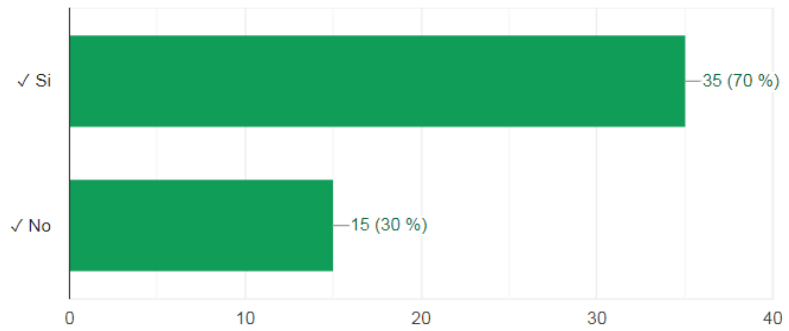
A través de la realización de una encuesta a 50 personas, se pudo establecer los tipos de necesidades y problemas de las personas, teniendo en cuenta la edad, el estrato socioeconómico para así poder satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

**Encuesta:**

**Grafico 1**

¿Necesita usted un dispositivo móvil para su uso personal, pero no cuenta con los recursos económicos suficientes?

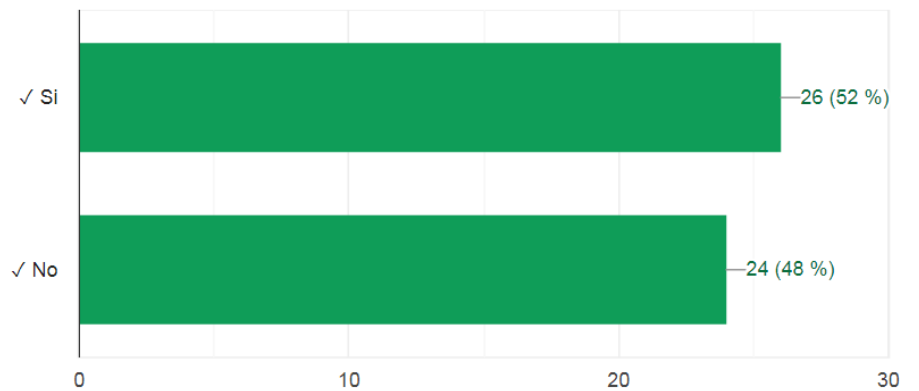
50 de 50 respuestas correctas



### Grafico 2

¿Su celular es optimo para soportar la carga estudiantil o laboral que usted maneja?

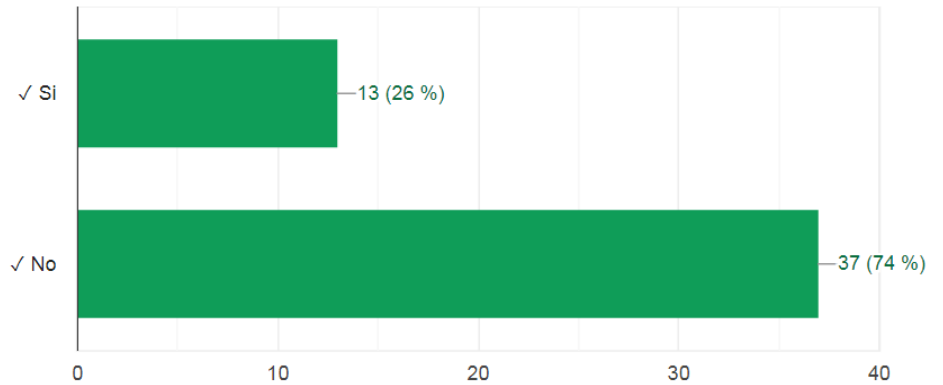
50 de 50 respuestas correctas



### Grafico 3

¿Actualmente cuenta usted con un poder adquisitivo para comprar un dispositivo móvil de alta gama?

50 de 50 respuestas correctas



Se obtuvieron los siguientes datos:

70% de los encuestados necesita un dispositivo móvil, pero no cuenta con los recursos económicos suficientes.

30% no necesita dispositivo móvil.

48% Cuenta con dispositivo móvil, pero necesita uno mejor, ya que el que posee no cumple con las características suficientes para llevar a cabo sus obligaciones personales.

52% posee un dispositivo óptimo.

26% Cuentan con la capacidad adquisitiva para comprar un celular de alta gama, pero no cuenta con el conocimiento suficiente para llevar a cabo la compra.

74% No cuenta con capacidad adquisitiva para comprar un dispositivo de alta gama.

- Se observó que un 70% de la población encuestada necesita adquirir un dispositivo móvil pero no cuenta con los recursos económicos. Para ese grupo de personas, tenemos un portafolio de productos que manejan una relación calidad -costo-beneficio, para que puedan suplir esa necesidad. Por otro lado, el 30% de la población encuestada, no necesita un dispositivo móvil, por ende, podemos ofrecer los diferentes productos que manejamos como lo son: Smart whaches, audífonos inalámbricos, diademas, entre otros.
- Para las personas que no cuentan con un dispositivo móvil capaz de soportar la carga laboral que manejan, nuestro portafolio de productos se adapta a las necesidades de las personas, por ende, ofrecemos dispositivos con características bastante completas, con una notable relación precio-calidad.



- Para el grupo poblacional que tiene una capacidad adquisitiva mayor, tenemos dispositivos con características, adicional a eso, como empresa Technology Shop, le brindamos una asesoría completa en donde escuchamos las necesidades del cliente para poder encontrar el dispositivo perfecto para él, en nuestra gama de productos.

Contamos con dispositivos complementarios como lo son las bandas inteligentes que se pueden enlazar con el móvil, las cuales nos brindaran la opción de contestar llamadas, notificación de mensajes, ritmo cardiaco, entre otros.

## **1.1 Objetivos de desarrollo sostenible**

Technology Shop es una empresa comprometida con el desarrollo sostenible, con la responsabilidad social empresarial. Por este motivo, tenemos como prioridad velar por la salud y la integridad de las personas y el medio ambiente. Nos enfocamos en los objetivos de:

### **Salud y bienestar**

Contribuir a la salud física de las personas, ya que, a través de uno de los productos que manejamos como lo es la “Mi band 5”, posee herramientas las cuales permiten monitorear el ritmo cardíaco, monitoreo de sueño, los pasos dados en un día o en cierto periodo de tiempo, las calorías quemadas durante una rutina de ejercicio, seguimiento del ciclo menstrual. Adicional a esto, la banda inteligente emite una señal cuando se lleva mucho tiempo sentado, informando a la persona que debe pararse para ayudar a su sistema circulatorio. Logrando de esta manera que las personas que portan la banda inteligente estén más pendientes de su salud física.

### **Trabajo decente y crecimiento económico**

Es preciso señalar que mediante el crecimiento empresarial, requeriremos más personal para determinados procesos logísticos, ya sea de atención al cliente, distribución de mercancías y técnicos capacitados en reparación de dispositivos móviles. Por consiguiente, estaremos generando empleo formal, lo cual contribuye al crecimiento económico del país.

## **Igualdad de género**

Technology Shop busca la inclusión y el progreso para todas las personas, por lo tanto, brindamos oportunidades laborales a hombres como a mujeres que verdaderamente sean comprometidos con la empresa, asimismo, ofrecerles a estas personas la oportunidad de formarse en el ámbito académico, contribuyendo al desarrollo de su vida profesional y laboral.

### **1.2 Valor compartido**

Aportar al bienestar de la sociedad a través de brindarle acceso a las tecnologías de la información y comunicación, por medio de la venta de nuestros dispositivos tecnológicos, por los cuales podrán acceder a plataformas digitales en donde se ve beneficiada gran parte de la población debido a que muchas de estas personas estudian o trabajan de manera virtual. Siendo así un gran aporte por parte de Technology Shop, hacia la población que la rodea.

A través de la plataforma (Instagram) brindamos el acompañamiento y asesoría no solamente en la parte técnica del producto, sino que también se explica cómo hacer un uso correcto de las redes sociales, enseñarles a los clientes como aprovechar las

herramientas que poseen sus dispositivos móviles, mediante historias o videos en vivo para generar una interacción entre la empresa y sus clientes.

### **1.3 Tecnologías disruptivas**

Día tras día la innovación es evidente, se puede observar el caso de la venta de algunos productos, en donde antiguamente las personas tenían que visitar el local físico para poder observar el productor que deseaban adquirir.

Hoy en día, gracias a las TIC's y a las plataformas digitales, esto se puede lograr desde casa, debido a que las empresas como es el caso de Technology Shop, contamos con nuestra propia tienda virtual en donde gracias al avance del comercio electrónico, podemos brindar la facilidad de asesoramiento a los clientes, además del servicio de venta y postventa

### **1.4 Análisis PESTEL**

**POLITICO** Gracias al TLC Colombia-Corea del sur, entrando en vigencia el 15 de julio de 2016, lo cual contribuyó a la apertura de un gran mercado en el ámbito tecnológico.

Por lo tanto, brinda a Technology Shop, la oportunidad de importar mercancía desde el

continente asiático, reconocido por su gran crecimiento e innovación de productos de alta calidad, principalmente tecnológicos.

Por otra parte, se encuentra el TLC Colombia-Suiza que entró en vigencia el 01 de julio de 2011, siendo este país un gran socio comercial que durante años ha sido reconocido por la producción de tecnología y al cual Colombia le importa productos tales como: computadores portátiles, televisores Smart, Smartphones, tablets y demás dispositivos. Cabe resaltar que los productos tecnológicos en Colombia, pagan un IVA del 19%, teniendo en cuenta que la norma de calidad presente en estos productos es la ISO 27001.

**ECONOMICO:** Technology Shop está comprendido en el sector terciario de la economía nacional, debido a que se especializa en la venta de productos aportando al comercio del país y al crecimiento de este sector tan importante que a través de los años ha tenido un avance significativo.

Este proyecto puede ser patrocinado por las compañías de telefonía móvil, debido a que se pueden generar alianzas estratégicas, lo cual beneficiaría ambas partes del acuerdo.

**SOCIAL:** La tecnología en los últimos años ha obtenido un valor significativo por parte de las personas, lo cual ha generado que día tras día crezca su consumo a nivel mundial. Durante el año 2020, se espera un incremento del 2.5% en la adquisición de bienes tecnológicos en relación al año 2019. Teniendo en cuenta el notable desarrollo del

comercio electrónico, Technology Shop, cuenta con su tienda virtual en Instagram @empresa.technology\_shop donde las personas pueden contactarse de manera directa con los asesores comerciales y consultar por nuestra gama de productos.

**TECNOLOGICO:** Como se mencionó anteriormente, gracias a las TIC's, las personas pueden acceder a plataformas digitales con mayor facilidad, lo cual beneficia a Technology Shop debido a que su especialidad es el comercio electrónico.

**ECOLÓGICO:** En la actualidad la tecnología y la ecología van cada vez más de la mano, considerando que las compañías buscan un desarrollo sostenible, por lo tanto, se puede observar una eficiencia en el consumo de energía de productos electrónicos lo cual, beneficia la preservación del medio ambiente evita y en gran medida la degradación del mismo.

**LEGAL:** Dentro del marco legal, podemos encontrar el decreto 2142 de diciembre de 2016, el cual regula las diferentes normas y medidas para la importación y exportación de dispositivos móviles inteligentes.

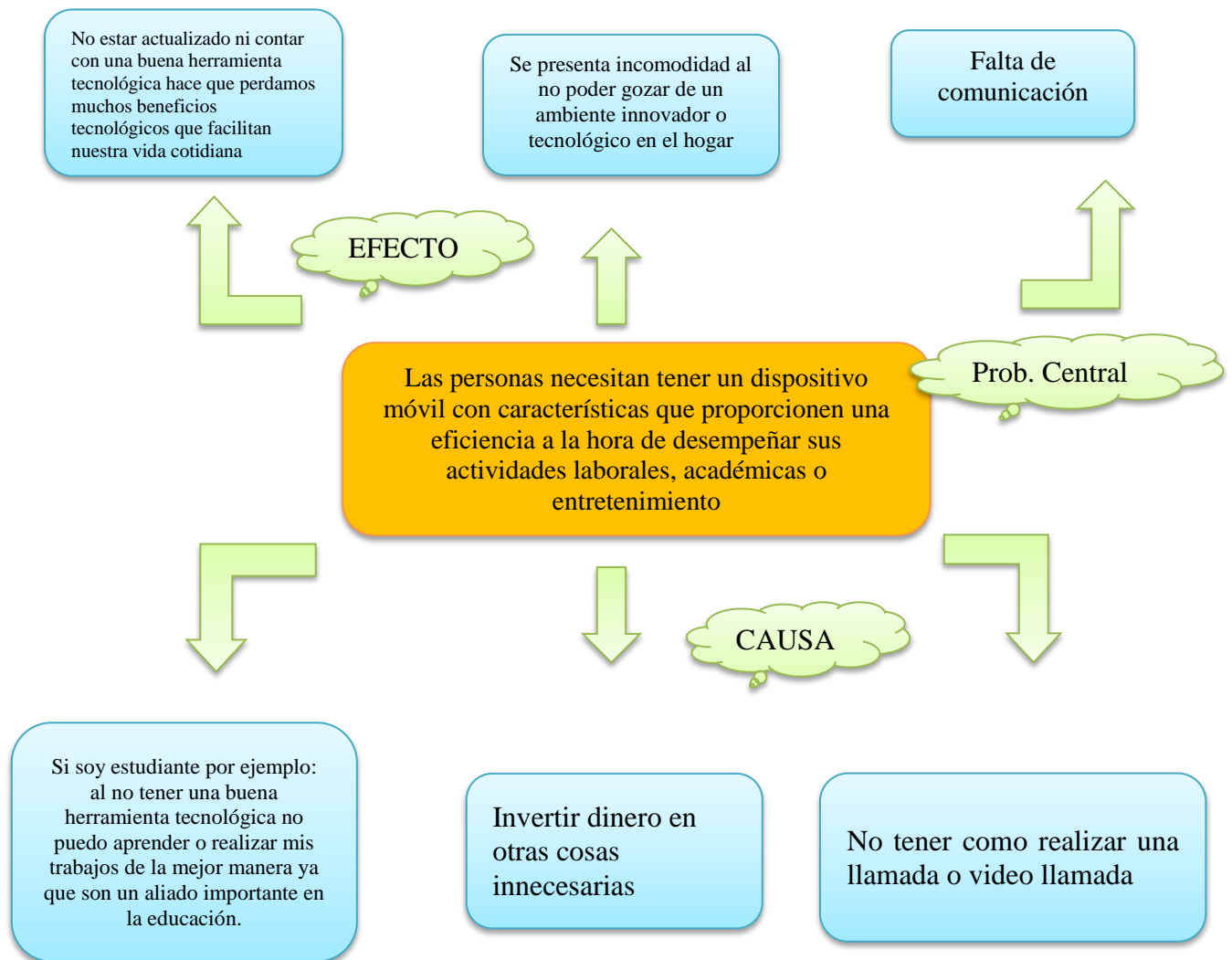
## **2.0 Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad**

Realizando un análisis del mercado potencial en el sector donde se desarrolla Technology Shop; que serían las familias de estratos 2 a 5. Se presume que son familias que quieren actualizar sus equipos móviles y accesorios tecnológicos, jóvenes estudiantes hasta empresarios que buscan una herramienta tecnológica de calidad y con garantía dando un servicio personalizado y seguimiento al cliente, desde luego prefieren pagar por este tipo de servicio.

**Tabla 1**

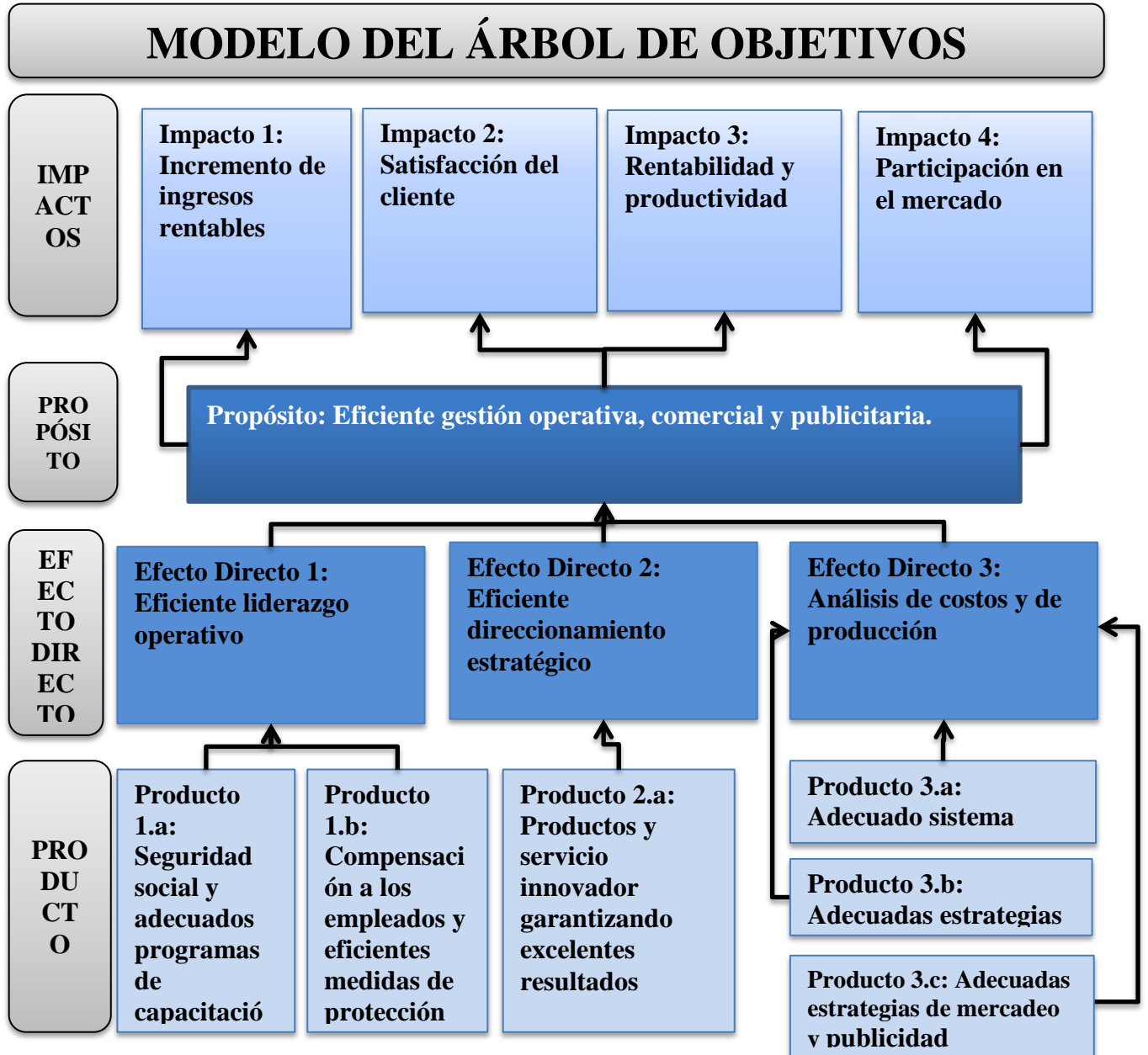
<b>CRITERIOS</b>	<b>PROBLEMA 1</b>
Conocimiento o experiencia	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?).	4
Tiempo (posible solución)	4
Costos (posibles soluciones)	5
Impacto ¿es trascendental? ¿Representando un desafío para ustedes?	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>

## 2.1 Árbol de problemas





## 2.2 Árbol de objetivos



### 3.0 Descripción la idea de negocio

#### CUADRO DE VALORACION

**Tabla 2**

INTERES/DISPOSICION AFIRMACIONES	Escala de valoración				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.				4	
No me incomodaria decir a otros que me dedico a esta actividad.					5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo necesario para desarrollar el proyecto.					5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.					5
<b>No. TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

	A		B		C
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 1	0	x	1	=	0
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 2	0	x	2	=	0
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 3	0	x	3	=	0
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 4	1	x	4	=	4
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN 5	3	x	5	=	15

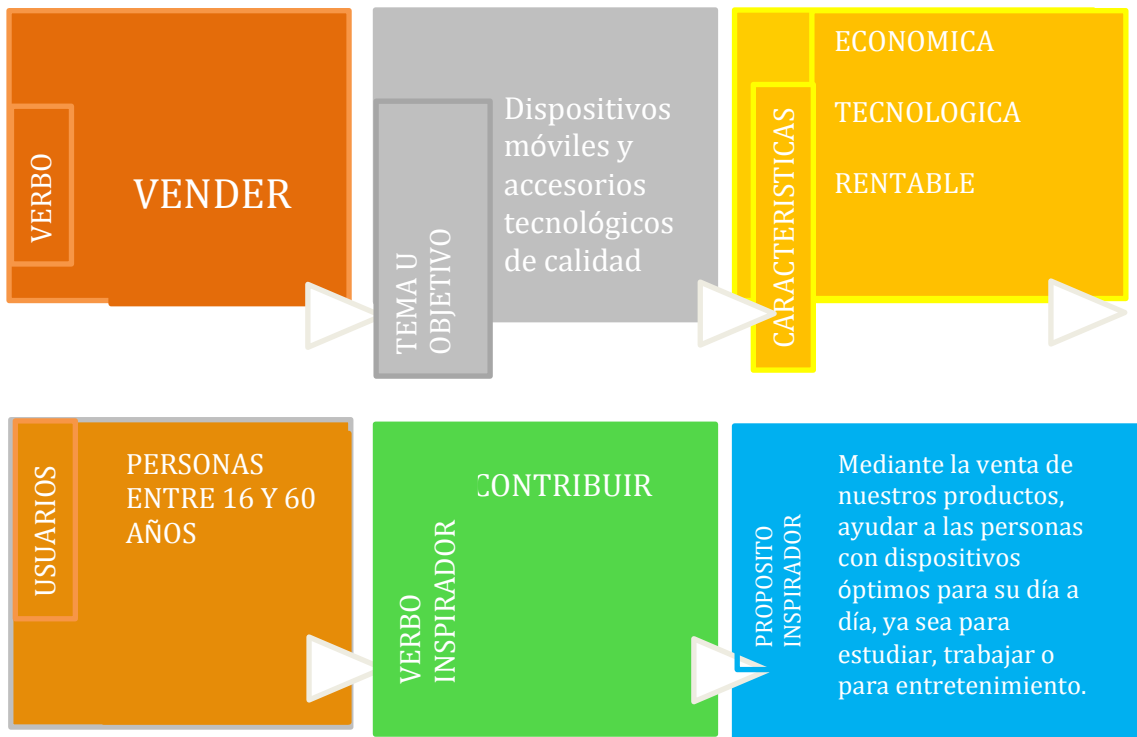
#### **PUNTAJE TOTAL: 19**

Respecto a los resultados obtenidos en la tabla 2, permiten observar que este emprendimiento cuenta con un alto grado de motivación, satisfacción personal debido a que es una idea de negocio proyectada alrededor de 2 años y ahora es una realidad.

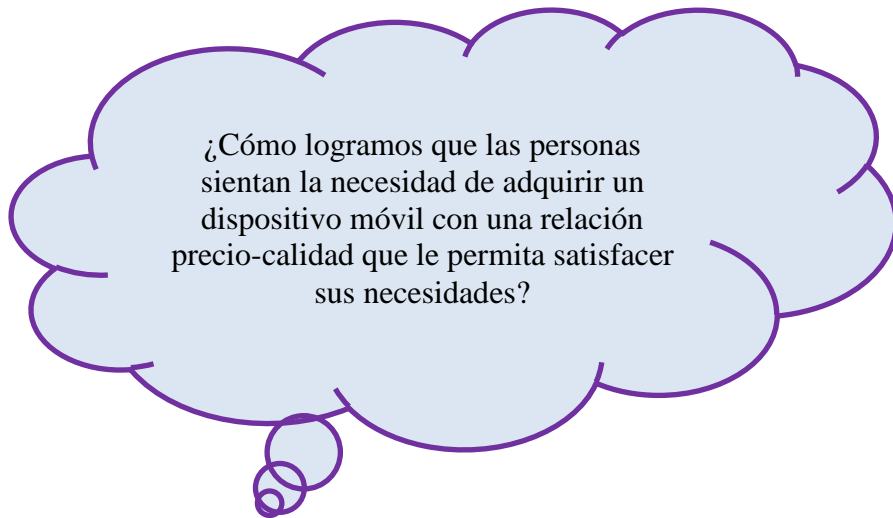
**Tabla 3**

¿Cuál es el producto o servicio?	Technology Shop es una empresa dedicada a la venta de dispositivos móviles y demás accesorios tecnológicos.
¿Quién es el cliente potencial?	Personas que deseen actualizar sus dispositivos móviles y que quieran tener herramientas digitales a la mano.
¿Cuál es la necesidad?	Actualmente muchas personas trabajan o estudian a través de plataformas digitales por lo cual, necesitan mejores equipos para tener un buen desempeño.
¿Cómo?	A través de Instagram, manejamos nuestra tienda virtual, ya que el comercio electrónico ha tenido un auge bastante grande y facilita en gran medida el proceso de asesoramiento y compra.
¿Por qué lo preferirán?	Manejamos productos con una relación costo-calidad-beneficio, además de excelente servicio post venta. Brindándole confiabilidad a nuestros clientes.

**Grafico 4**



## Lluvia de ideas



Marketing digital a través de grupos de interés en redes sociales

Creación de folletos en donde se enseñen las especificaciones de los productos

Marketing por medio de plataformas radiales

Encuesta online donde se describan las problemáticas de los clientes con sus dispositivos actuales

## **4.0 Innovación**

### **Analizando la competencia**

Gracias al estudio de mercado realizado, se pudo esclarecer la competencia que existe en el mercado para la idea de negocio en proceso. Por lo cual, se notaron falencias importantes que podrían beneficiar a Technology Shop a destacar entre la competencia.

- Entre las principales falencias se encontró el pésimo servicio postventa, en donde muchas empresas no brindan la atención adecuada para poder solucionar los problemas que el cliente posee con los productos que adquirieron de ellos. Por lo tanto, Technology Shop se centra en la satisfacción del cliente en todo momento, brindarle siempre seguridad y confianza.
- Por otro lado, se encontró que muchas empresas suelen demorarse bastante en entregar el producto que se encuentra en garantía, lo cual le genera incertidumbre al cliente respecto a lo que pueda pasar con el producto. Por eso, buscamos ser eficientes en todos los aspectos para poder ofrecer soluciones favorables y asimismo, contribuyendo a la complacencia de nuestros clientes.

## **Innovación en canales**

Actualmente vivimos en la era digital, gracias a esto muchas cosas han cambiado como el comercio, el marketing, entre otros.

- Gracias al avance del E-COMMERCE, se ha facilitado el proceso de compra a través de las plataformas digitales tales como Facebook, Instagram, etc. Con base en el estudio de mercado, se determinó que muchas empresas competentes no cuentan con su tienda virtual, siendo esta una gran razón para que Technology Shop aproveche esta ventaja y de esta manera empiece a obtener reconocimiento.
- Adicional a esto, se visualizó que las empresas que cuentan con su tienda virtual no realizan el debido proceso de marketing digital lo cual les genera dificultades a la hora de vender sus productos o prestar sus servicios, siendo así, otra característica fundamental que maneja Technology Shop.

Visita @empresa.technology\_shop para que disfrutes de todos nuestros productos.

Contáctanos para asesorarte e informarte sobre las características de cada uno.



**Tabla 4**

VARIABLE	DESCRIPCION DE LA INNOVACIÓN
SERVICIO POSTVENTA	Se busca hacer un seguimiento al cliente, basándonos en el marketing relacional generando así la fidelización del cliente y así mismo, brindarle confianza.
MERCADEO	A través de nuestra tienda digital, el comprador podrá tener una comunicación asertiva con Technology Shop
PROCESO	Gracias a los datos que nos brinda el cliente, podemos comunicarnos por vía email o Mensaje de texto.



## DOFA EMPRESARIAL

<b>DEBILIDADES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Falta de repuestos para realizar arreglos</li><li>● Diversificación de clientes</li><li>● Recursos físicos limitados.</li><li>● No se cuenta con planeación financiera</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Hay un excelente mercado potencial.</li><li>● Incursión de la tecnología en la forma de prestar servicios.</li><li>● Aceptación del apoyo tecnológico por parte de los clientes.</li><li>● Ventaja competitiva hacia la competencia basada en la tecnología.</li><li>● Crecimiento del sector servicio.</li><li>● Formación de nuevos hogares que demandaran el servicio.</li></ul>

<b>FORTALEZAS</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>● Apoyo tecnológico en la prestación de servicio.</li><li>● Capacidad de respuesta inmediata.</li><li>● Servicio rápido y seguro.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Baja demanda para algunos servicios.</li><li>● Contaminación industrial</li><li>● Competencia con otras empresas en ventas o servicios</li></ul>

## **5.0 Fuerzas de la industria**

### **5.1 Contextualización de la empresa**

**TECHNOLOGY SHOP**, es una microempresa dedicada a la venta de productos tecnológicos tales como Smartphones, bandas inteligentes, auriculares, entre otros.

Teniendo su sede principal en la ciudad de Ibagué, Tolima – Colombia.

Su objetivo principal es poder satisfacer la necesidad que posee cierto segmento del mercado principalmente en edades de 18-50 años, la cual es optar con un dispositivo móvil óptimo ya sea para educación, trabajo o entretenimiento.

### **5.2 Análisis de la demanda**

#### **Influencias internas**

#### **Análisis del consumidor**

Determinado segmento del mercado posee un conocimiento notable respecto a las características de los productos tecnológicos que manejamos, por ende ese factor cognitivo juega un papel fundamental al momento de atender a nuestros clientes para empezar el proceso de asesoría que ellos requieren para después realizar la compra.

A través de las herramientas que poseen los dispositivos móviles que manejamos, podemos cautivar emociones dependiendo el estado de ánimo de la persona, ya sea mediante las fotografías, los videojuegos, el uso del dispositivo bajo el agua, en la parte deportiva por medio del monitoreo de calorías y pulsaciones cardiacas, entre otros. Todas estas herramientas generan una confianza en el cliente debido a que se adaptan a cada momento y estado de ánimo de la persona. Por consiguiente no solo vendemos un producto sino que también experiencias, emociones y sensaciones generando así un vínculo afectivo principalmente con la marca Xiaomi, ya que nuestros productos en su mayoría son de esta marca.

Con base a lo mencionado anteriormente a través del rango edades podemos enfocar nuestros esfuerzos a satisfacer las necesidades de nuestros clientes y asimismo determinar su comportamiento y fidelidad. Por ejemplo, para el caso de personas de 18 - 40 años, en su mayoría son personas activas laboralmente y académicamente que tienen muy en cuenta las características y funciones del producto tecnológico que desean adquirir, por esta razón requieren un dispositivo móvil óptimo para llevar a cabo sus actividades. Por otra parte las personas de 40-50 años poseen necesidades diferentes, en su mayoría no cuentan con el conocimiento suficiente acerca de las características de los equipos, por ende, a través de las asesorías se les brinda toda la información necesaria. Según la experiencia que tenemos, estos clientes optan por comprar celulares principalmente para entretenimiento, por lo cual no disponen de equipos tan completos en cuanto a funciones.

## **Influencias Externas**

Los grupos y redes sociales tienen un rol muy importante debido a que se comparten experiencias e intereses, por ende, Technology Shop brinda las mejores experiencias a sus clientes sin importar su clase social o estrato socioeconómico ya que nuestro catálogo de productos se acomoda a las necesidades de cada uno. Esto genera un reconocimiento empresarial lo que contribuye a que las personas confíen en nuestros productos y servicios. Empezando así el proceso de fidelización del cliente. La familia es otro factor importante a tener en cuenta, ya que son las personas más cercanas al cliente por lo que influyen de manera notable en la decisión de compra.

## **Tamaño del mercado**

Es aquella variable mediante la cual se puede entender el potencial que puede llegar a tener un proyecto. Por lo tanto, se ha optado por determinar el tamaño de mercado para la venta de dispositivos móviles a nivel nacional, dando el siguiente resultado.

El número de compradores para la oferta de mercado presente es:

Demanda de dispositivos móviles= cantidad media de productos adquiridos por cada comprador \* Número de compradores

**Tabla 5**

Demanda de dispositivos móviles	1,5	X	9'400,000
Total:	14'100,000		

### 5.3 Análisis de la oferta

Debemos considerar que esto es un negocio por lo cual se busca el beneficio del consumidor tanto en términos de cobertura como de calidad y precio. Por esta razón existe una fuerte competencia en el mercado tecnológico, las empresas más importante en la competencia en Colombia son claro y movistar. Claro es una **empresa** de información, comunicación y entretenimiento que brinda acceso al servicio móvil al 96% al territorio Colombiano con productos y servicios de la más avanzada en tecnología. Movistar es una

empresa de gran importancia de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes.

En Colombia existe aproximadamente 3.967 Empresas y microempresas de tecnología basadas en la venta de dispositivos móviles y productos tecnológicos. Muchas de estas utilizan unas estrategias para los clientes tales como: Estandarización, cloud computing, outsourcing y servicios compartidos. Estas estrategias lo hacen con el fin de mejorar la competitividad, productividad de la organización y llegar así a una confianza con el cliente.

Uno de sus principales puntos fuertes es el tiempo de garantía que les brinda a los clientes, (1 año) contado a partir de la venta del producto sólo por desperfectos de fábrica, por lo cual genera una ventaja competitiva frente a sus rivales comerciales. Otro factor importante de estas empresas es el precio de los productos y la facilidad de pago del mismo de hasta 36 meses. Por otra parte se pudo observar que manejan un marketing digital muy leve en plataformas tales como Instagram, Facebook y whatsapp. Además de esto, poseen tarjetas de presentación en donde están plasmados los datos como: Nombre del local, teléfonos y dirección del punto de venta. En el ámbito deportivo muchas de estas empresas realizan su publicidad en uniformes, ya que patrocinan equipos deportivos de fútbol, patinaje, tenis. Lo cual produce un gran impacto en las personas que observan este tipo de eventos.

Con base a lo mencionado anteriormente Technology Shop, busca aplicar estas estrategias y mejorarlas en lo posible, en el caso del marketing digital de nuestros rivales comerciales se notó una deficiencia en cuanto a publicidad. Eso podría ser un objetivo en el cual se deberá trabajar muy fuerte recordando que en este momento el E-Commerce está en su máximo nivel.

Para mantener al día visitamos las páginas organizacionales de las marcas que vendemos para asimismo estar al tanto de los lanzamientos de nuevos productos ya que para nadie es un secreto que la tecnología avanza a pasos agigantados, por ende, también se debe innovar en las estrategias de venta y publicidad, teniendo en cuenta las nuevas tendencias del mercado para poder adaptarse a los cambios de este.

@xiaomi.colombia @xiaomi

## PRINCIPALES COMPETIDORES EN IBAGUÉ

**Tabla 6**

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio(ventaja competitiva)	Ubicación
Mundo Tronics	Redmi	\$ 840,000	Un año de garantía por	CC. Sanandresitos local-



	Note 9S		defectos de fabrica	69 Ibagué
JYL TECHNOLOGY	Redmi Note 9S	\$ 835,000	Un año de garantía por defectos de fabrica	CC. Combeima local 1068 Ibagué
TIENDA TECNO	Redmi Note 9S	\$ 850,000	Un año de garantía por defectos de fabrica	CC. Pasaje la 14 local 219 Ibagué

### **Análisis de los proveedores**

Technology Shop cuenta con proveedores de China debido a que los dispositivos tecnológicos que importa son fabricados en Asia, adquiriendo sus productos principalmente de la tienda oficial de Xiaomi y otros mayoristas, los cuales brindan sus productos en un rango de precios justos al igual que la mayoría de sus rivales comerciales, son empresas que cuentan con una experiencia de más de 5 años en el mercado, las cuales cumplen con toda la normatividad legal, mostrando transparencia y rectitud en cada uno de sus procesos logísticos.

Según la investigación realizada de los principales competidores de Technology Shop en el mercado local, sus administradores comentaron que de igual manera importaban sus

productos desde el continente asiático debido a la calidad de los productos, precios razonables y posibilidad de alianzas estratégicas con ciertos proveedores.

#### **5.4 Análisis de la comercialización**

En la actualidad, el mercado tecnológico posee muchos productos para satisfacer una misma necesidad, por lo tanto, se realizará el estudio de la competencia directa e indirecta de la siguiente manera:

##### **Competencia directa.**

Son todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, es decir, buscan a nuestros mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo .

Entre los más reconocidos están **TIENDA TECNO, MUNDO TRONICS y JYL TECHNOLOGY**; quienes manejan precios similares a los que maneja **TECHNOLOGY SHOP**.

##### **Competencia indirecta.**

La competencia indirecta que está presente en el mercado local se basa en todos los productos o bienes sustitutos, que buscan satisfacer las mismas necesidades que presenta nuestro mercado meta. Entre esta categoría se encuentran productos tales como: Tabletas, computadores de mesa y computadores portátiles.

Entre los competidores más destacados a nivel local están: **INFOWEB, PSC COMPUTADORES, SERVICOMPUTO LOS PANCHES Y COMPU-ELECTRONICS**. Los cuales manejan un rango de precios similares además del tiempo de garantía.

Con la definición anterior podemos establecer los productos que compiten de manera directa con los que ofrece Technology Shop, en el caso de los dispositivos móviles encontramos una gran variedad en cuanto a precios, marcas, características y funciones. Resaltando que los productos que ofrecemos son de la marca Xiaomi por lo cual nos encontramos con muchos competidores para la venta de estos.

## 6.0 Segmentación del Mercado

Para este emprendimiento de la venta de dispositivos móviles y demás accesorios tecnológicos, se tomó como base la población de Ibagué de la cual se tomará una porción entre edades de 18 a 50 años, luego se tomará el 40% el cual será nuestro mercado objetivo.

**TABLA 7**

VARIABLE DE LA SEGMENTACIÓN	CARACTERISTICA	DATOS
Geográfica	Municipio de Ibagué, Tol	541,101 Habitantes
Edades	18-50 años	312,647

Mercado Objetivo	312,647*40%	125,058
------------------	-------------	---------

El catálogo de productos que maneja Technology Shop se adapta a todas las edades, estratos económicos, estilos de vida, etc. Por lo tanto, se pueden satisfacer las necesidades de los diferentes clientes potenciales y reales.

**Motivos y bondades de los productos Xiaomi:**

- Increíble relación calidad-precio
- Variedad de productos en gama baja, media y alta con precios razonables
- Todos los teléfonos celulares poseen cámara doble para una mejor resolución en las fotografías.
- Disponibilidad de accesorios para complementar con tu Smartphone, como auriculares inalámbricos, bandas inteligentes.
- Lanzamientos de modelos nuevos al mercado en poco tiempo

- poseen sistema operativo Android
- Muchos dispositivos cuentan con sistema de carga rápida, el cual permite tener el 100% de batería en un tiempo menor a los cargadores convencionales.
- Disponen de constantes actualizaciones para mejorar el funcionamiento del equipo móvil.
- La capa de personalización MIUI, brinda la facilidad de personalizar la interfaz de uso con gran variedad de diseños.
- Baterías con gran cantidad de amperaje para una mejor autonomía
- Buen rendimiento en todos sus dispositivos móviles

Como se puede observar, la firma Xiaomi actualmente es una de las mejores opciones a la hora de comprar productos tecnológicos, debido a que brindan características muy buenas a un precio bajo en comparación con otras marcas que participan en el mismo mercado. Por otra parte recordar que esta compañía lleva 1 década de haber sido fundada y ha tenido un crecimiento exponencial en los últimos 5 años.

**BUYER PERSONA (CLIENTE IDEAL)**



	<p><b>MIEDOS, FRUSTRACIONES Y ANSIEDADES</b></p> <p>Demasiado tiempo en el proceso de compra. Miedo a la hora de adquirir una deuda, miedo a repetir una mala experiencia a la hora de comprar.</p>	<p><b>DESEA, NECESITA, ANHELA Y SUEÑA</b></p> <p>Facilidad en la compra, desea un producto calidad-precio-beneficio. Que escuchen sus opiniones y tengan un buen trato por parte del vendedor, necesita un mejor teléfono y anhela culminar sus estudios</p>
<p><b>DEMOGRAFICOS Y PSICOGRAFICOS</b></p> <p><b>Jairo</b>, hombre de 30 años. Colombiano, vive solo en una casa alquilada estrato 2 en la ciudad de Ibagué, sin hijos, trabaja en una</p>	<p><b>¿QUE ESTAN TRATANDO DE HACER Y POR QUÉ ES IMPORTANTE PARA ELLOS?</b></p> <p>Mantener en comunicación constante con las demás personas, adelantar informes de la empresa</p>	<p><b>¿COMO ALCANZAN ESAS METAS HOY? ¿HAY ALGUNA BARRERA EN SU CAMINO?</b></p> <p>Jairo, se esmera por poder cumplir con sus obligaciones pero su teléfono celular no lo beneficia</p>

<p>empresa de lunes a sábado como almacenista, nivel de educación técnico y estudia su carrera profesional de forma virtual, posee un sueldo de \$1'500,000 al mes.</p>	<p>desde su dispositivo móvil para cumplir con sus obligaciones laborales y así contribuir al beneficio de la organización. Además de esto, se esfuerza por culminar sus estudios profesionales para poder obtener mejores oportunidades laborales y asimismo una mejor calidad de vida</p>	<p>debido a que su procesador es muy lento, la batería se descarga muy rápido y por ese motivo no puede ser tan eficiente como el desea respecto a sus informes laborales y sus trabajos académicos.</p>
<p><b>FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS</b></p>	<p>Me atendieron de muy buena manera, me mostraron todos los productos para la venta. Tuve que esperar bastante tiempo para que me entregaran el teléfono que lleve por garantía.</p>	
<p><b>¿EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBEN TENER EN CUENTA?</b></p>	<p>Es una persona a la cual si se le demuestra confianza y seguridad de parte de la empresa, está persona puede llegar a ser un cliente constante y ayudar a la buena imagen corporativa a través de charlas con sus amigos, compañeros de trabajo, etc.</p>	

La porción de mercado a la cual decidimos determinar cómo mercado objetivo posee clientes con características demográficas y psicográficas parecidas a las de nuestro cliente



ideal, por lo tanto, Technology Shop busca las estrategias para poder tener un impacto positivo en ellos y asimismo poder llegar a un punto de fidelización. Por otro lado el cliente ideal destaca los siguientes valores:

**TOLERANCIA:** respetar los demás puntos de vista aunque no los comparta. Siempre estar abierto a escuchar nuevas opiniones y a cambiar de parecer si es necesario.

**EMPATIA:** Se pone en el lugar del otro, percibe sus sentimientos y emociones para entender mejor a la persona.

**LEALTAD:** Posee un gran carácter, fiel a sus acciones, valores y comportamientos. Un individuo fiel a su esencia.

**HONESTIDAD:** Piensa en el beneficio común antes del beneficio individual, es sincero, genera confianza y respeto en los demás.

**RESPONSABILIDAD:** Tiene claras sus obligaciones y deberes, asume todas las consecuencias de sus actos y sus compromisos con los demás.

Gracias a los valores mencionados con anterioridad, nuestro cliente ideal puede desenvolverse en un muy buen ambiente laboral con sus compañeros y amigos dentro de la empresa con los cuales comparte de lunes a sábado y en ocasiones los domingos, por otro lado se encuentra su ambiente académico en el cual debe estar en permanente comunicación debido a la modalidad estudiantil que ejerce. Según el ejercicio Buyer, presenta la necesidad de cambiar su teléfono celular por uno más potente, con mejores características para cumplir con sus deberes laborales y académicos, además de estar en comunicación con las demás personas ya que su meta es finalizar sus estudios profesionales para obtener la oportunidad de aplicar a un cargo más alto y mejorar su calidad de vida.

## **7.0 PERFIL DEL CLIENTE**



#### Trabajos del cliente:

- Entretenerse
- Relajarse
- Estar al día
- Mantener su estabilidad económica y social

#### Frustraciones del cliente:

- Opciones limitadas
- Falta de dinero
- No planear con antelación

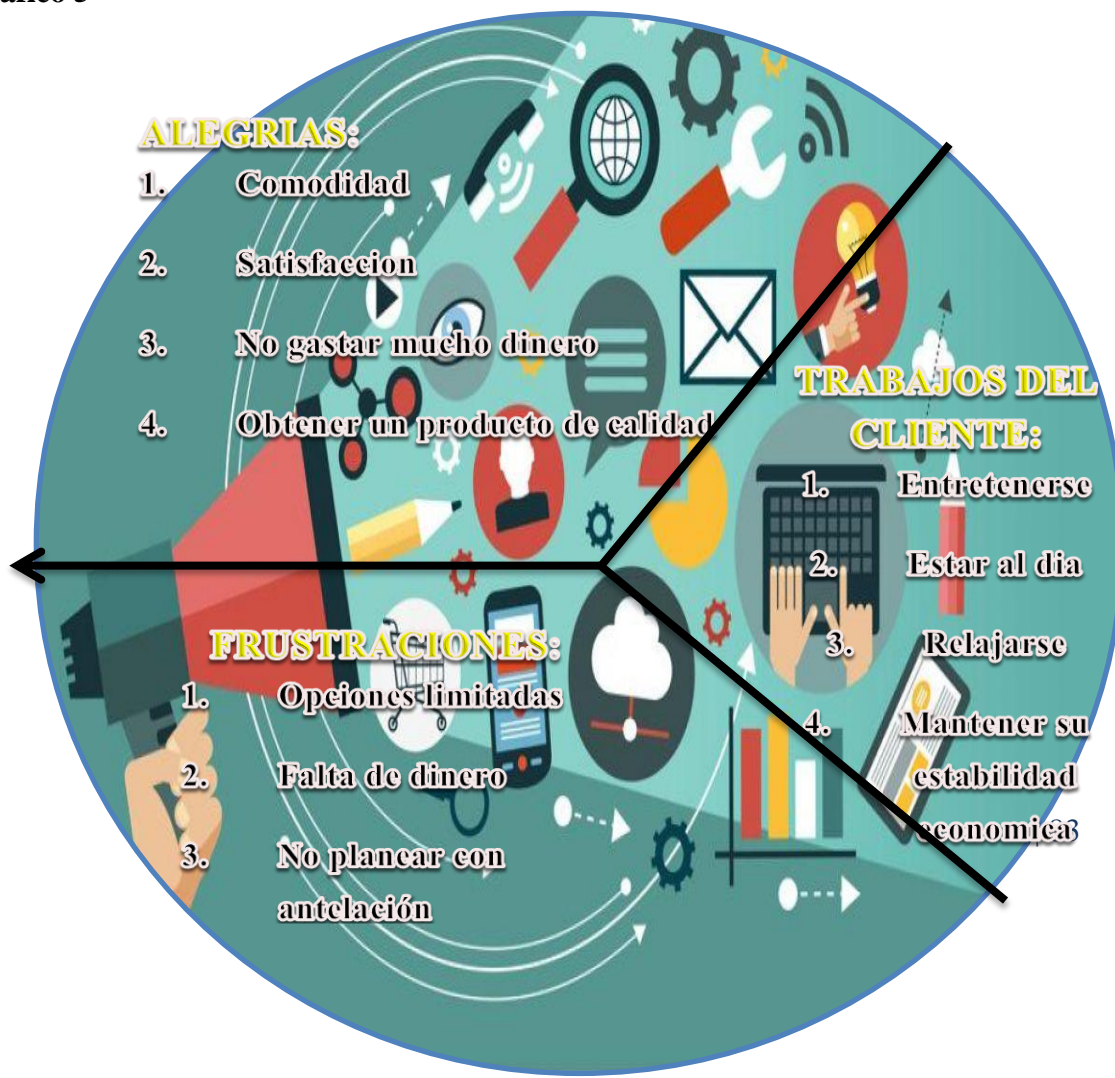
#### Alegrías del cliente:

- Comodidad
- Satisfacción

- No gastar mucho dinero
- Obtener un producto de calidad

Problema	Solución	Ventaja injusta	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Confiabilidad de los clientes</li> <li>● Pico y placa en la ciudad</li> <li>● Seguridad de los operarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Selección y capacitación al personal bajo la exigencia de los clientes.</li> <li>● Adquirir la placa vehicular blanca que nos permite operar todos los días sin restricción.</li> <li>● Garantizar la seguridad social del empleado y elementos de protección.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Los productos que utilizamos son elaborados por nuestra empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hogares, establecimientos comerciales y oficinas.</li> </ul>

Grafico 5



**Grafico 6**



## 8. Diseño del producto

### 8.1 Ficha técnica

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO/SERVICIO
Xiaomi Redmi note 8
silicio, plástico, hierro, aluminio, cobre, plomo, zinc, estaño, nikel y bario
ISO 27001 - ISO 20000-1

Paquetes estampados con la imagen del producto
Caja de cartón con variedad de colores e imagen del dispositivo, dimensiones de 15cm de altura x 7,5 cm de base y 5,5 cm de ancho
Cartón duro
Mantener el empaque alejado de lugares húmedos y que esté siempre seco debido a que el frío y la humedad pueden afectar su rigidez.
Consumidores promedio cambian sus dispositivos cada 18 - 24 meses, se estima que la vida útil del dispositivo es de 3 años con garantía de 1 año a partir de su compra
No presenta
ELABORÓ: grupo técnico de comercialización
REVISÓ: Gerente



## 8.2 Ciclo de vida

El producto que actualmente se está manejando se encuentra en su etapa de madurez, debido a que entró en el mercado y ha alcanzado su punto máximo en cuanto a ventas del mismo, teniendo en cuenta esta situación la empresa Xiaomi ha decidido sacar al mercado el nuevo Xiaomi redmi note 8 Pro entre otros más, para innovar y hacer atractivo al producto.

### **Definición estratégica**

El Decreto 1879 se reglamenta los artículos 46 (supresión de las licencias del funcionamiento) y 47(requisitos especiales) del decreto 2150 de 1995, De igual forma exige unos requisitos a los establecimientos de actividad comercial o industrial para así mismo obtener el funcionamiento de dicha actividad. En primera medida se encuentran los requisitos documentales exigibles a los establecimientos de comercio para su apertura y operación por cual se expresa a la matricula mercantil (registro) expedida por la cámara de comercio, en segundo lugar informan los requisitos de cumplimiento exigibles a los establecimientos de comercio regulada en la ley 9 de 1979 donde exigen las medidas de una serie de condiciones sanitarias y unas normas expedidas por el municipio que hace

referente al uso del suelo, ubicación, intensidad auditiva y comunicación a planeación.

Para finalizar El Departamento Administrativo de la Función Pública (Entidades Públicas) en materia de tramites podrá solicitar información a las autoridades distritales y municipales. Cabe resaltar que existe una serie de sanciones establecidas por la ley a los establecimientos que no cumplan con los requisitos establecidos en el decreto 1879 por lo cual entro en vigencia el 29 de mayo del 2008.

Para el proceso de importación de dispositivo móvil el ministerio de comercio, industria y turismo estableció el Decreto 2142 tuvo como finalidad controlar la importación y exportaciones de teléfonos móviles inteligentes y combatiendo con el hurto de equipos terminales móviles en el país. Para poder realizar el proceso de importación existen unas disposiciones especiales para las importaciones, módulo de consulta y verificación de IMEI.

Por otra parte no podrán ser objeto de importación los teléfonos móviles cuyo IMEI (International Mobile Equipment Identity,) se encuentre registrado en las bases de datos negativa o positiva de que trata el artículo 106 de la Ley 1453 de 2011 en otros términos las comercializadoras deberán garantizar que las bandas de los terminales móviles estén desbloqueadas para que el usuario pueda activarlos en cualquier red, así como definir las condiciones y características de base de datos tanto positivo como negativo que contengan la información de los equipos móviles

### **8.3 Cadena de distribución**

A continuación, se muestra la gráfica No. # La cual describe el proceso de la cadena de distribución, en donde se evidencian cada uno de los actores que influyen de manera directa en el proceso. Empezando desde el punto de origen (proveedor) hasta el punto final de la cadena (cliente) Todo empieza con una importación de los productos tecnológicos provenientes del continente asiático, luego se hace el transporte interno en territorio nacional hasta la ciudad de Ibagué, Tolima. Comienza el debido proceso de marketing para promocionar los nuevos productos que da inicio a la planificación de los pedidos después la compra y, por último, su destino final que es el cliente.

## CADENA DE DISTRIBUCIÓN

**Grafico 7**





## 9. Costos de mercancía y precio de venta

Technology Shop aclara que en el costo de producción va incluido el precio de la mercancía, flete internacional desde el país de origen hasta el país de destino, tarifas arancelarias.

Se importó una mercancía para el mes de septiembre por un valor de cuatro millones de pesos en celulares y bandas inteligentes Xiaomi, de la se espera sacar una utilidad del 30%.

Precio de venta	Costo total unitario
-----------------	----------------------

	_____
	1-30% utilidad

Precio de venta Mi Band 5	100.000 pesos	=	\$142,857 pesos
	_____		
	(1-0,30)		

Precio de venta Redmi 9	650.000 pesos	=	\$928.571 pesos
	_____		
	(1-0,30)		

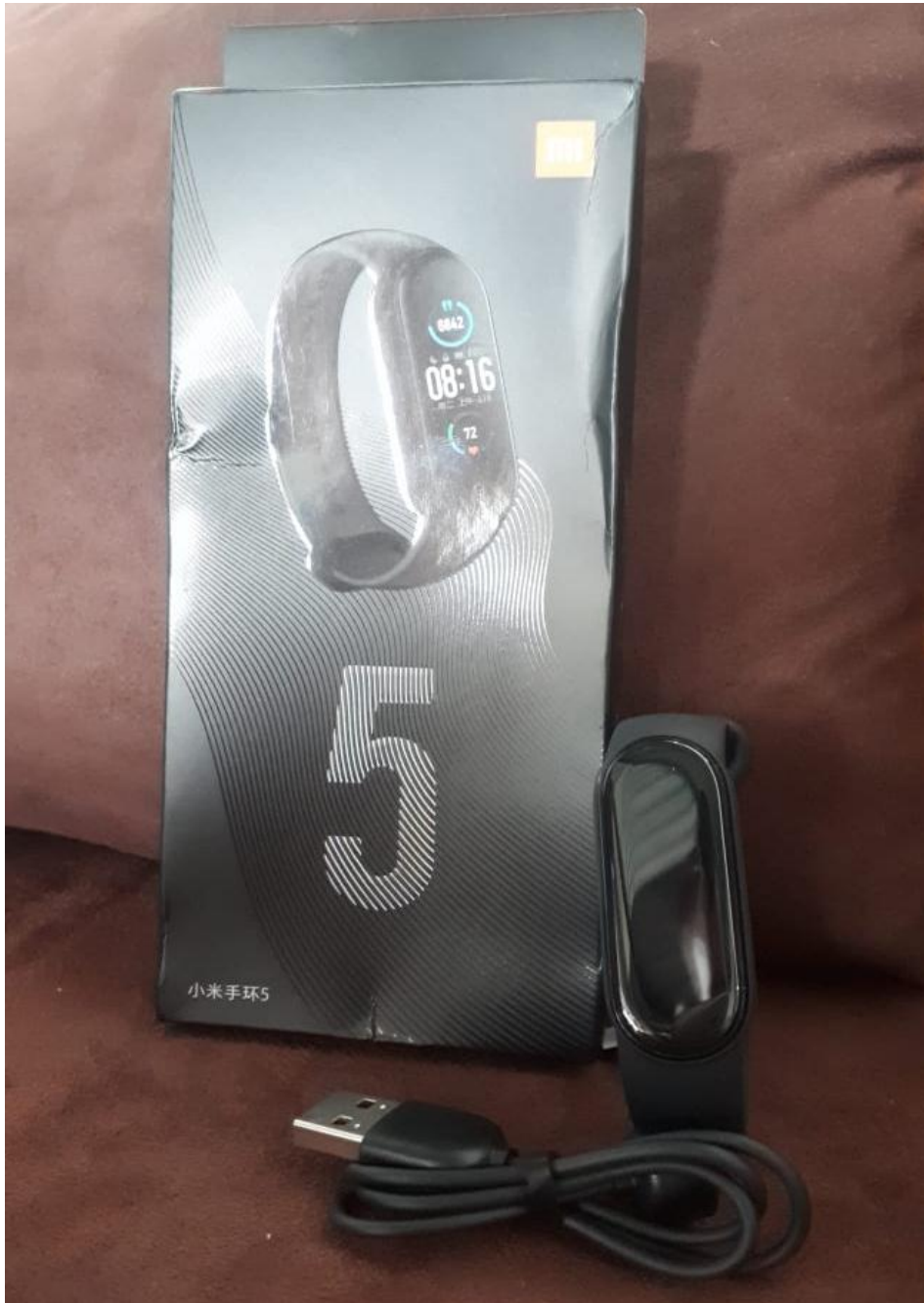
Precio de venta Redmi 9A	350.000 pesos	=	\$500.000 pesos
	_____		
	(1-0,30)		

## 10. Prototipo

### Características “Mi band 5”

- Cuenta con pantalla AMOLED de 1.1 pulgadas de alta definición con 126x294 Pixeles, además de esto posee un protector de pantalla de 2.5D.
- Dispone de 11 tipos de ejercicios los cuales puedes monitorear. Los más destacados son elíptica, yoga y salto de lazo.
- Entre las funciones más llamativas de la Mi Band 5, se encuentra la posibilidad de cambiar tu música de manera rápida, tomar fotografías en el celular por medio de la banda, recibir y leer las notificaciones que llegan al dispositivo móvil con el cual se encuentra enlazada.
- Es compatible con Smartphones que posean sistemas operativos Android con la condición de que este sea mayor a 5.0 iOS 10.0 o superior (iPhone) y Bluetooth 5.0 BLE o superior.
- Cuenta con una resistencia al agua de 5ATM lo que es equivalente a 50 metros de profundidad.
- Su nivel máximo de brillo es de 450 nits para lo cual cuenta con una batería de 125mAh en promedio 14 días dependiendo de su uso.
- Sus dimensiones son de 46.95x18.15x12.45mm
- Tiene sensores PPG (ritmo cardíaco), acelerómetro de 3 ejes y giroscopio de 3 ejes para monitorear el ritmo cardíaco y el tiempo de sueño.

## Evidencias del prototipo



## Características Redmi 9

- Posee con cuatro cámaras en la parte trasera del dispositivo móvil. Por cual cada cámara cumple con sensores de diferentes megapíxeles  
  
Sensor de 13 megapíxeles (1/3,06 pulgadas) para la lente principal, con apertura f/2.2  
  
Sensor de 8 megapíxeles (1/4 pulgadas) para la lente gran angular, con apertura f/2.2  
  
Sensor de 5 megapíxeles (1/5 pulgadas) para la lente macro, con apertura f/2.4  
  
Sensor de 2 megapíxeles para el análisis de profundidad
- Tiene una cámara frontal dispone de un sensor de 8 megapíxeles (de 1/4 pulgadas) con lente con apertura f/2.0. Ambas partes integran la función Kaleidoscope
- Es doble SIM y el espacio de almacenamiento puede ampliarse con tarjeta microSD.
- Cumple con un procesador mediatek helioG80. de igual manera su almacenamiento es de 32 Gb y adquiere una memoria RAM de 3GB



- El Redmi 9 cuenta con una pantalla de 6,53 pulgadas IPS con resolución FullHD+.
- Su batería es de 5020 mAh y Carga rápida 18W.

### **Evidencia del prototipo**





## 11. MODELO RUNNING LEAN

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja especial	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Confiabilidad de los clientes respecto a la garantía y calidad de los productos</li> <li>● Falta de uso tecnológico en la vida cotidiana de los clientes</li> <li>● No contar con los elementos o herramientas tecnológicas que facilitan las tareas diarias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Selección y capacitación al personal bajo la exigencia de los clientes.</li> <li>● Herramientas como celulares inteligentes, bandas inteligentes y más las cuales hacen la vida de los clientes más fácil, tener al alcance soluciones como el monitoreo de las tareas diarias e incluso la salud del cliente con la banda inteligente, haciendo seguimiento a sus latidos cardiacos, temperatura y más.</li> <li>● Brindando seguridad con garantía y calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nos hace diferente nuestro servicio especializado en cada cliente, diferenciándonos por calidad, economía y servicio técnico que garantiza la vida útil de nuestros productos. Ayudamos a nuestros clientes a solucionar sus problemas con herramientas que tienen tecnología de punta, optimizando su vida diaria. Adicional realizando un seguimiento a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nuestro servicio es especializado y personalizado dependiendo del tipo de cliente. Ofreciendo seguridad y confianza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Personas naturales en su mayoría jóvenes y personas entre y años, Hogares, establecimientos comerciales y oficinas.</li> </ul>
	<b>Métricas Clave</b>		<b>Canales</b>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Servicios agendados y productos vendidos</b></li> <li>• <b>Servicios cumplidos y ventas garantizadas.</b></li> </ul>	<p>los clientes para garantizar el buen estado de nuestros productos y su satisfacción respecto a nuestra empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Marketing digital</b></li> <li>• <b>Voz a voz</b></li> <li>• <b>Tarjetas y volantes</b></li> </ul>	
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p><b>Costos adquisición de cliente: \$500.000</b></p> <p><b>Costos de distribución: \$300.000</b></p> <p><b>Servidores: \$10.000.000</b></p> <p><b>Empleados: \$8.000.000</b></p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p><b>Ganaremos dinero con nuestros productos y servicio garantizado. Nos pagaran porque nuestros productos y servicio de calidad lo valen. Nuestros precios son dinámicos y dependen o varían del valor en el mercado de nuestros productos, recibiendo dinero de manera periódica y fija.</b></p>		
		<p><b>Efectivo_ \$100.000.000</b></p> <p><b>Cuenta Bancaria: \$1.000.000.000</b></p>		

## **12. VALIDACION DE LA IDEA DE NEGOCIO**

### **Objetivo de la investigación:**

Determinar la viabilidad de la venta de dispositivos móviles y demás accesorios tecnológicos para asimismo poder llevar a cabo la idea de negocio y que **TECHNOLOGY SHOP**, pueda destacar entre las empresas que ofrecen los mismos productos, gracias a su eficiencia y eficacia en sus procesos.

Para eso se realizará una investigación cuantitativa y a través de una encuesta se recopilaran todos los datos e información necesaria para poner en marcha la idea de negocio.

### **DISEÑO DE LA ENCUESTA**

El objetivo de la encuesta es conocer si las personas de Ibagué y municipios aledaños están interesadas en los diferentes productos tecnológicos como dispositivos móviles y demás accesorios. Además de esto cuanto dinero estarían dispuestos a pagar por ellos.

1. Nombre completo
2. Teléfono de contacto

3. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Entre 15-20 Años

Entre 21-25 Años

Entre 26-30 Años

Entre 30-40 Años

Más de 40 Años

4. ¿Qué marcas prefiere a la hora de comprar dispositivos móviles?

IPhone

Samsung

Huawei

Xiaomi

Otro

5. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por adquirir un celular?

Entre 200.000 y 500.000

Entre 500.000 y 1'000.000

Entre 1'000.000 y 2'000.000

Entre 2'000.000 y 3'000.000

Más de 3'000.000

6. ¿Cada cuánto cambia usted su teléfono celular?

Cada 12 meses

Entre 12 meses y 18 meses

Entre 18 meses y 24 meses

Entre 24 meses y 36 meses

7. Indique cuál de estos accesorios tecnológicos son de su agrado

Smartwatch

Smartband

Audífonos inalámbricos

La muestra que se llevó a cabo pertenece al municipio de Ibagué y zonas aledañas, para lo cual 101 personas realizaron la encuesta y se obtuvieron los siguientes resultados:



### 13. TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Resultados de la encuesta:

Primera pregunta:

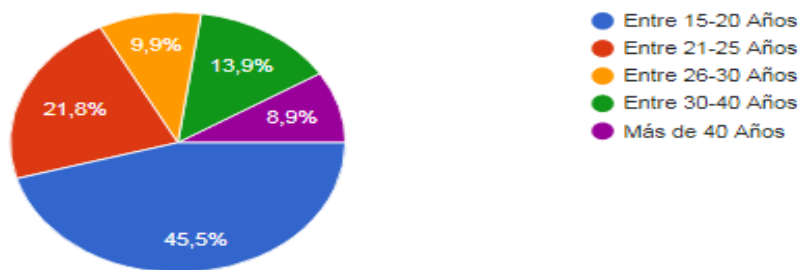
**TABLA 8**

¿En qué rango de edad se encuentra usted?		
DATOS	F. Absoluta	F. Relativa
15-20	46	45,5%
21-25	22	21,8%
26-30	10	9,9%
30-40	14	13,9%
Más de 40	9	8,9%
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

**Grafico 8**

¿En que rango de edad se encuentra usted?

101 respuestas



Segunda pregunta:

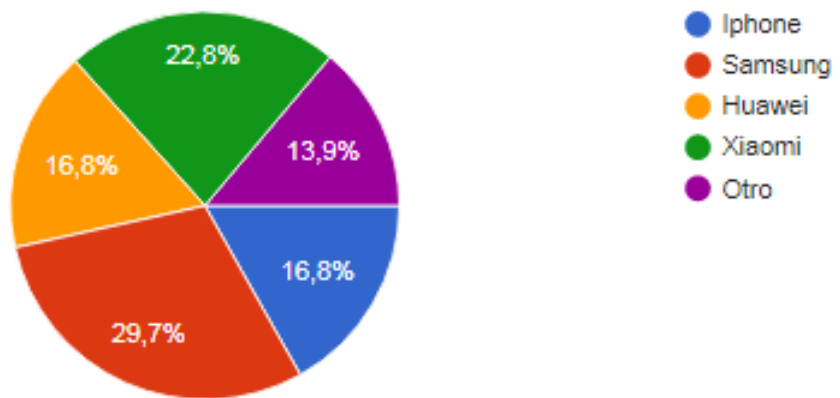
**TABLA 9**

¿Qué marcas prefiere a la hora de comprar dispositivos móviles?		
MARCAS	F. Absoluta	F. Relativa
IPhone	17	16,8%
Samsung	30	29,7%
Huawei	17	16,8%
Xiaomi	23	22,8%
Otro	14	13,9%
TOTAL	101	100%

**Grafico 9**

¿Que marcas prefiere a la hora de comprar dispositivos móviles?

101 respuestas



Tercera pregunta:

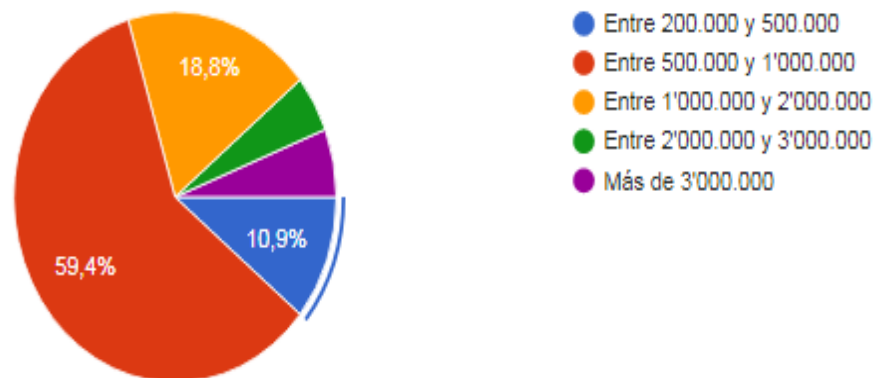
**TABLA 10**

¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por adquirir un celular?		
Valores	F. Absoluta	F. Relativa
Entre 200,000-500,000	11	10,9%
Entre 500,000-1'000,000	60	59,4%
Entre 1'000,000-2'000,000	19	18,8%
Entre 2'000,000-3'000,000	5	5%
Más de 3'000,000	6	5,9%
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

**Grafico 10**

¿Cuanto dinero estaria dispuesto a pagar por adquirir un celular?

101 respuestas



Cuarta pregunta:

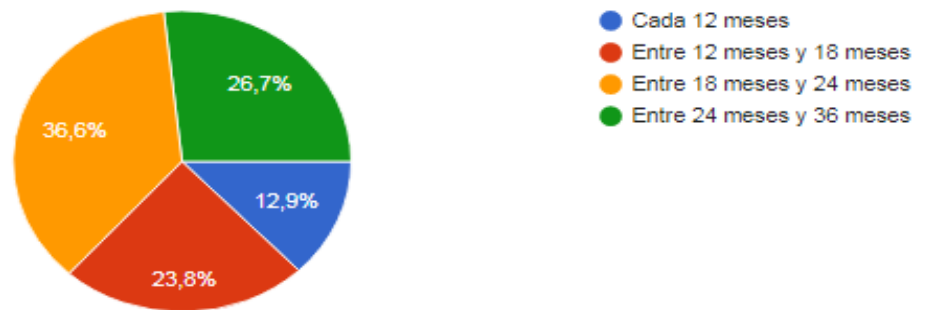
**TABLA 11**

¿Cada cuánto cambia usted su telefono celular?		
Meses	F. Absoluta	F. Relativa
Cada 12	13	12,9%
Entre 12 y 18	24	23,8%
Entre 18 y 24	37	36,6%
Entre 24 y 36	27	27%
Total	101	100%

**Grafico 11**

¿Cada cuanto cambia usted su telefono celular?

101 respuestas



Quinta pregunta:

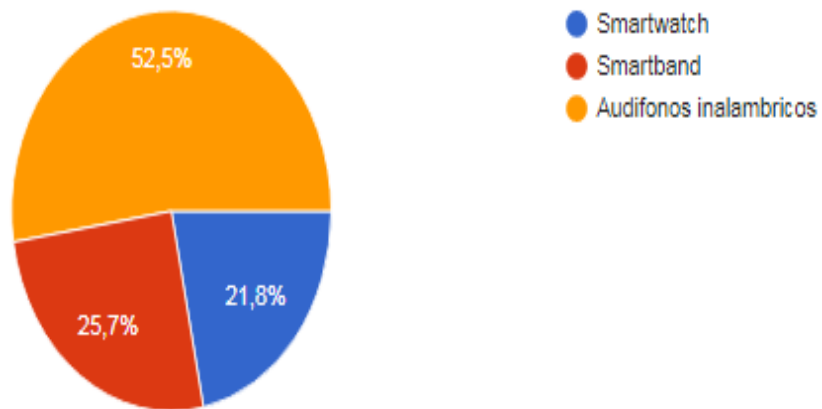
**TABLA 12**

Indique cuál de estos accesorios tecnológicos son de su agrado		
Accesorios	F. Absoluta	F. Relativa
Smartwatch	22	21,8%
Smartband	26	25,7%
Audífonos inalámbricos	53	52,5%
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100%</b>

**Grafico 12**

Indique cual de estos accesorios tecnologicos son de su agrado

101 respuestas



### **Conclusiones de la encuesta:**

- Se logró evidenciar que nuestro mercado objetivo se encuentra en el rango de edades de 15 a 25 años de edad, ya que representa el 67.3% del total de los encuestados. Dato importante a la hora de realizar el marketing digital para dirigirnos a dicho público.
- De las 4 principales marcas fabricantes de dispositivos móviles, se observó que Samsung y Xiaomi lideraron la encuesta, debido a que juntas representan el 52.5% del 100% total. Lo que nos indica que se debe tener amplia gama de productos de estas marcas para poder atender las necesidades y requerimientos de los clientes.
- El 78.2% de las personas que realizaron la encuesta determinaron que la cantidad de dinero que están dispuestas a pagar por adquirir un dispositivo móvil, se encuentra oscilando entre los \$500.000 y \$2'000.000 de pesos. Por lo tanto son celulares de gama media-alta. Además de esto se esclareció que los accesorios tecnológicos más escogidos fueron los audífonos inalámbricos y las bandas inteligentes.

- El 60.4% de la muestra, aclaró que cambian su teléfono celular entre los 12 y 24 meses, es decir, la vida útil del dispositivo ronda entre el año y los dos años de uso.

## **14. LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES**

Gracias al conocimiento transmitido por los docentes y al trabajo de investigación que se realizó por parte del grupo de estudiantes, logramos entender el complejo funcionamiento del mercado desde realizar el respectivo estudio de mercado para poder visualizar nuestro nicho de mercado, nuestro mercado potencial y el mercado objetivo. Además de esto tener en cuenta los rivales comerciales presentes en el mismo sector, aprender a cuestionarnos y buscar la manera de poder competir frente a ellos y lograr obtener un buen desempeño como empresa buscando siempre la satisfacción del cliente en todos sus aspectos.

Consideramos que se realizó un buen trabajo de grado y que gracias a las pautas dadas por parte de los docentes podemos llevar a cabo esta idea de negocio de manera placentera y poco a poco empezar a expandirnos por diferentes partes del territorio nacional, asimismo lograr ampliar el catálogo de productos ofrecidos, a tal punto de manejar no solo teléfonos celulares, auriculares y bandas inteligentes, sino que también poder manejar todas las líneas de computadores de mesa, portátiles, consolas de videojuegos entre otros.

Este emprendimiento posee grandes aspiraciones debido a que es una idea que fue proyectada hace varios años y que hoy en día es una realidad, por lo cual se trabajara



fuertemente para que **TECHNOLOGY SHOP**, sea una empresa reconocida en todo el país.

## 15. BIBLIOGRAFIA

Gamez, M. (2020). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. Retrieved 8 November 2020, from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

ficha técnica de los productos xiaomi red - Google Search. (2020). Retrieved 8 November 2020, from <https://www.google.com/search?q=ficha+t%C3%A9cnica+de+los+productos+xiaomi+red>

Xiaomi Redmi Note 8 - Full phone specifications. (2020). Retrieved 8 November 2020, from [https://www.gsmarena.com/xiaomi\\_redmi\\_note\\_8-9814.php](https://www.gsmarena.com/xiaomi_redmi_note_8-9814.php)

Nieto, J. (2020). ¿De qué está hecho tu móvil? Estos son los materiales más comunes. Retrieved 8 November 2020, from <https://andro4all.com/2018/09/de-que-estan-hechos-moviles>

¿Cuánto tiempo podría durar un celular si no existiera la obsolescencia programada? - BBC News Mundo. (2020). Retrieved 8 November 2020, from <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46261763#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20globales%20del%20sitio,entre%2018%20y%2024%20meses>

El tamaño del mercado, clave para comprender el potencial de un proyecto. (2020). Retrieved 8 November 2020, from <https://www.pymesyaautosomos.com/marketing-y->

[comercial/el-tamano-del-mercado-clave-para-comprender-el-potencial-de-un-proyecto](#)

Quienes somos - Claro colombia. (2020). Retrieved 8 November 2020, from

[https://www.eempleo.com/sitios-empresariales/colombia/claro-colombia/quienes\\_somos.asp](https://www.eempleo.com/sitios-empresariales/colombia/claro-colombia/quienes_somos.asp)

<https://www.cnet.com/es/analisis/xiaomi-mi-smart-band-5-precio-pulsera-primer-vistazo/>

<https://www.xataka.com/moviles/xaomi-redmi-9-caracteristicas-precio-ficha-tecnica>