



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, SEDE GUAYAQUIL

UNIDAD DE POSTGRADOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Plan de tesis del trabajo de investigación previo a obtener el título de
“MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”

TEMA:

**ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO DE COMPUTADORAS ENSAMBLADAS EN
EL ECUADOR Y PROPUESTA DE UN MODELO DE EMPRESA CONSULTORA
EN INTEGRACIÓN DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS.**

AUTOR:

Lcdo. Luis Germán Remache Guña

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Ángel González Vásquez, MAE

Octubre, 2012

Guayaquil – Ecuador

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Guayaquil, Septiembre de 2012

Lcdo. Luis Germán Remache Guña

C.I.: 0502872773

DEDICATORIA

A Dios.

Por darme fe para poder llegar hasta este punto y haberme dado salud y esperanza para lograr mis objetivos.

A mis familiares.

A mis padres, hermanos de quienes aprendí aciertos y desaciertos, momentos felices y tristes; y ahora en especial a mi Esposa Estefanía Mariuxi y mi hermosa mascota Scarlet que me han enseñado tanto sobre ellos y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

Luis Remache Guaña

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a las personas que me ayudaron a este proyecto y que me brindaron su conocimiento y experiencia para realizar este trabajo de grado. Muchas gracias a los Directivos de Unidad de Post Grado, a mis compañeros y en especial a mi director de tesis Ángel González, porque gracias a su aporte logre concluir exitosamente el siguiente proyecto.

Luis Remache Guaña

"Inteligencia más carácter el objetivo de la verdadera educación"

Martin Luther King.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE DE CONTENIDO	V
ÍNDICE DE CUADROS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
RESUMEN.....	XIV
ABSTRACT	XV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
1.1. Identificación y valoración de problemas.....	1
1.2. Planteamiento del Problema.....	1
1.2.1. Diagnóstico del problema	1
1.3. Formulación del problema	3
1.4. Variable de la investigación.....	3
1.4.1. Variable independiente.....	3
1.4.2. Variable dependiente	3
1.5. Objetivos general de la investigación.....	4
1.6. Objetivos específicos de la investigación	4

1.7.	Justificación de la Investigación.....	4
1.8.	Delimitación	5
1.9.	Hipótesis	6
CAPÍTULO II		7
2.	MARCO TEÓRICO	7
2.1.	Estudio de mercado.....	7
2.1.1.	Procedimiento a seguir en un estudio.....	7
2.1.2.	Ventajas y desventajas.....	8
2.1.3.	Importancia de la investigación	8
2.1.4.	Tipos de estudios de mercado.....	9
2.2.	Empresas consultoras.....	11
2.2.1.	Áreas comunes de consultoría.....	12
2.2.2.	Industria Tecnológica del Ecuador	13
2.2.3.	Mercado de Computadoras en el Ecuador	14
2.2.4.	Mercado de tecnología en Latinoamérica	17
2.2.5.	Tecnologías de Información y Comunicación en el Ecuador	18
2.3.	Ensamble de computadoras.....	24
2.3.1.	Ensamble de computadoras en Latinoamérica	26
2.3.2.	Certificaciones para fabricantes de computadoras.....	29
2.3.3.	Certificaciones hardware	30
2.3.4.	Macroentorno del ensamble de computadoras.....	31
2.3.5.	Fabricantes de computadoras a nivel mundial.....	32

2.3.6.	Ensamble Local uso de Barebones	32
2.3.7.	Mercado mundial de Servidores	33
2.3.8.	Ley Moore	34
2.3.9.	Marcas Nacionales de Computadoras	36
2.3.10.	Crecimiento del software y hardware en el Ecuador	42
2.4.	Gestión Comercial	44
2.4.1.	Sistema de Gestión Comercial	45
2.4.2.	Gestión Comercial en las Pymes	46
2.5.	Fundamentación legal	48
2.6.	Variable de la investigación	49
2.6.1.	Variable independiente	49
2.6.2.	Variable dependiente	49
CAPÍTULO III		50
3.	METODOLOGÍA	50
3.1.	Modalidad de la investigación	50
3.2.	Unidades de observación	50
3.3.	Población y muestra	50
3.3.1.	Población	50
3.3.2.	Muestra	51
3.4.	Operacionalización de las variables	51
3.5.	Instrumento de recolección de datos	52
3.6.	Procedimiento de la investigación	52

3.7. Análisis de los datos.....	52
CAPÍTULO IV	53
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	53
Encuestas	53
Entrevistas.....	59
4.1. Conclusiones de las encuestas.....	65
4.2. Conclusiones de las entrevistas	66
CAPÍTULO V.....	67
5. PROPUESTA DE UNA EMPRESA CONSULTORA EN INTEGRACIÓN DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS	67
5.1. Introducción.....	67
5.2. Objetivos de la Propuesta	67
5.2.1. Objetivo General	67
5.2.2. Objetivo Específico.....	67
5.3. Análisis Macroeconómico	68
5.4. Análisis de la industria	70
5.4.1. Clasificación del servicio.....	70
5.4.2. Análisis de la madurez de la industria	70
5.4.3. Análisis de la concentración de la industria	70
5.4.4. Fuerzas competitivas de Porter.....	71
5.5. Mercadeo y Comercialización	72

5.5.1.	Objetivo General	72
5.5.2.	Objetivos Específicos	72
5.6.	Grupo Objetivo.....	72
5.7.	Mercado del Proyecto	73
5.8.	Proveedores	73
5.9.	Competencia.....	75
5.10.	Marketing Mix	75
5.10.1.	Producto	75
5.10.2.	Precio	78
5.10.3.	Plaza	78
5.10.4.	Promoción	79
5.11.	Descripción del negocio	82
5.12.	Plan estratégico	83
5.12.1.	Misión.....	83
5.12.2.	Visión.....	83
5.12.3.	Objetivos	83
CAPÍTULO VI		84
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
6.1.	Conclusiones	84
6.2.	Recomendaciones.....	85
7.	BIBLIOGRAFÍA	86

8. ANEXOS.....	90
Anexo 1: Modelo de Encuesta.....	90
Anexo 2: Modelo de entrevista.....	93
Anexo 3: Detalles de empresas proveedoras internacionales.....	94
Anexo 4: Detalles de mercado.....	100

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Tipos de estudio de mercados	9
CUADRO 2: Marcas de Computadoras Internacionales	16
CUADRO 3 Empresas que participan en el sector de software.....	42
CUADRO 4 Actividades del sector tecnológico.....	43
CUADRO 5: Operacionalización de las variables	51
CUADRO 6: Característica de computadora	53
CUADRO 7: Valor agregado de las computadoras	54
CUADRO 8: Packing.....	55
CUADRO 9: Canal de distribución	56
CUADRO 10: Garantía.....	57
CUADRO 11: Capacitación.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Estudio de mercado	8
FIGURA 2: Producción de Computadoras	13
FIGURA 3: Modelo de Computadora.....	15
FIGURA 4: Impuestos para el ingreso de monitores a Ecuador	16
FIGURA 5: Tecnología en Latinoamérica.....	17
FIGURA 6: Ensamble de Computadoras.....	24
FIGURA 7: El Ensamblaje en diferentes partes del mundo	26
FIGURA 8: El desempeño de la PC es la prioridad principal del cliente.	27
FIGURA 9: Complejo tecnológico de Síragon	31
FIGURA 10: Xtratech	36
FIGURA 11: Quasad.....	37
FIGURA 12: Hurricane.....	38
FIGURA 13: SpeedMind	38
FIGURA 14: Apex	39
FIGURA 15: Logo de Marcitech	39
FIGURA 16: Electronic Box.....	40
FIGURA 17: DR. PC	40
FIGURA 18 Importaciones ecuatorianas	43
FIGURA 19: Gestión comercial	44
FIGURA 20: Operaciones básicas del proceso comercial	47
FIGURA 21: Característica de computadora	53
FIGURA 22: Valor agregado de las computadoras	54
FIGURA 23: Packing.....	55
FIGURA 24: Canal de distribución	56
FIGURA 25: Garantía.....	57
FIGURA 26: Capacitación.....	58
FIGURA 27: Inflación anual.....	68

FIGURA 28: Desempleo en los últimos dos años	68
FIGURA 29: Tasa de interés activa	69
FIGURA 30: Tasa de interés pasiva.....	69
FIGURA 31: Fuerzas competitivas de Porter	71
FIGURA 32: Posicionamiento	72
FIGURA 33: Empresa proveedora de Muebles de oficina	73
FIGURA 34: Empresa proveedora de computadoras y elementos tecnológicos	74
FIGURA 35: Empresa Proveedora de Suministros de Oficina.....	74
FIGURA 36: Marca Legal	75
FIGURA 37: Factura.....	76
FIGURA 38: Hoja membretada	77
FIGURA 39: Tarjeta de Presentación	77
FIGURA 40: Canal de Distribución.....	78
FIGURA 41: Página Web	79
FIGURA 42: Stand de feria.....	80
FIGURA 43: Rede Social del Facebook	81
FIGURA 44: Red Social de Twitter.....	81

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
UNIDAD DE POSGRADO

“Estudio y análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador, la propuesta de un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.”

Autor: Lcdo. Luis Remache Guña, luis-remache@hotmail.com

Tutor: Ing. Ángel González, MAE, agonzalez@ups.edu.ec

Maestría en Administración de Empresas

2012

Investigación en modelos de empresa

Palabras clave: Estudio de Mercado, Empresas Consultoras, Ensamble de computadoras, Gestión Comercial

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal conocer en entorno nacional de producción de Computadoras en el Ecuador y en base a este estudio se propondrá un modelo de empresa consultora en integración de Equipos electrónicos, para las compañías que ensamblan computadoras en el Ecuador, y así de esta manera garantizar mejoras en los procesos de producción y distribución del producto, con la finalidad de avalar una excelente calidad en el aparato que adquiere el cliente, sobretodo certificando la duración del mismo. Es importante mencionar que la industria tecnológica ha tenido importantes avances en estos últimos tiempos, y ha hecho que muchos empresarios tomen esta vía para poder desarrollar negocios competitivos dentro de este campo. La necesidad de tener una computadora para realizar diversas actividades de manera más ágil, ha hecho que exista una gran demanda de los productos y también diversas exigencias en el contexto del mercado. Dentro del proyecto de investigación se desarrollan pautas que van a servir de base para el diseño del modelo de gestión comercial, y a la vez la respectiva evaluación de la calidad de las marcas nacionales de computadoras con los diferentes instrumentos de investigación va a respaldar el problema establecido en el proyecto, por lo que se establecerán las respectivas conclusiones y recomendaciones para poder cristalizar la propuesta planteada.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
UNIT OF POSTGRADUATE

“Study and analysis of the assembled PC market in Ecuador, and the proposal of a model integration consulting company in electronic equipment.”

Author: Lcdo. Luis Remache Guña, luis-remache@hotmail.com

Tutor: Ing. Ángel González, MBA, agonzalez@ups.edu.ec

Masters in Business Administration

2012

Research on business models

Keywords: Market research, Consulting Firms, Computer Assembly, Business Management

ABSTRACT

In the present research aims main locale known in computer production in Ecuador and based on this study will propose a model integration consulting firm Electronic equipment for companies that assemble computers in Ecuador and so in this way ensure improvements in production processes and product distribution, in order to guarantee an excellent quality in the apparatus purchased by the customer, especially certifying the duration. It is noteworthy that the technology industry has made significant progress in recent times, and has led many employers to take this route in order to develop business in this competitive field. The need to have a computer to perform various activities in a more agile, has meant that there is a great demand for the products and also various requirements in the context of the market. Within the research project will develop guidelines that will form the basis for the design of business management model, while the respective assessment of the quality of national brands of computers with different research tools will support the established problem in the project, to be established at the respective conclusions and recommendations in order to crystallize the proposal made.

INTRODUCCIÓN

Con el avance de la tecnología y el auge de esta industria, muchas empresas empiezan a enfocarse en este mercado, de tal manera que se puede mencionar que existe una saturación del mismo. El mundo tecnológico es cada vez más competitivo, a medida que se desarrolla tanto la globalización como la liberalización comercial.

Ecuador es un país que está en vías de desarrollo, y a pesar de esta característica, también existen empresas que incursionan en el mundo tecnológico, pero quizás no se rigen a normas de calidad que permitan brindar al consumidor un excelente producto.

En Latinoamérica debido al crecimiento económico que han tenido los países y el uso excesivo de aparatos modernos, refiriéndose a computadoras, se ha logrado un buen posicionamiento del mercado tecnológico que se podría mencionar que a pesar que el mercado latinoamericano es considerado como emergente, crece más rápido que el mercado maduro.

Con el fin de abordar este tema y darle una solución representativa al mercado de computadoras en el Ecuador se estructura el trabajo de investigación de la siguiente manera:

En el Capítulo I, se analiza todo lo referente al problema y el contexto del mismo, desde su planteamiento, causas, consecuencias y la importancia del mismo, esta primera parte de la tesis será la pauta para poder entender que es lo que se busca realizar con el proyecto de investigación.

En el Capítulo II, se desarrolla temas de interés al tema planteado que de cualquier u otra forma va a fomentar a que el lector pueda entender términos necesarios para la solución del problema.

En el Capítulo III, se explica lo que engloba la metodología a utilizar en el proyecto de investigación, desde la modalidad de investigación, como los instrumentos que van a servir de base de la propuesta, cabe señalar que dentro de esta parte de la investigación también se va a establecer la población y la muestra.

En el Capítulo IV de la investigación, se realiza el análisis y la interpretación de los datos que se obtuvieron, para que de esta manera sustente la investigación.

En el Capítulo V, se detalla el todo lo referente al modelo de empresa consultora en integración de equipos Electrónicos.

Dentro del Capítulo VI, se establecen las respectivas conclusiones y recomendaciones que deben ser tomadas en cuenta para cristalizar la propuesta.

Por último se termina el trabajo con las referencias bibliográficas y los anexos que son el respaldo de datos expuestos en el proyecto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Con el presente proyecto de investigación tiene como objetivo dar a conocer la situación actual de los equipos computacionales integrados en el país bajo marca nacional y su desarrollo, en base a este estudio se propondrá un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos, que permita a las compañías fabricantes de marcas nacionales de computadoras tener un aliado estratégico que brinde soluciones de desarrollo su marca y del mercado nacional, creando una fidelización con el cliente.

La falta de un personal altamente capacitado y otros aspectos más que están dentro del contexto empresarial son las causas de que el Ecuador tenga un bajo nivel en el manejo de distribuir los productos tecnológicos, ya que de cualquier u otra forma se puede opacar los procesos de manufactura al desconocer los temas de infraestructura, manejo de los componentes de un PC y normas de calidad.

Se ha podido constatar que en el Ecuador en la actualidad las infraestructuras y procesos de manufactura de los medios de distribución de tecnología no usan las respectivas normas de calidad internacional para integrar equipos de computación.

Con el modelo de gestión comercial se busca obtener el ciclo natural de todas las operaciones que conllevan a la distribución de las computadoras ensambladas en el Ecuador, puesto que permite identificar y capturar oportunidades de corto y mediano plazo, al tiempo que le va a dar a las organizaciones las herramientas adecuadas para diferenciarse y generar ventajas competitivas sostenibles.

1.1. Identificación y valoración de problemas

El fin del trabajo de investigación es que las empresas que están inmersas en el mundo tecnológico apliquen un mejor sistema de gestión comercial que les permita tener un mejor acceso al mercado, generando mayor participación en el mismo, a la vez hacer que los productos que venden tengan certificaciones que garanticen al usuario su buen funcionamiento, para que de esta manera el mercado sea más competitivo, pero sobretodo haya calidad en los productos distribuidos.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Diagnóstico del problema

El contexto altamente competitivo de las empresas que comercializan productos está dado por diversos aspectos en los que se puede incluir el entorno macroeconómico, los costes empresariales, satisfacción de los productos de mano ecuatoriana y la infraestructura física, humana y tecnológica en el Ecuador, estos factores conforman la esencia estructural del problema del desempeño de estas unidades de producción.

La necesidad del uso de un computador en los hogares ecuatorianos, ha hecho que muchos emprendedores empiecen a desarrollar unidades de negocios derivados de la tecnología, como es el caso del desarrollo de nuevas marcas de computadoras integradas en el Ecuador

Las variaciones constantes en el mercado tecnológico del ecuador, ha hecho que exista un alto uso de aparatos tecnológicos, refiriéndose específicamente al mercado de computadoras, incluso la tendencia del uso de las Tic's ha hecho que miles de personas tengan en sus hogares una computadora.

Lo que se refiere al ensamble de computadoras, es una de las actividades que ya forma parte de lo que se denomina industria Tecnológica no maquiladora del Ecuador.

Actualmente, existen más de 800 empresas pequeñas, medianas y grandes comercializadoras de Computadoras a nivel nacional. Estas empresas son denominadas canales de distribución integradores y revendedores de Tecnología, a su vez son el eje conductor del crecimiento comercial de la industria tecnológica del Ecuador.

Un dato muy importante que se puede resaltar es que las ciudades más importantes del Ecuador, se ha podido constatar que todo lo que tiene que ver con infraestructuras y los procesos de manufactura de los Canales de distribución de tecnología no usan normas de calidad internacional para constituir equipos de computación.

El uso de componentes para el ensamble de computadoras, lo que se denomina hardware, son productos que de cualquier forma son susceptibles a algún tipo de daño.

El daño de una computadora, es un mal que repercute directamente en el cliente que adquiere el producto ya que su duración no está garantizada, además la inversión que se hace en el arreglo de la misma, hará que la persona termine adquiriendo otra, por el elevado costo en su reparación.

El resultado viene a ser un ciclo repetitivo entre el cliente y la empresa, perdiendo la confianza y la fidelidad que a las empresas le cuesta mucho tiempo y recurso conseguirlo.

La industria Tecnológica trabaja en un mercado globalizado y cada vez más especializado, las empresas deben competir fuertemente a fin de encontrar los medios que les permitan satisfacer las necesidades de los cada vez más exigentes clientes.

Por lo que es importantes elevar el nivel de competitividad en los Canales de Distribución frente a las exigencias del mercado tecnológico internacional, de no ser así,

el rezago del Ecuador, para el crecimiento e innovación de productos informáticos, y la entrega de un producto seguro y garantizado dependerá mucho de cómo optimizar los procesos de manufactura en las plantas integradoras de Equipos de cómputo de los Canales de Distribución de Tecnología de Ecuador.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo realizar el estudio y análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador?

¿Cómo desarrollar un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos?

1.4. Variable de la investigación

1.4.1. Variable independiente

Estudio y análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador

1.4.1.1. Indicadores

- Nombre de diferentes marcas nacionales de computadoras
- Valor del servicio que brindan las empresas
- Valor de producto garantizado
- Valor de Precio
- Valor de Identificación
- Calidad del mercado tecnológico del Ecuador
- Innovación de productos ecuatorianos

1.4.2. Variable dependiente

Propuesta de un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos

1.4.2.1. Indicadores

- Participación en el mercado
- Planificación e Implementación Comercial
- Inversión comercial
- Competitividad

1.5. Objetivos general de la investigación

- Estudiar el mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador

1.6. Objetivos específicos de la investigación

- Conocer los procesos para el ensamble de computadoras en el Ecuador.
- Establecer los aspectos que influyen en la producción de computadoras.
- Determinar las falencias existentes en la empresas que ensamblas computadoras.

1.7. Justificación de la Investigación

El presente proyecto de investigación toma relevancia desde el punto de vista del desarrollo de los canales de Distribución integradores de Tecnología del Ecuador y su incidencia en la mejoría de los procesos de Ensamble de Computadoras. En los últimos diez años el creciente desenvolvimiento de las Tecnologías, en la producción de manufactura ha contribuido con gran medida al crecimiento de mercado Ecuatoriano. A pesar no habido proyectos para fomentar el desarrollo de los Integradores de Tecnología, y la colaboración de un número reducido de instituciones privadas, no se ha logrado resolver el problema de mejorar la calidad y capacidad de organización, caracterizando a las Pymes (Pequeñas y Medianas empresas) como empresas de subsistencia y no de corporaciones, con procesos pocos formales, y la inexistencia de un vínculo integral de actividades que promuevan la creación de valor dentro del sector empresarial en que se desempeñen.

La creciente demanda del mercado Tecnológico específicamente del Hardware y software, está demandando la creación de nuevos equipos computacionales para Desktop y movilidad, para los próximos años se espera el gran desarrollo en ensamble de Computadoras ALL IN ONE (todo en uno), y los recientes aparatos electrónicos Embebidos como Tablet, teléfonos Inteligentes, Laptop ultra delgado (Ultrabook)

Esperamos que con esta investigación, contribuya y se ejecute un modelo de Empresa que atienda las necesidades del Mercado tecnológico, y la creación de valor y de esta manera que puedan ser competitivas frente a la demanda del mercado al entregar un producto terminado garantizado y duradero.

1.8. Delimitación

CAMPO: Administración de empresas.

ÁREA: Comercial

ASPECTO: Propuesta de modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.

TEMA: Estudio y Análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador, y propuesta de un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.

PROBLEMA: ¿Cómo desarrollar un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos?

DELIMITACIÓN ESPACIAL: Ecuador.

DELIMITACIÓN TEMPORAL: Inicio Mayo 2012 - Finalización Octubre 2012.

1.9. Hipótesis

Si se realiza el estudio y análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador, entonces se podrá desarrollar un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio de mercado.

El estudio de mercado es el punto inicial para realizar la presentación de un proyecto, ya que con este se realiza análisis, técnicos, financieros y económicos, puesto que recopila antecedentes para ver la convivencia de producir para satisfacer una necesidad.

Para poder abarcar el concepto de estudio de mercado es importante destacar que de acuerdo a lo que establece (Córdoba, 2006) “El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio.” (Pág. 147).

Para (Ferré & Ferré, 1997): El uso de la investigación de mercados es de interés universal, en cuanto hay necesidad de tomar decisiones con riesgo importante y, en definitiva, cuando se quiere implantar una óptica de marketing en la empresa. (Pág.47).

2.1.1. Procedimiento a seguir en un estudio

Para poder realizar un estudio de mercado se deben realizar actividades inmersas con:

- Formulación del problema
- Proyecto de investigación
- Realización de estudio cualitativo
- Realización de estudio cuantitativo

2.1.2. Ventajas y desventajas

La realización de un estudio de mercado ayuda a:

- Descubrir oportunidades de mercado.
- Satisfacer una demanda.
- Obtener mayor rentabilidad a las empresas.

Entre las desventajas de realizar un estudio de mercado están:

- Aumento de costos por la puesta en marcha de variados programas comerciales.
- Elevado costo de realización.

2.1.3. Importancia de la investigación

La investigación de mercado es importante porque ayuda en la toma de decisiones empresariales.

Las actividades que se realizan en la investigación de mercados son esenciales ya necesitan ser elaboradas de tal manera que haya confiabilidad en los resultados.

FIGURA 1: Estudio de mercado



Fuente: (Loaiza, 2012)

La figura muestra el entorno en cuanto al estudio de mercado.

2.1.4. Tipos de estudios de mercado

Los estudios de mercado pueden ser:

- Cualitativos: Usados al comienzo de un proyecto y se desconoce sobre un determinado tema. Son de naturaleza exploratoria.
- Cuantitativos: Elaborado a partir de una muestra sobre la cual se intenta medir un tema en cuestión.

CUADRO 1 Tipos de estudio de mercados

I. CUANTITATIVOS	
A) Destinados a examinar las anomalías de ventas	1. Barómetro de marcas 2. Panel de detallistas 3. Estudios distribución 4. Panel de consumidores
B) Destinados a determinar la demanda potencial de producto	5. Estudios de base-hábitos 6. Tests de concepto 7. Mercado de prueba
C) Destinados a conocer la aceptación del producto	8. Tests de producto 9. Tests de embalaje
D) Destinados a programar las actividades promocionales	10. Estudios promocionales
E) Destinados a programar estrategias marketing	11. Market survey
F) Destinados a programar las actividades publicitarias	12. Estudios audiencia medios 13. Pre-test publicitario 14. Post-test publicitario
II. CUALITATIVOS	
	15. Estudios de imagen 16. Estudios motivacionales

Fuente: (Ferré & Ferré, 1997)

En este cuadro se muestra los tipos de estudios de mercados y las herramientas que se utilizan para su ejecución.

Un estudio de mercado debe valer para tener un conocimiento claro del número de consumidores que podrían adquirir un determinado producto que se piensa ofertar en un mercado, en un período de mediano plazo y el precio que sea más accesible.

El estudio de mercado va a indicar si especificaciones del producto incumben a las que anhela comprar el cliente, dirá igualmente qué clase de clientes son los interesados en los bienes, lo cual ayudará para encauzar la producción de un negocio, también dentro del estudio de mercado se puede destacar información referente al precio adecuado para el producto a ofertar y de esta manera poder competir en el mercado teniendo una razón justificada.

Las investigaciones en un mercado se realizan como paso inicial de un fin de inversión, permite conocer el tamaño necesario del negocio que se busca instalar, con las suposiciones convenientes para las posteriores ampliaciones, que surgirán como consecuencia del crecimiento que se espera de la empresa.

El estudio de mercado nace de una contrariedad en el marketing que no puede ser resuelta por otro método.

El estudio de mercado puede ser generalmente primario o secundario. Un estudio es primario cuando se realizan investigaciones de campo, donde se realiza un análisis e interpretación de los resultados.

Por otro lado, un estudio es secundario cuando la compañía usa información rescatada de otras fuentes que pueden ser aplicables a un bien o servicio, nuevo o existente.

Relacionado al tema de investigación es importante poder realizar el análisis del mercado de computadoras ensambladas en el ecuador para poder desarrollar la propuesta de la empresa de consultoría.

2.2. Empresas consultoras

Al dar inicio al desarrollo de este tema es muy esencial poder definir que las empresas consultoras son aquellas que ofrecen servicios profesionales con experiencia o conocimiento definido en un área, que orientan a otras empresas o a organizaciones en general.

La consultoría es un área en la que muchas empresas han decidido incursionar por las ganancias que se generan.

De acuerdo a lo que dice (Dalia, 2012)

Una consultoría es un servicio de ayuda a las organizaciones para mejorar su funcionamiento, principalmente analizando la existencia de problemas comerciales y desarrollando planes para mejorar. Una consultoría se lleva a cabo por empresas o personas, llamadas consultores o consultoras, que son profesionales o empresas propiamente tales, especialistas en las materias que una organización necesita mejorar o que considera problemas a solucionar.

Una empresa consultora o de consultoría es independiente de la institución a la que se presta ayuda, la relación con los usuarios es muy complicada ya que se debe saber ofrecer el servicio sin pasar por encima de la autoridad del cliente.

En el tema de consultoría se debe definir lo que es un consultor que según (Cohen, 2003): “Un consultor es, sencillamente, cualquier persona da consejos o presta otros servicios de naturaleza profesional o semiprofesional a cambio de una retribución.” (Pág. 3).

La tarea principal de un consultor es guiar en los temas sobre los que tiene conocimiento especializado, este debe de ser de gran ayuda para la persona que lo necesita.

2.2.1. Áreas comunes de consultoría

Existen algunas áreas en la se desarrollan actividades de consultoría tales como:

- Gerencial general: Sujeta a la planeación organizacional, estrategia y otras funciones gerenciales generales.
- Manufactura: Control de producción e instalaciones.
- Personal: Incluye formación, capacitación, contratación y selección de empleados.
- Marketing: Tiene que ver con el lanzamiento de un nuevo bien o servicio en la que se desarrolla el marketing mix.
- Finanzas y Contabilidad: Asesoría tributaria y de programas de inversión.
- Adquisiciones y compras.
- Investigación y desarrollo: Para la realización de estudios de mercado.
- Empaques: Relacionado con las maquinarias para empacar, diseños y pruebas.
- Administración: Control en la oficina y procedimientos administrativos.
- Operaciones internacionales: Relacionado a las importaciones, exportaciones entre otros.
- Servicios especializados: Abarca demás áreas como las telecomunicaciones.

Resulta necesario destacar que de acuerdo a la propuesta que se busca plantear la empresa consultora estaría directamente relacionada a la integración de equipos

computacionales, por lo que es necesario un personal altamente calificado, que dentro de sus conocimientos este todo lo relacionado al ensamble de Pc y a la vez temas que estén inmersos en el mundo informático ajustados a las legislaciones ecuatorianas.

En el Ecuador existen algunas empresas que están enmarcadas en el aspecto de consultoría informática, pero resulta indispensable mencionar que el modelo de empresa consultora que se busca desarrollar con el trabajo va a estar ajustada a los requerimientos del mercado, puesto que el análisis a realizar va a sustentar las estrategias a plantear.

2.2.2. Industria Tecnológica del Ecuador

A pesar que el Ecuador es un país que se encuentra en vías de desarrollo, muchos empresarios han incursionado en el mundo de la tecnología. En el entorno nacional se puede establecer que muchas de las pequeñas y grandes empresas se dedican a la producción o distribución de aparatos tecnológicos, debido al crecimiento constante del mercado y a las exigencias del mismo. Cabe destacar que el término tecnología incursiona en diferentes aspectos ya sean en la tecnología de creación de aparatos electrónicos, o sistemas que mejoran el desarrollo de una actividad.

FIGURA 2: Producción de Computadoras



Fuente: (Sitio Web Patria Grande, 2012)

En la figura se puede apreciar una empresa donde se ensambla computadoras para su posterior comercialización

La tecnología engloba conocimientos técnicos, los cuales tienen un orden científico y ayudan a diseñar, confeccionar o crear bienes o servicios de acuerdo a las exigencias de las personas, con el fin de agilizar las actividades humanas.

De manera global todo lo que se refiera a tecnología en el Ecuador se puede mencionar que es bastante escasa, lo cual ha sido una pauta para evitar el avance del país en el mercado competitivo a nivel mundial.

En la actualidad todo está regido a la tecnología, ya que los avances que hay dentro de este campo permiten facilitar muchos procesos haciendo que se vuelva más productiva y competitiva una empresa.

2.2.3. Mercado de Computadoras en el Ecuador

Se sabe que la computadora es una máquina electrónica que con el pasar del tiempo ha tenido muchos avances y a la vez se ha vuelto indispensable para el desarrollo de muchas actividades humanas.

A pesar que en los países denominados potencias mundiales es donde se fabrican normalmente computadoras o cualquier dispositivo electrónico, en la actualidad el Ecuador ha penetrado en este mercado a pesar de no ser satisfactorio los resultados, se puede observar que muchas empresas están dedicadas al ensamble de computadoras, que de cualquier forma por el precio han ido opacando las marcas internacionales.

Son diversas marcas existentes en el Mercado ecuatoriano de computadoras, pero cada una de estas muestra una característica diferente, que les ha permitido de cualquier u otra forma ganar un debido posicionamiento en los usuarios.

A pesar de que el mercado de computadoras en el Ecuador se ha ido extendiendo de manera progresiva, no se puede decir que es el mejor, ya que existen dentro del muchas falencias que los empresarios han pasado por alto, por lo que con el presente proyecto de

Investigación se busca la manera de proponer un modelo comercial que permita que este mercado tenga bases estables y empiece a tener la competitividad esperada.

FIGURA 3: Modelo de Computadora



Fuente: (Sitio Web Hardware, 2012)

En la imagen se observa un modelo de computadora con componentes inalámbricos.

Con lo referente a las marcas internacionales que se venden en Ecuador, pues básicamente es un mercado que está saturado, pero no hay que olvidar que actualmente existen impuestos para el ingreso de ciertos productos, incluso para algunos de los componentes que forman parte del hardware de las computadoras.

Según lo manifestado en (Diario El Universo, 2012)

A una semana de regir el incremento de aranceles para un centenar de productos y los cupos de importación para teléfonos celulares y 16 subpartidas de vehículos, el Comité de Comercio Exterior (Comex) decidió incluir más artículos en estas medidas.

Por medio de la resolución 68, aprobada el lunes, el Comex fijó un nuevo esquema arancelario para monitores de computadoras y monitores de equipos de procesamiento de datos, que pueden estar vinculados a uso médico o tecnológico.

FIGURA 4: Impuestos para el ingreso de monitores a Ecuador



Fuente: (Diario El Universo, 2012)

En la figura se denotan los impuestos establecidos para el ingreso de monitores a Ecuador, información extraída de Diario El Universo.

Con todo lo establecido anteriormente se puede decir que el mercado de Computadoras en el Ecuador, es amplio sean de marcas nacionales o internacionales.

CUADRO 2: Marcas de Computadoras Internacionales

Dell
Lenovo
Toshiba
Sony
Hp
Apple
ASUS
Acer
IBM
Sony VAIO
Samsung

Fuente: (Computadoras Portátiles, 2008)

En el cuadro anterior se detallan los nombres de marcas de computadoras reconocidas internacionalmente.

2.2.4. Mercado de tecnología en Latinoamérica

A pesar de estar realizando una evaluación del mercado Ecuatoriano en referencia a las computadoras que se comercializan dentro del mismo, es muy considerable aportar con la evolución del mercado de tecnología en Latinoamérica, ya que de alguna manera dentro de este, se encuentra el país.

Puesto que lo publicado en (La Nación, 2012):

El crecimiento económico de América Latina será la base que sostendrá el posicionamiento de la región como uno de los mercados más importantes para la computación en la próxima década. De hecho, Intel, que fabrica más del 70% de la tecnología de microelectrónica del planeta, estima que para el 2012 tres países de la región estarán entre los primeros 15 con más PC por habitantes del planeta.

Para Juan Carlos Garcés, gerente de Venta al Canal Intel en el cono norte de América Latina, explicó que Brasil, México y Argentina liderarán las ventas de PC en la región e incluso superarán a mercados más desarrollados.

Para Intel, los mercados emergentes crecen más rápido que los maduros, y Latinoamérica es el mercado emergente que más crece. “Esto porque los latinoamericanos quieren no sólo tecnología, sino lo último en esta. Aquellos que tenían una desktop, compran una notebook, la clase socioeconómica que no podía tener antes tecnología, está teniendo acceso, la penetración de computadoras de escritorio aumenta. En el caso de las portátiles, se da el acceso, si el costo equivale a ocho semanas de ingreso, lo cual hace que el 75% de la población latinoamericana pueda acceder a la tecnología”, agregó Garcés.

FIGURA 5: Tecnología en Latinoamérica



Fuente: (La Nación, 2012)

En la figura se puede observar una Tablet, componente tecnológico muy utilizado por los grandes empresarios.

2.2.5. Tecnologías de Información y Comunicación en el Ecuador

Al determinar como tema la industria tecnológica del Ecuador, como se mencionó anteriormente se está tratando de un campo muy amplio, dentro del cual están las Tic's, las cuales conforman un grupo de elementos utilizados para el tratamiento de la información, así como su transmisión tanto en lo que corresponde a informática, internet y telecomunicaciones.

Según lo publicado en (Diario Hoy, 2011) con referente a este aspecto:

Ecuador no tiene aún la capacidad suficiente para sacarle beneficio a las tecnologías de información y comunicaciones (TIC), como internet, móviles y otros, según un análisis del Foro Económico Mundial.

De 138 países estudiados, según el Reporte Global de Tecnología 2010-2011, Ecuador se ubica en el puesto 108. Mientras que Chile se convierte en el país latinoamericano que mayor provecho le saca a las TIC; en puestos inferiores se sitúan Puerto Rico, Uruguay, Costa Rica, Brasil, Colombia, Panamá, México y otros.

Guido Caicedo, de la ESPAE (Espae Graduate School Management) identifica tres debilidades en Ecuador en temas relacionados con la tecnología de la información: infraestructura, entorno político y regulatorio y la situación del mercado.

Si bien el Gobierno reportó hasta el 2010 la instalación de 7 mil kilómetros de fibra óptica y aumentó a 160 el ancho de banda internacional, el país sigue siendo deficiente en innovación útil, no cuenta con la suficiente cantidad de ingenieros y servicios de investigación, según Caicedo.

Tampoco existe acceso a contenido digital de parte de los organismos gubernamentales como en otros países como Chile, y menos una gran cobertura en la telefonía móvil, según el informe. Eso pese a que en el país existen 14,6 millones de líneas telefónicas móviles, según la Superintendencia de Telecomunicaciones, casi uno por habitante. Según las cifras preliminares del INEC, en el Ecuador hay 14,3 millones de habitantes.

Las Tic's son esenciales para el desarrollo tecnológico de un país en cuanto a la innovación tecnológica, aunque cabe resaltar que en comparación con los países que son denominados como las grandes potencias, el Ecuador tiene una brecha digital, puesto que es un país que está en vías de desarrollo.

Según (Rodríguez, 2006): “Fundamentalmente la brecha digital se refiere a la brecha que existe entre individuos y sociedades que tienen los recursos para participar en la era de la información y aquellos que carecen de ellos.” Pág. 22.

De la mano del avance tecnológico de muchos países, está la brecha digital de otros por lo que se puede notar el retraso que existe en los países del tercer mundo con los aspectos relacionados al avance digital.

A pesar que el Ecuador tiene una brecha digital en comparación con los países denominados como grandes potencias, según lo publicado en (Revista CN 17, 2012):

Los resultados presentados por el Foro Económico Mundial en el Global InformationTechnologyReport (GITR) 2012 evidenciaron cambios lentos pero positivos en cuanto al crecimiento tecnológico del país. El año pasado Ecuador se ubicó en el puesto 108 y para este 2012 redujo en 12 puestos su brecha digital, ocupando el lugar 96 de un “ranking” de 142 países (Pág. 40).

Esta publicación realizada por un reporte de la GITR 2012 deja entre ver el avance que ha tenido el Ecuador en cuanto a las TIC's, pero aún existe mucho camino por recorrer para ser uno de los mejores dentro del ranking mundial.

Se puede considerar que entre los factores que pueden repercutir de forma negativa en el desarrollo digital del país es la falta de infraestructura y acceso a banda ancha o a su vez la carencia del correcto manejo para hacer uso de las TIC's.

Según lo publicado en (Canal Tecnológico, 2012) :

El Ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Jaime Guerrero Ruiz, informó sobre los avances de las TIC's y de diversas entidades adscritas durante el año 2011.

Entre algunos datos destacados, se encuentra una mayor penetración de Internet y telefonía fija en el país, crecimiento de los usuarios de Internet, equipamiento tecnológico en escuelas y capacitaciones a nivel nacional. Estos son los datos presentados por el MINTEL.

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL)

La penetración de Internet en el Ecuador, de acuerdo a proyecciones reales, llegará a diciembre de 2011 a 37.9%, 5'479.000 usuarios aproximadamente; mientras que en el 2010 fue del 28%, con 3'998.362 usuarios, reflejando un crecimiento de 37%.

La penetración de telefonía fija en el país es de 14.9%, se cuenta con 2.161.640 líneas en la actualidad. El total de líneas telefónicas en el 2010 era de 2'060.822, teniéndose un crecimiento en el 2011 de 4,89%, en un mercado maduro con una fuerte competencia de telefonía móvil.

Se resalta el crecimiento aproximado de 570% entre el 2006 y el 2011 en usuarios con acceso a Internet.

En el 2006, 35.066 ecuatorianos accedieron al servicio de Internet, a través de Banda Ancha y para 2011, la cifra pasó a 4'973.583.

A pesar que Ecuador ha sido un país que anteriormente estaba rezagado en el mundo digital, en la actualidad se denota un gran avance.

2.2.5.1. Estándar ITIL (Information Technology Infrastructure Library)

La Biblioteca de Infraestructura de Tecnologías de Información es una reunión de nociones y prácticas para la tarea de servicios de tecnologías de la información, el avance de tecnologías de la información y las gestiones relacionadas con la misma en general. ITIL da descripciones puntualizadas de un extenso conjunto de proceso de operaciones ideados para ayudar a las organizaciones a obtener calidad y eficiencia en las operaciones de Tecnología de información. Estos procesos son autónomos del proveedor y han sido desarrollados para servir como guía que abarque toda infraestructura, desarrollo y operaciones de Tecnología de información.

Los orígenes de esta biblioteca se remota a la década de los 80 cuando el gobierno de Gran Bretaña, que por su preocupación por la calidad de los servicios de Tecnologías de

información, pidió que se desarrollara un estándar para la provisión eficiente de estos servicios.

Para (Publishing, 2008): “La Biblioteca de Infraestructuras de Tecnologías de Información (ITIL, Information Technology Infrastructure Library TM) proporciona un planteamiento sistemático para la provisión de servicios de TI con calidad.”(Pág. 15).

La biblioteca de infraestructura de tecnología de información toma esta denominación por originarse de un conjunto de libros. Cada uno de los libros está dedicado a una práctica específica dentro de la gestión de Tecnología de Información.

ITIL en definitiva sirve como una guía para administrar servicios de tecnología de información.

Tiene un gran uso a nivel mundial por todas las organizaciones que necesitan más eficiencia y efectividad ajustadas con los objetivos del negocio, el ente regulador de esta guía es la OGC que está encargada de velar por este estándar y además tiene la responsabilidad de la última versión de ITIL (v3) que data del año 2007.

Según lo que se destaca en (ITILV3, 2012) la OGC cuenta con la ayuda de los siguientes organismos:

ITSMF: el Information Technology Management Forum es una organización independiente y reconocida internacionalmente que tiene como principal objetivo impulsar la adopción de las mejores prácticas ITIL para la gestión de servicios TI.

APM Group: es una organización comercial encargada por la OGC de definir, publicar y gestionar las certificaciones ITIL así como de acreditar a los organismos examinadores.

Organismos examinadores: en la actualidad existen varios organismos examinadores acreditados por APMG entre los que se encuentran EXIN, BCS/ISEB y LCS.

Debido a los nuevos retos que las empresas enfrentan cotidianamente, este marco de referencia también se mantiene actualizado. Las empresas de clase mundial que tienen implementadas las mejores prácticas exponen en el foro de usuarios de la administración de servicios de TI (ITSMF) el cual tiene capítulos en varios países, por lo que la OGC toma en cuenta estas opiniones a la par que las empresas consultoras que implementan ITIL, para realizar las actualizaciones.

2.2.5.1.1. Libros de la ITIL

Los ocho libros de ITIL y sus temas son:

Gestión de Servicios de Tecnologías Información

- Mejores prácticas para la Provisión de Servicio.
- Mejores prácticas para el Soporte de Servicio.

Otras guías operativas:

- Gestión de la infraestructura de TI
- Gestión de la seguridad.
- Perspectiva de negocio.
- Gestión de aplicaciones.
- Gestión de activos de software.

Para la implementación de prácticas de la biblioteca de infraestructura de tecnologías de información, se realizó la publicación de un libro adicional con guías de implementación enfocado a la Gestión de Servicios:

- Planeando implementar la Gestión de Servicios.

Guía con recomendaciones para departamentos de Tecnologías de Información y Comunicación más pequeñas:

- Implementación de ITIL a pequeña escala

Soporte de Servicio

Se ocupa de garantizar que el usuario tenga accesibilidad a los servicios apropiados que sustenten las funciones de negocio. Los temas que se tratan en el libro son:

- Centro de Servicio al Usuario
- Gestión del Incidente
- Gestión del Problema
- Gestión de Configuración
- Gestión del Cambio
- Gestión de la Entrega

Provisión de Servicio

Este libro analiza qué servicio requiere el negocio del proveedor (entendiendo como proveedor la organización interna o externa que provee el servicio de TI), para ofrecer un soporte adecuado a los Usuarios y/o Clientes de negocio. El libro cubre los siguientes temas:

- Gestión del Nivel de Servicio
- Gestión Financiera de Servicios TI
- Gestión de la Capacidad
- Gestión de la Continuidad del Servicio de TI
- Gestión de la Disponibilidad.

En el Ecuador la empresa que utiliza este tipo de estándar es INTCOMEX, que distribuye elementos del ordenador, periféricos, software, sistemas de computación, accesorios, productos de red y la electrónica de consumo digital a más de 44.000 clientes en más de 40 países.

Cabe destacar que en los países vecinos también se aplica esta norma para el ensamble de computadora.

2.3.Ensamble de computadoras

Como afirma (Kalpakjian, Schmid, & Figueroa, 2002):

El ensamble es una parte importante de la operación general de manufactura y requiere consideración sobre la facilidad, velocidad y costo de unir las piezas. También muchos productos deben ser diseñados de manera que sea posible su desensamble, a fin de permitir que se desarme el producto para su mantenimiento, servicio o reciclaje de sus componentes. (Pág.14).

FIGURA 6: Ensamble de Computadoras



Fuente: (Chechel, 2010)

En esta imagen se muestra a una persona realizando el ensamble de una computadora, trabajando en la unidad central de procesos.

Más de 400 empresas en el Ecuador están dedicadas al ensamble de computadoras, ya que utilizan componentes de distintas marcas para poder estructurar una computadora, con la diferencia que tiene una marca nacional.

En la actualidad la venta de las computadoras personalizadas ha tenido un auge, pero cabe destacar que por la falta de ensamble de computadoras portátiles, las marcas internacionales aún tienen marcado su terreno dentro del mercado de Pc's.

Otro punto que también favorece a la compra de computadoras que no han sido ensambladas, es la ausencia de garantías y servicios técnicos en los terminales ensamblados.

El 90% de los componentes que forman parte del ensamble de las computadoras en el Ecuador, son fabricados en países como:

- Japón
- Corea
- Taiwán
- Singapur.

Por otra parte el 10% de los componentes son fabricados en los Estados Unidos y otros países de América Latina.

La mayor parte de las empresas que se dedican al ensamble de computadoras importan las partes y piezas desde:

- Miami
- Colombia
- China
- Taiwán

Según expertos mencionan que el ensamblaje de computadoras no requiere de mayor tecnología, pero sí de normas y cuidados técnicos, como infraestructura adecuada para el ensamble (energía estática, voltaje), normas de calidad en procesos que puedan certificar la calidad del producto (ISO, ENERGY STAR), teniendo como resultado un equipo computacional integrado sin marca o bajo marca propia de acuerdo a los requerimientos del cliente.

FIGURA 7: El Ensamblaje en diferentes partes del mundo



Fuente: (Tecnodatum, 2009)

Como se puede visualizar en la figura, el ensamble de computadoras es un trabajo realizado en distintas partes del mundo y requiere de un estricto control de calidad.

2.3.1. Ensamble de computadoras en Latinoamérica

Lo que se refiere a ensamble de computadoras en Latinoamérica es una actividad que ha ganado una gran relevancia ya que existen diversas empresas que son más osadas en competir con marcas internacionales, creando su propia marca, y a la vez diseñando nuevas opciones para el usuario final.

A pesar de tener diferenciado las ventajas que tiene la compra de una computadora de nombre conocido o un clon de computadora no se deja de considerar que la preocupación del cliente no es por el aparato en sí, sino por la financiación del mismo.

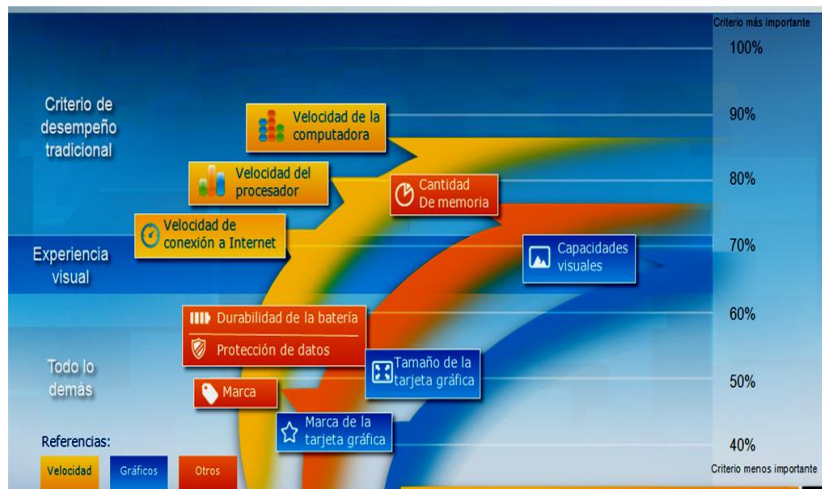
Es raro ver cuando un cliente no se preocupe por el costo de una computadora, sino por lo que tiene, generalmente es una situación escasa de darse.

El Fabricante de microchip más grande mundo Intel Corporate, realizó un estudio en 10 países acerca de los factores que consideran los clientes cuando deciden comprar una PC, se preguntó a más de 10.000 consumidores qué es importante para ellos, además del precio.

Las investigaciones muestran que el desempeño todavía sigue siendo la principal consideración de compra al decidir cuál es la PC indicada, aún más que la experiencia visual, el tamaño de la tarjeta gráfica y la marca de la tarjeta gráfica.

El procesador es claramente el vencedor cuando se trata de una ganancia en desempeño. Ya sea que los clientes necesiten trabajar con videos, fotos, audio o archivos de trabajo, ellos pueden esperar que el mayor beneficio sea del procesador en comparación con otros componentes, el estudio dice que los usuarios conocen más sobre la tecnologías y saben claramente que deben adquirir cuando necesitan comprar un aparato tecnológico en este caso PC.

FIGURA 8: El desempeño de la PC es la prioridad principal del cliente.



Fuente: (Intel Research Global Study, 2010)

En la figura anterior se muestra que características esenciales son en las que se fija el cliente para poder realizar la compra de una computadora.

Las empresas ensambladoras de computadoras nacieron como una ampliación de los procesos de negocios de los mayoristas, que a medida de querer resurgir en la tecnología fueron implantando modelos para comercializar productos.

Uno de los aspectos que muchas empresas ensambladoras de PC de los diferentes países latinoamericanos han soslayado es la rigurosa norma de calidad que deben de cumplir la creación de las computadoras, lo que ha permitido que no exista una cierta credibilidad en el funcionamiento de las mismas.

Los empresarios que son dueños de las grandes empresas ensambladoras de computadoras en Latinoamérica, afirman que una de las desventajas de llevar esta actividad a cabo es la falta de apoyo por parte de los gobiernos de los diferentes países a las marcas nacionales, para las cuales debería haber beneficios tributarios, ya que cada día están en un enfrentamiento constante con las marcas mundiales.

Así como existen aspectos externos que influyen en el ensamble de computadoras, también existen factores empresariales internos que de cualquier manera repercuten en la producción de computadoras ensambladas.

Para (Kalpakjian, Schmid, & Figueroa, 2002): “Existen varios métodos de ensamble (por ejemplo, utilizando sujetadores o adhesivos, o mediante soldadura con o sin aporte blanda o dura) cada uno con sus propias características y cada uno requiriendo de operaciones diferentes.” (Pág. 14).

La tarea de ensamblar computadoras no es muy fácil, por lo que es esencial tener un estricto control de calidad.

2.3.2. Certificaciones para fabricantes de computadoras

Normalmente para el ensamble de computadoras se necesita seguir un riguroso control de calidad para poder garantizar al cliente un buen producto. Se sabe que la fabricación de computadoras de cualquier forma tiene un impacto sobre el medio ambiente y muchas empresas han desarrollado prácticas de gestión ambiental y procedimientos dirigidos a preservar el entorno mediante el cuidado y minimización del impacto que su operación pueda producir.

A nivel mundial existen países que han obtenido certificaciones por el sistema de gestión que manejan para el desarrollo de sus operaciones.

Según (Salgado, 2007):

QBEX Electronics Corporation, fabricante y proveedor de soluciones y productos para computación personal y electrónica de consumo, anunció hoy la obtención de la certificación ISO 14001 gracias al diseño, implementación y puesta en marcha de su Sistema de Gestión Ambiental (SGA), situación que le proporciona orden y coherencia a los esfuerzos de QBEX Electronics por considerar las preocupaciones ambientales, mediante la asignación de recursos y responsabilidades y la evaluación continua de prácticas, procesos y procedimientos.

El propósito es prevenir el impacto de desechos industriales, aplicando tecnologías limpias, minimizar los desechos no recuperables y lograr productos tecnológicos ecológicamente favorables, incluyendo su comercialización y servicios. Para ello, QBEX ha desarrollado prácticas de gestión ambiental y procedimientos dirigidos a proteger el medio ambiente mediante la prevención y minimización del impacto que su operación pueda causar en el entorno, asegurando que la preservación de la biodiversidad es la garantía de la sostenibilidad.

“Para QBEX, la gestión ambiental está entre las más altas prioridades corporativas”, dijo Jorge Alfonso, presidente QBEX Electronics Corporation. “El medio ambiente constituye para nosotros un compromiso y una cultura que premia la prevención de la contaminación y hace parte de la forma de trabajar en QBEX; es por ello que hemos desarrollado un sistema que nos permite tener una clara asignación de los deberes y responsabilidades nuestras hacia el medio ambiente”.

El Sistema de Gestión Ambiental que implementó QBEX -bajo la Norma ISO 14001/2004- ha permitido identificar los aspectos ambientales

asociados a cada una de las operaciones de nuestro negocio y el nivel de impacto que tienen en el medio Ambiente.

Qbex Electronics Corporation es un fabricante y proveedor de soluciones y productos para computación de Colombia que en años anteriores obtuvo la Certificación ISO 14001 esta certificación mostrando su responsabilidad social, con la implementación de un sistema de operación enfocado a minimizar el impacto al medio ambiente por la fabricación de sus productos.

2.3.3. Certificaciones hardware

El avance de los diferentes productos eléctricos y electrónicos para que tengan una alta calidad, seguridad y eficiencia es un reto complejo para el mercado de alta competitividad de hoy.

El cumplimiento de las regulaciones complejas del mercado, las normas nacionales e internacionales y los requisitos de cada uno de los clientes, son unas de las pautas con la que deben de cumplir los fabricantes de computadoras.

Para poder ofrecer al mercado un buen producto muchas de las empresas que elaboran computadoras se preocupan por cumplir con estrictos procesos de auditoría, certificación y verificación de la cadena de valor.

Entre las certificaciones que se deben obtener para el desarrollo de un hardware son:

- Certificación de marca
- Licencia de número
- Categoría de producto
- Sub-categoría de producto

2.3.4. Macroentorno del ensamble de computadoras

El mercado del ensamble de computadoras a nivel mundial está mucho más fortalecido que el del Ecuador, pues que existen empresas que han obtenido certificaciones por el manejo de sus operaciones como es el caso de QBEX de Colombia, y otras como Síragon que hasta la actualidad se ha consolidado por la fábrica integradora de componentes electrónicos con la que cuenta. Esta marca desarrolló la oportunidad de crecer en materia tecnológica. Es muy importante realzar que la fábrica de Síragon es la más moderna de América Latina y cuenta con equipos totalmente automatizados y de alta calidad.

De acuerdo a lo publicado en (Síragon, 2011):

La fabricación integradora de componentes es esencial para la electrónica, así como para otras industrias. En el contexto global, empresas como **Síragon**, líder en la elaboración de productos electrónicos en el país, buscan aumentar su competitividad tanto en diseño, procesos de manufactura y logística; mediante la inversión en investigación y desarrollo tecnológico para hacer la transición a procesos más avanzados que satisfagan las más exigentes, y sofisticadas demandas del mercado, reduciendo costos.

Con lo establecido en la cita anterior se puede destacar la necesidad de la empresa Síragon de volverse más competitiva en el mercado buscando una independencia tecnológica adecuada.

FIGURA 9: Complejo tecnológico de Síragon



Fuente: (Síragon, 2011)

En la figura se denota la fábrica que instaló Síragon para el desarrollo competitivo de sus actividades.

2.3.5. Fabricantes de computadoras a nivel mundial

A nivel mundial existen muchas empresas que se dedican a la fabricación de computadoras para realzar un poco acerca de este tema se va a tomar de referencia el Estudio de Dell en cuanto a manufactura que realza el proceso que realiza esta empresa para el desarrollo de sus operaciones. Es muy importante poder destacar que Dell es una maestra en ingeniería de procesos y administración de cadena de valor por lo que en sus directivos existe una excedente preocupación en todos los procesos de manufactura. La clave del éxito de esta marca es que tiene un modelo de negocios de eficiencia, donde en vez de hacer una inversión en nueva tecnología de cómputo, espera que la nueva tecnología se convierta en estándar.

De acuerdo a lo establecido por (Hunger, 2007):

Dell ha creado exitosamente una ventaja competitiva sostenible que se basa en recursos de procesos de manufactura patentados de ciclo relativamente lento, es decir, recursos que son durables y no pueden ser imitados fácilmente porque carecen de transparencia, capacidad de transferencia y replicabilidad.

Después de hablar sobre el proceso manufacturero de Dell que lo ha diferenciado de las otras marcas de computadoras a nivel mundial, también se detalla información sobre Intel que aún continúa siendo líder en el futuro computacional, ya que constantemente tienen innovaciones con el desarrollo de computadoras Ultrabook. Intel normalmente está en constante evolución en los sistemas con la tecnología “Ivy y Bridge”.

2.3.6. Ensamble Local uso de Barebones

Es de suma importancia realzar dentro de este punto que actualmente se están planteando nuevos prototipos para poder desarrollar el ensamble local de computadoras.

De lo cual se puede incluir la entrada al mercado ecuatoriano de los Barebones All in One que es un sistema que cuenta con todos sus componentes instalados en la parte

posterior del monitor, puesto que, se ha simplificado la cantidad de cables y la estética en general de una computadora de sobremesa.

Las ventajas de estos sistemas son:

- Fácil instalación
- Ahorro de espacio
- Mejor desempeño

2.3.6.1.Mercado Gris tecnológico

Antes de poder abarcar lo que implica el mercado gris tecnológico es muy importante resaltar que lo que se refiere a este tipo de mercado donde existe un flujo de mercaderías que se realiza por medio de canales de distribución diferentes a los que están autorizados por el fabricante.

En la actualidad el gobierno ha planteado una serie de impuestos para la entrada de mercancías tecnológicas están distorsionando los precios y no cuentan con garantía o servicios asociados.

Es una ardua tarea para muchas empresas de competir ante precios bajos que se dan en el mercado gris, pero cabe destacar que los ensambladores locales aún cuentan con una ventaja competitiva.

2.3.7. Mercado mundial de Servidores

El mercado mundial de servidores en estos últimos años ha resultado muy exitoso, en especial el año anterior que según la publicación que hizo (Dealer World, 2012):

El mercado mundial de servidores finalizó 2011 con resultados mixtos, ya que, en el cuarto trimestre de 2011, el volumen de ingresos por servidores se redujo un 5,4 por ciento mientras que las ventas aumentaron un 4,5 por ciento, alcanzando los 2,5 millones de unidades vendidas. Con todo, como señala Gartner, en 2011 en su conjunto, los ingresos por ventas de servidores aumentaron un 7,9 por ciento, y las ventas un 7 por ciento.

Lo deja entre ver que la venta de servidores a nivel mundial el año pasado tuvo un buen desarrollo de forma general, pero al ya realizar un análisis por cada país las ventas no han sido favorables.

Con estos antecedentes a finales del año 2012 se busca poder aumentar las cifras del año anterior.

2.3.7.1. Instalación de Servidores en las PYMES a nivel mundial por parte de Intel y Microsoft

El poder instalar un servidor en una empresa ayuda a que esta sea más competitiva, eficiente y rentable, por lo que Intel y Microsoft realizando la campaña “Monte Servidores, consolide su Negocio”, buscó la manera de ofrecer a los clientes mundiales servidores fiables basados en placas y chasis Intel para servidor, Microsoft Windows Small Business Server 2003 y el procesador Intel Xeon.

Con cada una de estas características que estos grandes del mundo informático (Intel y Microsoft) detallaban de los servidores se buscaba que cada una de las empresas que accedían a la compra del producto garantizaba un buen desempeño dentro de la organización por el sistema que se manejaba.

2.3.8. Ley Moore

La Ley Moore fundada en 1965 por Gordon Moore que plantea que el número de transistores de un chip se duplica cada dos años. Esta ley ha avivado la revolución tecnológica mundial.

El efecto directo de la Ley de Moore es que los precios bajan al mismo tiempo que las prestaciones suben, lo que hoy cuesta una computadora al año siguiente valdrá la mitad y estará obsoleta en dos años. En 26 años el número de transistores en un chip se ha incrementado nada más y nada menos que 3.200 veces.

Mucha gente le ha dado gran importancia a esta ley que también se ha aplicado a otros aspectos tecnológicos, como la memoria o el ancho de banda, y cierta corriente de economistas cree que el boom económico que ha vivido Estados Unidos en los últimos años se debe en gran parte al crecimiento en progresión geométrica de la productividad de las computadoras.

Esta ley es sinónimo de más rendimiento, la capacidad de proceso, medida en millones de instrucciones por segundo, ha subido debido a cómputos de transistores en aumento, con la ley como se lo mencionó anteriormente también significa costes en descenso, en el transcurso que los ingredientes de las plataformas y los componentes basados en el silicio obtienen más utilidad, resulta más barato fabricarlos y, por supuesto, son más abundantes, más potentes y están más integrados en nuestra vida cotidiana.

Los microprocesadores de hoy día equipan todo tipo de artículos, desde juguetes hasta semáforos. Una tarjeta de cumpleaños musical que cuesta unos pocos euros hoy día tiene más capacidad de proceso que los grandes ordenadores más rápidos de hace décadas.

De acuerdo a lo publicado en (Flores, 2008):

Para el pensamiento estratégico, cualquier sistema computacional o informático, el conocimiento de la llamada Ley de Moore es clave. Y aquí ponemos estos principios a disposición de ustedes:

- Según esta ley, el poder de los computadores se duplica cada 18 meses, por lo que en diez años aumenta aproximadamente en cien veces.
- Aplicado a la memoria la capacidad se duplica cada 12 meses, multiplicándose por mil en diez años.
- Y el ancho de banda se duplica cada nueve meses, con lo que se calcula que en una década la capacidad de bajar los costos de transmisión se multiplica por diez mil.

En resumen, se incrementan potencia y memoria, y disminuyen los costos.

Esta cita puede sustentar lo detallado con anterioridad en cuanto a las ventajas de la Ley Moore.

2.3.9. Marcas Nacionales de Computadoras

A pesar que el Ecuador no es un país tan avanzando en tecnología, algunos empresarios han desarrollado negocios dedicados al ensamble de computadoras, los cuales han tenido un crecimiento lento pero considerable en el mercado en que se desarrollan.

2.3.9.1. Desarrollo de los clones de computadoras

El gran desarrollo de la tecnología informática hizo que en la década de los 80 empresarios ecuatorianos empiecen a incursionar en el mundo de distribución de componentes para computadoras y ensambladora de ordenadores clonados.

La puesta en marcha de esta idea de negocio ha hecho que en la actualidad existan más de 400 distribuidoras legalmente establecidas en el país.

La clave del éxito de este negocio es fabricar los clones a la medida del cliente, con componentes estandarizados.

2.3.9.2. Marcas de computadoras

Las marcas nacionales de computadoras han salido al mercado a competir frente a los altos precios que se presentan con las marcas internacionales, a pesar de esto la calidad de estas computadoras tienen una gran ventaja en el momento que el usuario accede por su compra.

Xtratech

FIGURA 10: Xtratech



Fuente: (Xtratech, 2012)

En la imagen anterior se puede visualizar el logo de Xtratech una marca de computadora ensamblada a nivel nacional.

Xtratech, es una de las marcas de computadoras ecuatorianas solicitada por Cartimex. Existen diversos productos de esta marca tales como:

- Mini Notebook
- All in one
- Tablet
- Notebook
- Computadoras de escritorio
- Accesorios

En el 2011 esta marca junto a Intel y Microsoft, apalancados en el financiamiento por parte del Banco de los Afiliados, BIESS y en la conectividad a Internet a través de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, CNT, buscaron reducir la brecha digital del Ecuador aportando con modelos de computadoras sofisticados para los beneficiarios.

Quasad

FIGURA 11: Quasad



Fuente: (Bit-Store, 2012)

La figura anterior denota la imagen que presenta al mercado nacional Quasad.

Es una marca denominada Quasad Computer, nombre comercial de computadoras y componentes.

Hurricane

FIGURA 12: Hurricane



Fuente: (Hurricane System, 2012)

El nombre completo de la marca es Hurricane Systems & Design de nacionalidad estadounidense.

Speedmind

Es otras de las marcas de computadoras registradas en el IEPI, esta marca es tanto de computadoras como de componentes de la misma, los cuales son armados y ensamblados por Service 21, los equipos que fabrica Speedmind tienen las respectivas certificaciones y pruebas de calidad.

FIGURA 13: SpeedMind



Fuente: (Speedmind, 2012)

En la imagen se resalta el logotipo de SpeedMind otra marca de computadora nacional.

Apex

Marca de computadoras y accesorios, los cuales son vendidos en el mercado ecuatoriano, para brindar opciones tecnológicas a los usuarios.

FIGURA 14: Apex



Fuente: (Mercado Libre, 2012)

En la figura anterior está el logotipo de la marca Apex, la cual no tiene tanto reconocimiento en el Ecuador, pero existe una aceptable distribución de sus productos.

Marcitech

Esta marca de computadoras es distribuida para la empresa Marcimex, en la cual se venden diferentes productos de computación de esta marca.

FIGURA 15: Logo de Marcitech



Fuente: (Marcimex, 2012)

Como se puede visualizar en la figura anterior se encuentra plasmado el Logo de Marcitech, nombre comercial que tiene relación con la empresa distribuidora de los productos.

PC Box

Es la marca de computadoras de la empresa Electronic Box

FIGURA 16: Electronic Box



Fuente: (Electronic Box, 2012)

En la figura que se puede visualizar con anterioridad se muestra el logotipo de Electronix Box, empresa dedicada a la venta de computadoras en el Ecuador.

Dr. PC

Es una marca de computadora de Tekosa para la Ganga, la cual incluye también componentes tecnológicos.

FIGURA 17: DR. PC



Fuente: (La Ganga, 2012)

En la imagen se muestra el diseño del logo de la marca Dr. Pc., que al igual que Marcitech es distribuida por un almacén especializado en electrodomésticos a nivel nacional.

Cada una de estas marcas constituye una base fundamental para el mercado de computadoras en el Ecuador, manejan una gestión comercial diferente, la cual ha hecho que cada una gane su participación, sea alta o baja pero forman parte del avance lento de la tecnología en el Ecuador.

Principales Distribuidores de partes y piezas de computadoras en Ecuador

Se pueden mencionar los siguientes:

Intcomex del Ecuador

- TecnoMega
- XPC/ Saz
- RV QUIO
- Xtratech
- Avemil/ siglo21

Principales Distribuidores de partes y piezas Miami hacia el ecuador

- Tech Data
- All Plus
- Ingram Micro
- Star computers
- Intcomex Miami

En el Ecuador existen varias empresas que están enmarcadas dentro de la industria tecnológica en el sector económico de información y comunicación haciendo referencia al subsector de programación informática, de consultoría y actividades conexas, con el objeto social de importación, compra y venta de partes y piezas de computación.

En la superintendencia de compañías existen más de 3000 empresas dentro del mercado tecnológico desglosadas en diferentes subsectores económicos.

Entre las provincias que se pueden mencionar que existen la mayor cantidad de empresas relacionadas a este sector industrial, están Guayaquil, Quito, Cuenca y Loja.

2.3.10. Crecimiento del software y hardware en el Ecuador.

De acuerdo a lo publicado en:

El sector de software y hardware en el país ha crecido en los últimos años de manera importante. Por primera vez, mediante un estudio especializado en estas dos áreas, se logra conocer que mueve alrededor de 1.050 millones de dólares al año. Esa es la cifra más reciente, a 2009.

La Asociación Ecuatoriana de Software (Aesoft) realizó un estudio para ver el comportamiento del mercado entre 2004 y 2009. Los datos fueron publicados la semana pasada y revelan que cada vez hay más ingresos para las empresas que laboran en estas áreas y también en las exportaciones de productos relacionados.

Con esta publicación queda comprobado el auge que ha tenido el crecimiento tecnológico dentro del Ecuador ya que las empresas inmersas en este sector han tenido un crecimiento considerable. El factor que ha permitido que exista este crecimiento industrial, es el avance tecnológico y a pesar de existir una brecha digital del Ecuador en comparación con otros países, la demanda de productos de hardware y software ha sido alta.

CUADRO 3 Empresas que participan en el sector de software

CIUU (4)	Actividad	# de empresas	%
J6209.01	Recuperación en casos de desastre informático, instalación de programas informáticos	306	47%
J6201.02	Adaptación de programas informáticos	304	47%
G4651.02	Venta al por mayor de programas informáticos	8	3%
J6201.01	Diseño de código informático y/o estructura	13	2%
J6201.10	Aplicación y diseño de sistemas informáticos	7	1%
J6202.20	Servicios de gestión y manejo in situ de sistemas informáticos	2	0%
J6209.02	Actividades de instalación de computadoras personales	1	0%
TOTAL		651	100%

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2012)

En el cuadro anterior se muestra por tipo de actividad, las empresas que están dentro del sector de software en Ecuador.

FIGURA 18 Importaciones ecuatorianas



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2012)

En el gráfico anterior se muestra las importaciones del Ecuador donde se puede ver que Estados Unidos ocupa el mayor porcentaje, seguido de Corea del Sur, China y otros países.

En la actualidad según datos de (Superintendencia de Compañías, 2012) existen 1319 empresas que comercializan computadoras y periféricos, a nivel nacional; y 633 empresas que se dedican a la programación automática, consultoría de informática y actividades conexas.

CUADRO 4 Actividades del sector tecnológico

Detalles	Empresas
Venta al por mayor	163
Venta al por menor	3503
Publicación de programas informáticos	37
Programación informática	142
Reparación de computadoras	966

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2012)

El cuadro muestra la cantidad de empresas que pertenecen a cada uno de los sectores que forman parte del sector tecnológico del Ecuador.

2.4.Gestión Comercial

FIGURA 19: Gestión comercial



Fuente: (Página web Actualsys, 2012)

La imagen anterior denota actividades que están inmersas en la gestión comercial de una empresa.

Las grandes y pequeñas empresas están regidas por modelos de gestión comercial, los cuales les permite promover el producto o servicio que ofrezcan.

El fin de la gestión comercial es generar ganancias para la empresa en cuanto:

- Aumento de volumen de ventas
- Rentabilidad
- Fidelización de los clientes
- Ventajas competitivas y distintivas entre la competencia.

Según (García, 2005):

Los mercado en los que operan las empresas, en la actualidad, son mercados maduros, mayoritariamente saturados y con clientes informados y exigentes. Por ello, las empresas deben orientarse al mercado; ya no es posible ofrecer productos que no guarden relación con lo que el mercado necesita, sino que resulta imprescindible actuar en función de lo que los consumidores esperan

de la empresa, de forma que los productos satisfagan totalmente las necesidades de los consumidores. (Pág. 1).

Es importante para las empresas ser competitivas cada día y producir bienes ajustados a las necesidades de los consumidores, que son quienes van a adquirir el producto en un momento determinado.

2.4.1. Sistema de Gestión Comercial

Lo que corresponde al sistema de gestión comercial, básicamente es la base de toda empresa, ya que se encuentran inmiscuidas todas las actividades relacionadas al marketing, la compra, venta y la producción de diferentes productos.

De acuerdo a lo publicado en (Gestión y Administración, 2011):

La gestión comercial se encargará de todas las estrategias que se deben aplicar para que la empresa en cuestión tenga cierto nivel de éxito en el ámbito competitivo en el que se mueve. Quizás en este sentido, la gestión comercial sea una de las herramientas más agresivas que se puedan encontrar en el mercado empresarial ya que debemos tener en cuenta que en la actualidad, la competencia entre empresas que comercializan diferentes tipos de productos suele ser bastante dura.

La gestión comercial que cada empresa realice debe de llevarse a cabo con eficiencia y eficacia, pero sobre todo que las estrategias que se desarrollen, estén diseñadas para el avance de la empresa y mejoras de su productividad.

El fin de tener controladas todas las actividades de la empresa, es auditar el funcionamiento de la misma en relación a los objetivos propuestos.

El gestor comercial es la persona encargada normalmente de tratar con los proveedores, clientes y empleados.

Según lo descrito en (Gestión y Administración, 2011):

La gestión comercial también tiene por tarea mantener cierto tipo de control sobre los ingresos y egresos de dinero que generalmente son causados por la compra y venta de los materiales para producción y los productos ya terminados. Debemos tener en cuenta que el objetivo principal de cada empresa productora es precisamente captar la mayor parte de clientes minoristas y mayoristas que se encarguen de distribuir sus productos a un precio razonable y acorde a la calidad de los mismos, y es aquí en donde la gestión comercial tendrá que ejercer sus obligaciones ya que es muy importante que se mantenga un cierto control sobre estos factores. Una empresa productora no puede llevarse a cabo si no posee el departamento correspondiente encargado de la gestión comercial, por ello es fundamental que dentro de la planificación de recursos, se considere al mismo como parte esencial para el desarrollo de la empresa ya que debemos tener en cuenta que la gestión comercial será la encargada de guiar a la empresa hacia las metas impuestas desde un principio.

Al tener una excelente gestión de operaciones se puede garantizar el control de las funciones o tareas que se desarrollan en una empresa.

2.4.2. Gestión Comercial en las Pymes

Lo que se refiere a gestión comercial, por más que sea una empresa grande o pequeña no debe ser omitida, ya que representa una herramienta fundamental para el logro de los fines propuestos al inicio de cada empresa.

Las pequeñas y medianas empresas deben aplicar la gestión comercial de la mejor manera posible para que puedan tener el mejor desarrollo y se fomente la efectividad de todos los procesos dentro de la cadena de valor de la institución.

La persona que llegue a encargarse de la gestión comercial de la Pyme debe tener diversos conocimientos en cuanto a:

- Mercado comercial del entorno de la empresa
- Cómo desarrollar de manera correcta la gestión comercial de un negocio o una empresa.

Para (González, 2002):

“Si bien la actividad comercial de las empresas cada vez es más compleja y exige una adecuada gestión y control esta puede ser esquematizada en una serie de pasos básicos.”

(Pág. 175)

FIGURA 20: Operaciones básicas del proceso comercial



Fuente: (González, 2002)

En la figura se muestra como normalmente las empresas se manejan en el área comercial para cumplir con los objetivos empresariales.

2.5.Fundamentación legal

Plan Nacional del Buen Vivir

Dentro de la fundamentación legal del trabajo de investigación está incluido el Plan Nacional del Buen vivir en relación a las políticas de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales que buscan mejorar las condiciones debida de toda la población.

Entre los fines de las políticas de ciencia y tecnología están:

- Desarrollo y fortalecimiento del personal en ciencia y tecnología, relacionado con el desarrollo del país.
- Impulso a la generación y potenciación de la investigación científica.
- Dirección del Sistema Nacional de Ciencia y tecnología.
- Impulso a la creación y fortalecimiento de academias de ciencias, comunicación, propiedad intelectual.
- Incorporación de nuevas tecnologías de información y comunicación, es decir las denominadas TIC's, para el impulso de la producción nacional.

Ley Orgánica de Regulación y control del poder del mercado

Es otro de los fundamentos legales en que sustenta la investigación, esta ley tiene pautas relacionadas a:

- Buenas prácticas en el mercado.
- Eficiencia y buena asignación de recursos.
- Competitividad externa.
- Beneficios del consumidor.

2.6.Variable de la investigación

2.6.1. Variable independiente

Estudio y análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador.

2.6.1.1. Indicadores

Nombre de diferentes marcas nacionales de computadoras

Valor del servicio que brindan las empresas

Valor de producto garantizado

Valor de Precio

Valor de Identificación

Calidad del mercado tecnológico del Ecuador

Innovación de productos ecuatorianos

2.6.2. Variable dependiente

Propuesta de un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.

2.6.2.1. Indicadores

Participación en el mercado

Planificación e Implementación Comercial

Inversión comercial

Competitividad

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1.Modalidad de la investigación

En el siguiente trabajo se define la modalidad de investigación como:

- De campo y
- Bibliográfica.

Se considera que es de campo porque se utilizaron las encuestas para sustentar la investigación, así como se realizó el respectivo análisis de toda la información, es bibliográfica ya que se fundamentó científicamente el trabajo.

3.2. Unidades de observación

- 1.- Gerente de operaciones de 3 empresas de ensamble de computadoras
- 2.- Empresas que ensamblan computadoras de las ciudades de Quito, Guayaquil, Loja y Cuenca, las más representativas del sector.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Se puede considerar que dentro del mercado Ecuatoriano existen diferentes empresas dedicadas al ensamble de computadoras.

Para las encuestas se van a tomar una población de 40 empresas relevantes del sector y las cuales han tenido mayor posicionamiento en el mercado.

Para las entrevistas se escogerán a 3 gerentes de operaciones de las empresas encuestadas para que desarrollen el cuestionario con preguntas abiertas.

3.3.2. Muestra

Tanto en las entrevistas como en las encuestas al tratarse de una población pequeña se establece que la población es igual a la muestra.

3.4. Operacionalización de las variables

En la operacionalización de las variables se destacan las categorías e indicadores de cada una de las variables de investigación.

CUADRO 5: Operacionalización de las variables

Variable	Tipo de variable	Dimensiones o categorías	Indicador	Instrumentos
Análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador	Independiente	Estudio de Mercado	100% realizada la Investigación de Mercado	Entrevistas y encuestas a gerente de operaciones
Propuesta de un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.	Dependiente	Plan de negocios	100% realizado plan de negocios	Entrevistas y encuestas a gerente de operaciones

Fuente: Elaborado por Autor

En el cuadro se muestra de manera sistemática y concisa las operaciones a realizar para cada variable.

3.5. Instrumento de recolección de datos

Se preparó un cuestionario de preguntas para las encuestas en las empresas que ensamblan computadoras en Ecuador para determinar las necesidades de consultoría o asesoría que necesitan para poder tener mejor calidad en la producción de sus productos. **(VER ANEXO 1).**

Para la realización de las entrevistas se elaboró un guión de preguntas que fue realizado a los gerentes de operaciones de las empresas, los cuales brindaron información sobre el manejo de producción de las computadoras. **(VER ANEXO 2).**

3.6. Procedimiento de la investigación

Cada uno de los cuestionarios de las encuestas fue enviado por medio de correo electrónico realizado en la herramienta Google Docs.

3.7. Análisis de los datos

El análisis de datos se realizó después de haber tabulado y graficado los resultados de la investigación.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Encuestas

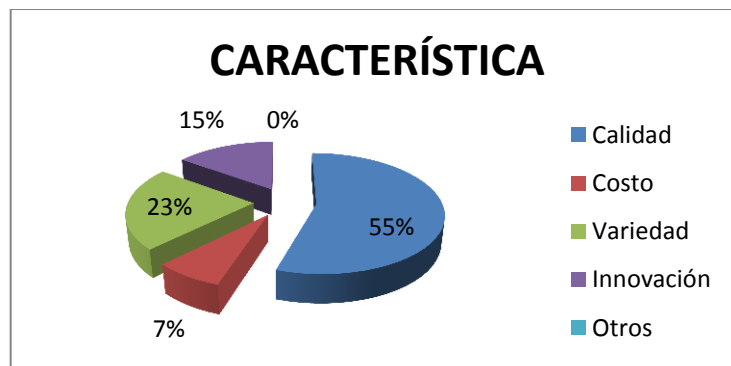
1. ¿Cuál considera que es la característica esencial de las computadoras que ensamblan en su empresa?

CUADRO 6: Característica de computadora

	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC.ACU.REL
Calidad	22	22	55%	55%
Costo	3	25	8%	63%
Variedad	9	34	23%	85%
Innovación	6	40	15%	100%
Otros	0	40	0%	100%
TOTAL	40		100%	

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 21: Característica de computadora



Fuente: Elaboración propia

Para las personas de las empresas encuestadas el 55% mencionó que la característica esencial de las computadoras que ensamblan es la calidad, el 23% dijo que la variedad, el 15% la innovación, el 7% el costo.

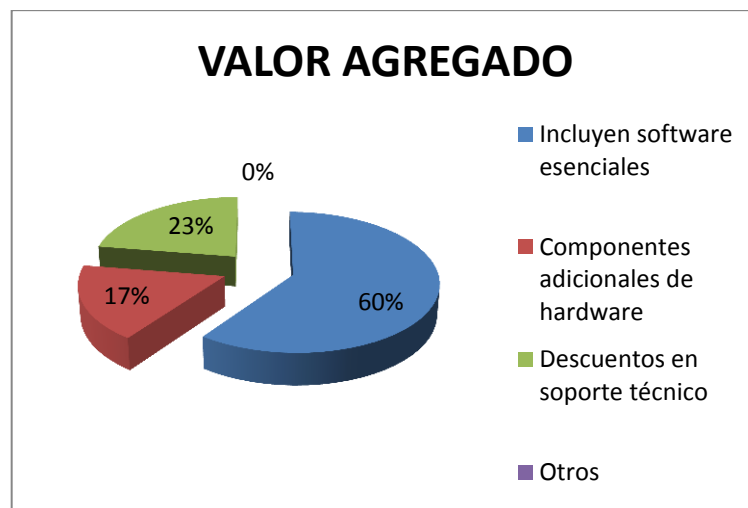
2. ¿Con qué valor agregado son vendidas las computadoras ensambladas dentro de esta empresa?

CUADRO 7: Valor agregado de las computadoras

	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC.ACU.REL
Incluyen software esenciales	24	24	60%	60%
Componentes adicionales de hardware	7	31	18%	78%
Descuentos en soporte técnico	9	40	23%	100%
Otros	0	40	0%	100%
TOTAL	40		100%	

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 22: Valor agregado de las computadoras



Fuente: Elaboración propia

El valor agregado que se ofrecen en las computadoras vendidas para el 60% de las personas pertenecientes a la empresa donde se desarrolló la encuesta en que incluyen software esenciales, para el 23% es el descuento en soporte técnico, el 17% por otro lado mencionó que son los componentes adicionales de hardware.

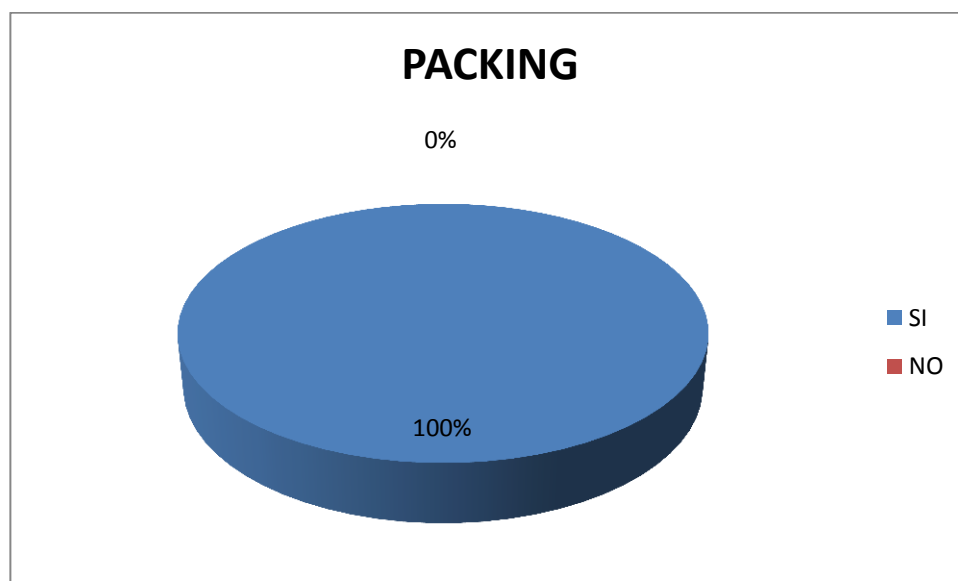
3. ¿Los productos de su empresa manejan su propio packing?

CUADRO 8: Packing

	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC. ACU. REL
SI	40	40	100%	100%
NO	0	40	0%	100%
TOTAL	40		100%	

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 23: Packing



Fuente: Elaboración propia

El 100% de las empresas encuestadas utilizan un propio packing para la comercialización de sus productos.

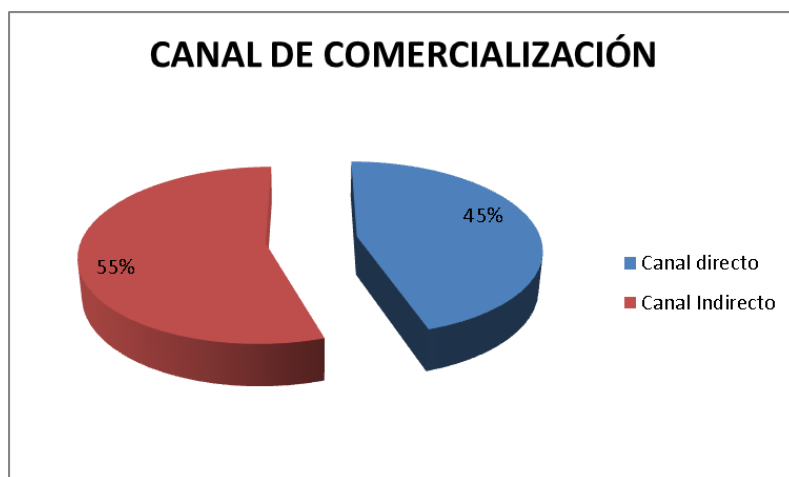
4. Para la comercialización de las computadoras ¿Qué tipo de canal utilizan?

CUADRO 9: Canal de distribución

	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC. ACU. REL
Canal directo	18	18	45%	45%
Canal Indirecto	22	40	55%	100%
TOTAL	40		100%	

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 24: Canal de distribución



Fuente: Elaboración propia

El 55% de las empresas utilizan el canal indirecto para la comercialización de las computadoras ensambladas, mientras que el 45% utiliza el canal directo.

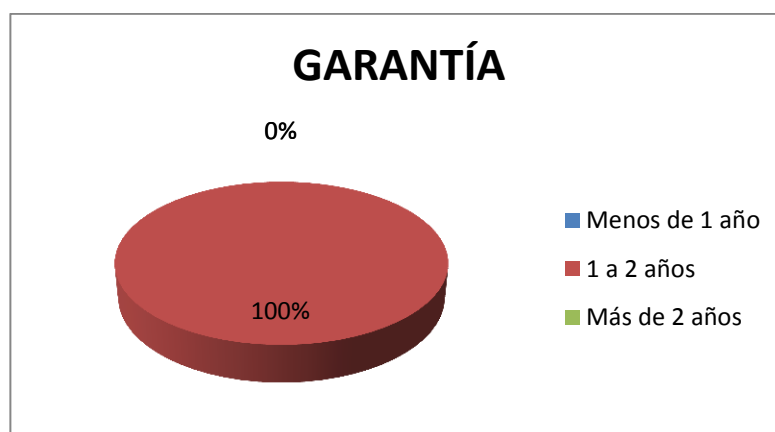
5. ¿Cuántos años de garantía tienen los equipos ensamblados en la empresa?

CUADRO 10: Garantía

	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC.ACU.REL
Menos de 1 año	0	0	0%	0%
1 a 2 años	40	40	100%	100%
Más de 2 años	0	40	0%	100%
TOTAL	40		100%	

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 25: Garantía



Fuente: Elaboración propia

El 100% de los operarios de las empresas donde se realizaron las encuestas mencionaron que los equipos ensamblados dentro de la compañía tienen de 1 a 2 años de garantía.

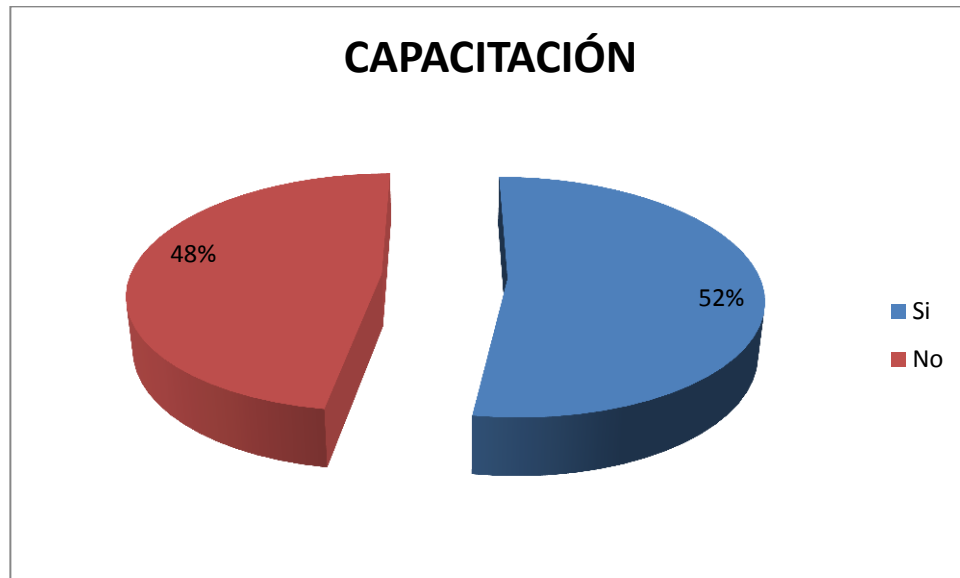
6. ¿Existe capacitación continua al personal encargado del ensamble de computadoras sobre temas relacionados a mejorar la tarea otorgada?

CUADRO 11: Capacitación

	FREC.ABS	FREC.ACU.ABS	FREC.REL	FREC.ACU.REL
Si	21	21	53%	53%
No	19	40	48%	100%
TOTAL	40		100%	

Fuente: Elaboración propia

FIGURA 26: Capacitación



Fuente: Elaboración propia

El 52% de los encuestados mencionó que si existe capacitación continua al personal encargado del ensamble de computadoras sobre temas relacionados a mejorar la tarea otorgada, mientras que el 48% mencionó que no.

Entrevistas

Ing. Ricardo Calero

Gerente de operaciones XTRATECH

Guayaquil, 17 de Agosto del 2012

1.- ¿Qué tiempo se demoran en el ensamble de computadoras sus operarios?

1 hora.

2.- ¿Qué tiempo se demoran en la instalación de programas?

3 horas.

3.- ¿Cómo es el proceso de calidad que siguen las computadoras ensambladas?

La verificación de cada una de sus piezas al término de cada ensamble o programación.

4.- ¿Con qué aval cuentan las computadoras que se ensamblan en la compañía?

Con el de las fábricas de las partes y piezas.

5.- ¿Qué considera usted que hace falta para que el mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador tenga un mayor avance?

Servicio completo en la post-venta.

6.- ¿Cuál considera usted que es el aspecto interno o externo que más influye en el ensamble de las computadoras?

En lo referente al aspecto interno está la calidad de los técnicos en el aspecto externo los precios.

7.- ¿Cree que es importante que exista una empresa que brinde asesoría para la integración de equipos de cómputo?

Aunque existen muchas en el mercado no creo lleguen a la calidad total debido a que no hacen seguimientos a los procesos.

8.- ¿Qué tipos de problemas se les ha presentado y ha influido directamente en la productividad de la empresa?

Muchos de tipo tributario y social con el seguro.

9.- En orden de importancia del nivel de ingreso en ventas indique los productos que comercializa.

- Computadoras de escritorio
- Impresoras
- Pen drives
- Parlantes de alta calidad
- Sistemas continuos de impresión
- Actualizaciones de hardware
- Reparación de software

10.- ¿Qué servicios adicionales brinda su empresa al cliente externo?

Mantenimiento preventivo de computadoras.

Ing. Juan Pablo Sinche

Director de Operaciones Marcitech

Guayaquil, 17 de Agosto del 2012

1.- ¿Qué tiempo se demoran en el ensamble de computadoras sus operarios?

60 minutos y las políticas del código de trabajo.

2.- ¿Qué tiempo se demoran en la instalación de programas?

3 horas.

3.- ¿Cómo es el proceso de calidad que siguen las computadoras ensambladas?

El proceso de calidad que se lleva a cabo es desde el inicio del ensamble hasta la finalización donde se comprueba que todos los componentes estén en el lugar que le corresponda.

4.- ¿Con qué aval cuentan las computadoras que se ensamblan en la compañía?

Las computadoras cuentan con el aval de las compañías las cuales son las proveedoras de componentes.

5.- ¿Qué considera usted que hace falta para que el mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador tenga un mayor avance?

Primero que por parte del gobierno exista más apoyo para el desarrollo de estos productos, a la vez que las personas empiecen a valorar la calidad nacional.

6.- ¿Cuál considera usted que es el aspecto interno o externo que más influye en el ensamble de las computadoras?

El aspecto interno sería el personal capacitado y el aspecto externo pues las leyes o impuestos en los que está inmersa la tarea que realizamos.

7.- ¿Cree que es importante que exista una empresa que brinde asesoría para la integración de equipos de cómputo?

Claro, aunque creo que lo indispensable es que en cada una de las empresas exista un gran proceso de control de calidad y a la vez personal totalmente especializado.

8.- ¿Qué tipos de problemas se les ha presentado y ha influido directamente en la productividad de la empresa?

Los impuestos que se determinan para los componentes.

9.- En orden de importancia del nivel de ingreso en ventas indique los productos que comercializa.

- Computadoras de escritorio
- Computadoras portátiles
- Soporte técnico

10.- ¿Qué servicios adicionales brinda su empresa al cliente externo?

Soporte técnico de las computadoras.

Ing. Fabrizzio Zamora
Gerente de Operaciones PC COMPANY
Guayaquil, 17 de Agosto del 2012

1.- ¿Qué tiempo se demoran en el ensamble de computadoras sus operarios?

Normalmente de 1 a 1 hora y media.

2.- ¿Cómo es el proceso de calidad que siguen las computadoras ensambladas?

El proceso de calidad que se utiliza en la empresa es muy estricto por lo que existe personal totalmente capacitado encargado de la verificación y control del ensamble de las computadoras.

3.- ¿Qué tiempo se demoran en la instalación de programas?

4 horas.

4.- ¿Con qué aval cuentan las computadoras que se ensamblan en la compañía?

Con el aval de las empresas que forman parte de las alianzas estratégicas.

5.- ¿Qué considera usted que hace falta para que el mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador tenga un mayor avance?

Mayor aceptación por parte de los ecuatorianos en comprar lo nuestro, a la vez que se disminuyan impuestos.

6.- ¿Cuál considera usted que es el aspecto interno o externo que más influye en el ensamble de las computadoras?

Interno: el sistema de gestión comercial de la empresa.

Externo: las políticas laborales impuestas.

7.- ¿Cree que es importante que exista una empresa que brinde asesoría para la integración de equipos de cómputo?

Por supuesto, ya que fomentaría al apoyo del desarrollo de computadoras ensambladas de mejor calidad.

8.- ¿Qué tipos de problemas se les ha presentado y ha influido directamente en la productividad de la empresa?

Fallas técnicas en cuanto a la capacidad instalada.

9.- En orden de importancia del nivel de ingreso en ventas indique los productos que comercializa.

- Computadoras de escritorio.
- Demás componentes de hardware.

10.- ¿Qué servicios adicionales brinda su empresa al cliente externo?

Lo que normalmente se brinda el servicio de soporte técnico.

4.1. Conclusiones de las encuestas

Con el desarrollo de las encuestas se pudieron obtener datos que van a sustentar el desarrollo de la propuesta, puesto que de acuerdo al análisis realizado se pudo destacar la importancia de poder tener una empresa que brinde un consultoría adecuada para poder producir equipos electrónicos de un óptima calidad.

Para las personas de las empresas encuestadas el 55% mencionó que la característica esencial de las computadoras que ensamblan es la calidad, el 23% dijo que la variedad, el 15% la innovación, el 7% el costo. Resultado que destaca la importancia de garantizar la satisfacción del cliente mediante la comercialización de un buen bien que cumpla con todas las normas adecuadas para su funcionamiento.

El valor agregado que se ofrecen en las computadoras vendidas para el 60% de las personas pertenecientes a la empresa donde se desarrolló la encuesta en que incluyen software esenciales, para el 23% es el descuento en soporte técnico, el 17% por otro lado mencionó que son los componentes adicionales de hardware.

El 100% de las empresas encuestadas utilizan un propio packing para la comercialización de sus productos.

El 55% de las empresas utilizan el canal indirecto para la comercialización de las computadoras ensambladas, mientras que el 45% utiliza el canal directo. Es necesario hacer énfasis en el buen manejo de un sistema de logística en las empresas, puesto que al ser utilizado más el canal indirecto de comercialización, los productos deben ser despachados de la mejor manera para garantizar satisfacción al usuario final.

El 100% de los operarios de las empresas donde se realizaron las encuestas mencionaron que los equipos ensamblados dentro de la compañía tienen de 1 a 2 años de garantía.

El 52% de los encuestados mencionó que si existe capacitación continua al personal encargado del ensamble de computadoras sobre temas relacionados a mejorar la tarea otorgada, mientras que el 48% mencionó que no. En la mayoría de las empresas de fabricación de equipos electrónicos si existe una preocupación por tener un personal totalmente capacitado.

Con el resultado de las encuestas se puede asegurar que la empresa consultora en integración de equipos electrónicos, tiene un campo abierto para poder ofrecer sus servicios, siempre y cuando brindando un valor agregado que ayude a mantener una ventaja competitiva quizás que se puede imitar pero no igualar.

4.2. Conclusiones de las entrevistas

Con las entrevistas realizadas se pudo recolectar información referente al proceso de producción que tienen normalmente las empresas y la percepción que se tiene en cuanto al mercado de computadoras en el Ecuador.

Dentro de las entrevistas no se pudo destacar información en cuanto al volumen de venta exacto por cada uno de los productos y la rentabilidad que normalmente les genera, puesto que esta información suele ser reservada y forma parte de una política empresarial, pero de cualquier forma se pudo destacar que son las computadoras de escritorios las que más generan ingresos para los fabricantes, de lo cual se puede asumir que hay que brindar la asesoría para que exista una buena calidad de estos productos.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA DE UNA EMPRESA CONSULTORA EN INTEGRACIÓN DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS

5.1. Introducción

El desarrollo de la empresa consultora en integración de equipos electrónicos es muy importante ya que va a permitir a las empresas inmersas en el mercado tener un mejor proceso en su sistema de gestión comercial.

Rematech S.A., va a brindar una asesoría total para que la calidad de los productos que se fabriquen en el Ecuador brinde los mejores beneficios al usuario final.

5.2. Objetivos de la Propuesta

5.2.1. Objetivo General

- Proponer un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.

5.2.2. Objetivo Específico

- Fomentar el respaldo hacia los productos nacionales, como un producto terminado elaborado con normas Internacionales.
- Establecer las pautas para el desarrollo de la empresa consultora.
- Brindar a las empresas Nacionales de ensamble de computadoras consultoría en integración de equipos.

5.3. Análisis Macroeconómico

Inflación: Es un indicador que se mide estadísticamente a través del Índice de precios al consumidor del área urbana, desde una canasta de productos demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, determinada por una encuesta de hogares.

FIGURA 27: Inflación anual



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2012)

En la figura 26, está detallado el porcentaje de inflación en los dos últimos años, cuya tasa máxima es de 6.12% y la mínima es 3.17%.

Tasa de desempleo: Es el indicador que mide el nivel de carencia de empleo en un país.

FIGURA 28: Desempleo en los últimos dos años



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2012)

En la figura 27, se muestra el porcentaje máximo del nivel de desempleo que es de 9.09% y la tasa mínima es de 4.88%.

Tasa de interés activa: Con este indicador se puede establecer el porcentaje que las instituciones bancarias, ajustadas a las condiciones de mercado y los requerimientos del

Banco central, cobran por los diversos servicios de crédito a los usuarios de los mismos, es decir que se denomina tasa de interés activa porque los recursos son a favor de la banca.

FIGURA 29: Tasa de interés activa



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2012)

En la figura 28, está detallado la tasa de interés activa, cuyo porcentaje máximo es de 8.94% y el mínimo es de 8.17% en los últimos dos años.

Tasa de interés pasiva: La tasa de interés pasiva es el porcentaje que da una institución bancaria a la persona que deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos.

FIGURA 30: Tasa de interés pasiva



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2012)

La figura 29, resalta el porcentaje de tasa de interés pasiva, cuyo valor máximo es de 4.60% y el mínimo es de 4.28%.

5.4. Análisis de la industria

5.4.1. Clasificación del servicio

El servicio que ofrece en este proyecto, es el de la creación de una empresa consultora en integración de equipos electrónicos que ayude a las empresas que fabrican productos de hardware de computadoras a tener una adecuada orientación en el proceso de calidad a seguir, para que así de esta manera se garantice la satisfacción de los usuarios finales.

Este servicio asesoría; es un negocio que se especializa en ciertos servicios personalizados y asistidos, para las grandes marcas fabricantes de computadoras de ensamble de computadoras en el Ecuador.

5.4.2. Análisis de la madurez de la industria

Se puede determinar que el mercado de esta industria está en crecimiento, ya que existen empresas a nivel nacional que brindan asesoría con referente a la integración de equipos computacionales, pero son limitadas.

Por otra parte se considera que Rematech está en la etapa de introducción ya que recién se creará la empresa pero a la vez la innovación de la empresa es que va a realizar la distribución de los Barebones o cuerpos para comenzar a integrar los distintos dispositivos electrónicos.

5.4.3. Análisis de la concentración de la industria

Dentro de la zona donde estará ubicada Rematech S.A., es decir en Urdesa Norte Calle 3era y Calle 4ta, no existe competencia.

5.4.4. Fuerzas competitivas de Porter

FIGURA 31: Fuerzas competitivas de Porter



Fuente: Elaborado por Autor

La figura 30, muestra las fuerzas competitivas de Porter, ajustadas al servicio de asesoría computacional que se busca ofrecer.

5.5. Mercadeo y Comercialización

5.5.1. Objetivo General

- Ser la marca mejor posicionada del mercado entre las empresas que ofrecen servicios profesionales de asesoría en integración de equipos computacionales.

5.5.2. Objetivos Específicos

- Crear alianzas estratégicas con empresas grandes de ensamble de computadoras.
- Mantener una cartera extensa de clientes para el próximo año.
- Capacitar constantemente al personal de la empresa para garantizar la excelencia en el servicio.

5.6. Grupo Objetivo

El grupo objetivo del proyecto son las empresas dedicadas al ensamble de computadoras de marca ecuatoriana.

5.7. Posicionamiento

FIGURA 32: Posicionamiento

POSICIONAMIENTO Y DIFERENCIACIÓN
Rematech S.A.
POSICIONAMIENTO
Servicio con calidez
DIFERENCIACIÓN
Atención y Capacitación brindada

Fuente: Elaborado por Autor

La figura 31, destaca la manera en que se busca posicionar la empresa Rematech S.A.

5.7. Mercado del Proyecto

Para el proyecto de investigación, se establece que, el mercado al cual se dirige la empresa, son las empresas dedicadas al ensamble de computadoras de marcas ecuatorianas.

5.8. Proveedores

Proveedores de Muebles de Oficina

MuebleCom: Empresa dedicada a la venta de muebles de oficina y otros enseres.

Dirección: Av. América N16-51 y Rio de Janeiro.

Teléfono: 2239 – 147.

FAX: 2525 – 313.

Celular: 092802165 / 092929026.

E-mail: mcmueblecom@hotmail.com.

FIGURA 33: Empresa proveedora de Muebles de oficina



Fuente: (MuebleCom, 2012)

En la figura se puede visualizar el logotipo de la empresa proveedora de los muebles de oficina para constitución de la empresa.

Proveedores de Computadoras

Computron: Constan con la mayor variedad de productos en las diferentes líneas de tecnología.

Guayaquil

Dirección 1: Kennedy-Av. Francisco de Orellana (Diagonal al Hilton Colón), Téf.: 2681003.

Dirección 2: Alborada C.C. Albocentro 5-local 1- Av. Rodolfo Baquerizo Nazur y Av. Benjamín Carrión, Téf: 3812112.

Dirección 3: Ceibos: C.C. Plaza Ceibos –Av. El Bombero Km 6 ½.

FIGURA 34: Empresa proveedora de computadoras y elementos tecnológicos



Fuente: (Computron, 2012)

En la figura 33, está la marca de la empresa que va a proveer a Rematech S.A., las computadoras para uso de los empleados.

Proveedores de Suministros de Oficina

American Solutions: Empresa dedicada a los suministros de oficina, computación y demás.

Dirección: Sauces 1 Mz F - 18 Villa 1 Esquina.

Horario: Lunes a Viernes de 09:00 a 18:00.

Teléfono: (593 - 4) 2242900 – 5111738.

Celular: 081032303 – 091281413.

FIGURA 35: Empresa Proveedora de Suministros de Oficina



Fuente: (American Solutions, 2012)

En la figura 34, se especifica la que empresa proveedora de suministros de oficina.

5.9. Competencia

En el Ecuador existen un sinnúmero de empresas que brindan asesoría para la gestión y control del ensamble de computadoras o a su vez de servicios generales, pero cabe destacar que la propuesta diferenciadora que va a tener Rematech S.A. es la distribución de los Barebones o cuerpos para comenzar a integrar los distintos dispositivos electrónicos, brindándole a los clientes y accesibilidad en los precios y capacitación constante.

5.10. Marketing Mix

5.10.1. Producto

El servicio que brindará Rematech S.A., es el de consultoría en integración de equipos computacionales para que las empresas ecuatorianas fabricantes de computadoras tengan un mejor control en su gestión y a la vez ofreciéndoles ventajas en la compra de los componentes electrónicos asegurando calidad con la capacitación que se va a brindar para la fabricación de los productos.


FIGURA 36: Marca Legal



Fuente: Elaborado por Autor

En la figura 35, se puede visualizar la marca legal de la empresa consultora.

Las presentaciones de la papelería institucional van a ayudar a crear una identificación de la empresa, forman parte de la imagen corporativa.



REMA TECH
ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

REMATECH S.A.
R.U.C. 0925146332001
Urdesa Norte, calle 3era y calle 4ta.
Telf.: 22154414 - 0987445210
info@rematech.com.ec
www.rematech.com.ec

AUT. S.R.L.:

FACTURA No. 001-001-00

No. 0001

CLIENTE		R.U.C.	
DIRECCIÓN		FECHA	TELF.

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL

Señ: _____

Firma Autorizada

SUBTOTAL

DESCUENTO

I.V.A. 0 %

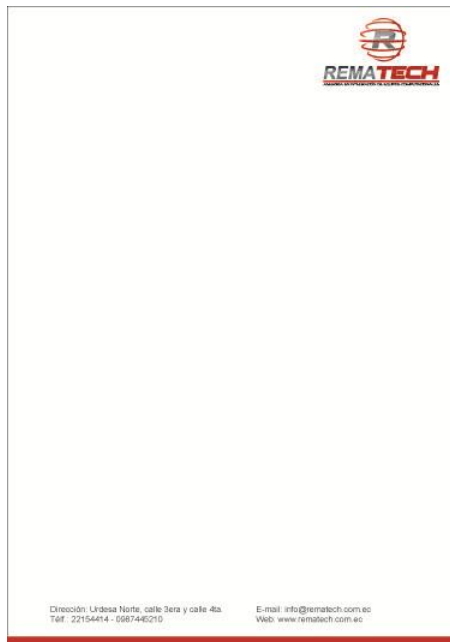
I.V.A. 12 %

TOTAL

Recibi Conforme

Esta figura muestra el modelo de factura donde se van a detallar las ventas que se realicen.

FIGURA 38: Hoja membretada



Fuente: Elaborado por Autor

La figura muestra la hoja membretada sobre la cual se redactarán los oficios en ocasiones que ameriten.

FIGURA 39: Tarjeta de Presentación



Fuente: Elaborado por Autor

En la figura 38, está expuesta la tarjeta de presentación.

5.10.2. Precio

La estrategia de precio a utilizar en la empresa es la de penetración de mercado, puesto que se van a considerar los precios de la competencia y establecer un precio promedio para realizar la venta del servicio de consultoría y la distribución de los Barebones o cuerpos para comenzar a integrar los distintos dispositivos electrónicos, serán definidos tomando en cuenta los costos fijos y variables.

5.10.3. Plaza

El servicio se va a brindar a nivel Nacional, por medio de un canal directo de comercialización, es decir desde la empresa hacia el usuario final.

FIGURA 40: Canal de Distribución



Fuente: Elaborado por Autor

La figura 39, muestra el canal a utilizar para ofrecer el servicio de Rematech S.A.

El tipo de negocio a realizar es de empresa a empresa B2B.

5.10.4. Promoción

Las estrategias de promoción estarán ajustadas al mercado, indicando que las empresas beneficiadas serán las más frecuentes.

5.10.4.1. Publicidad

Se realizará publicidad por medio de mailing, redes sociales, página web y ferias tecnológicas.

FIGURA 41: Página Web



Fuente: Elaborado por Autor

En la figura 40, está el diseño de la página web de la empresa para estar en el mundo digital y tener una negociación online con los clientes.

FIGURA 42: Stand de feria

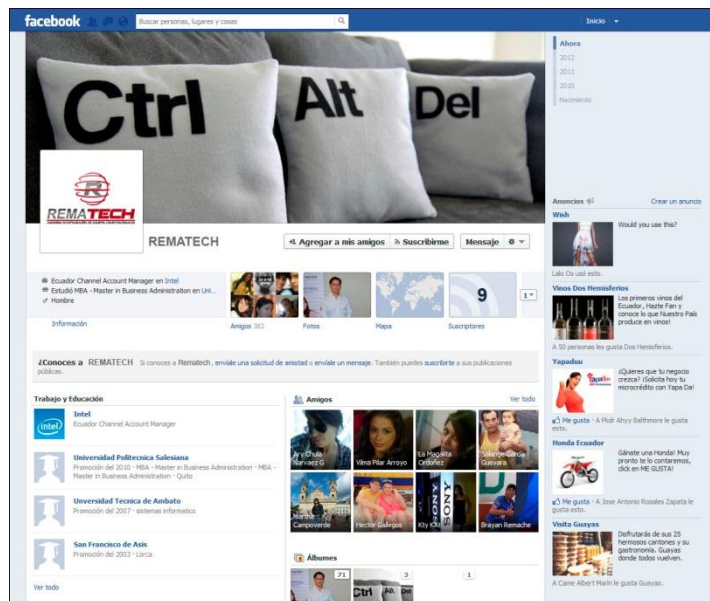


Fuente: Elaborado por Autor

Esta figura es la del diseño del stand que se va a utilizar en las ferias tecnológicas que se realicen en el país y de esta manera promocionar más el servicio que brindará Rematech.

En las ferias se dispondrá de expositores quienes serán los que informen sobre los productos de Rematech a la vez va a garantizar la atracción de clientes.

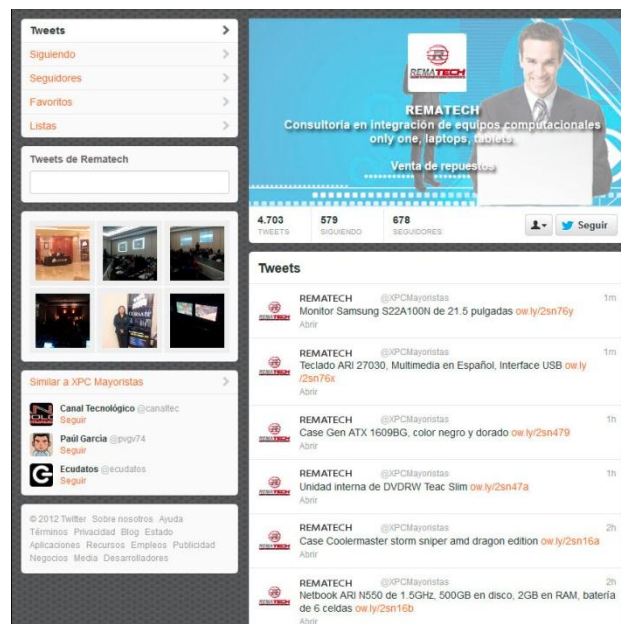
FIGURA 43: Rede Social del Facebook



Fuente: Elaborado por Autor

En la figura 42 y 43, se puede visualizar las páginas de las redes sociales de Facebook y Twitter de Rematech.

FIGURA 44: Red Social de Twitter



Fuente: Elaborado por Autor

5.11. Descripción del negocio

Información General de la empresa

- Razón Social

REMACHE S.A.

- Nombre Comercial

Rematech.

- R.U.C.

0914517543001.

- Dirección, teléfonos, correo electrónico.

Dirección: Urdesa Norte Calle 3era y Calle 4ta.

Teléfono: 2468723.

Correo electrónico: www.rematech.com.ec.

- Constitución Jurídica

Sociedad Anónima.

- Fecha de Constitución e inicio de operaciones

12 de Noviembre de 2012.

- Representante Legal

Luis Germán Remache Guaña.

5.12. Plan estratégico

5.12.1. Misión

Empresa dedicada a la asesoría total para la integración de equipos electrónicos asegurando la satisfacción del cliente con un trabajo desarrollado por un personal capacitado.

5.12.2. Visión

Ser una empresa líder en el mercado y ganar un reconocimiento internacional.

5.12.3. Objetivos

5.12.3.1. General

- Ser una empresa reconocida por el excelente servicio brindado que genera buena rentabilidad.

5.12.3.2. Específicos

- Establecer propósitos de ventas.
- Controlar el trabajo realizado por los clientes internos.
- Mantener la fidelización de los clientes.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Después del desarrollo del trabajo se concluye:

- El mercado marcas nacionales de computadoras en el Ecuador ha ido evolucionando.
- Existen muchos factores que influyen en el ensamble de computadora nacional.
- Existe una capacitación continua al personal de las empresas que ensamblan computadoras, pero cabe destacar que el mercado tecnológico está en constante evolución, por lo que es indispensable que exista una asesoría excelente en la integración de los equipos.
- La imposición de aranceles en el estado ecuatoriano se considera como el factor que más repercute en la fabricación de computadoras.

6.2. Recomendaciones

- Plantear estrategias y tácticas que puedan asegurar el avance de la empresa.
- Mantener las alianzas estratégicas.
- Tener un poder negociación con los proveedores internacionales.
- Crear promociones para los clientes fieles.
- Capacitar constante al personal de Rematech.

7. BIBLIOGRAFÍA

- American Solutions. (2012). *American Solutions*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, de American Solutions: http://www.guiatelefonica.com.ec/mas_informacion/1-12454/american-solutions
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2012, de Banco Central del Ecuador: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Bit-Store. (2012). *Bit-Store*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Bit-Store: http://www.bit-store.ec/store/product.php?id_product=603
- Canal Informático. (2007). *Play Marketing*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Play Marketing: <http://www.nxtbook.com/ml/playmarketing/canalinformaticoed18/index.php?star tid=26>
- Canal Tecnológico. (2012). *Canal Tecnológico*. Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de Canal Tecnológico: http://www.canal-tecnologico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1357:mintel-presento-informe-sobre-avances-de-las-tics-en-2011-&catid=30:telecomunicaciones&Itemid=55
- Chechel, L. (24 de Agosto de 2010). *Ensamble de un computador*. Recuperado el 11 de Julio de 2012, de Ensamble de un computador: <http://lizchechel-cami.blogspot.com/2010/08/ensamble-y-desensamble-de-una.html>
- Cohen, W. (2003). *Cómo ser un consultor existoso*. Bogotá: Norma.
- Compu & Partes. (2011). *Compu & Partes*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Compu & Partes: <http://compuypartes.com/>
- Computadoras Portátiles. (30 de Diciembre de 2008). *Computadoras Portátiles*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Computadoras Portátiles: <http://www.computadoras-portatiles.com/elegir-una-marca-de-computadora/>
- Computron. (2012). *Computron*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, de Computron: <http://www.compu-tron.net/webpages/directorio.asp>
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: ECOE.
- Dalia, L. (2012). *Mis respuestas.com*. Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de Mis respuestas.com: <http://www.misrespuestas.com/que-es-una-consultoria.html>

- Dealer World. (29 de Febrero de 2012). *Computer World*. Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de Computer World: <http://www.idg.es/computerworld/El-mercado-de-servidores-crece-un-7%2c9-por-ciento-e/seccion-actualidad/articulo-205781>
- Diario El Universo. (22 de Junio de 2012). *El Universo*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de El Universo: <http://www.eluniverso.com/2012/06/22/1/1356/monitores-compus-entran-pagar-arancel.html>
- Diario Hoy. (20 de Abril de 2011). *Diario Hoy*. Recuperado el 11 de Julio de 2012, de Diario Hoy: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-rezagado-en-tecnologia-470705.html>
- Electronic Box. (2012). *Electronic Box*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Electronic Box: <http://electronicbox.ec/es/7-computadoras>
- Ferré, J., & Ferré, J. (1997). *Los Estudios de Mercado: Cómo Hacer un Estudio de Mercado de Forma Práctica. Todo lo Que Conviene Saber para Hacer Estudios con Escasos Recursos*. Madrid: Díaz De Santos.
- Flores, F. (2008). *Abriend Juego, Abriendo mundos* . Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de Abriend Juego, Abriendo mundos : <http://www.fernandoflores.cl/node/266>
- García, F. (2005). *Gestión comercial de la Pyme: Herramientas y técnicas básicas para gestionar eficazmente su empresa*. Madrid: Ideas Propias.
- Gates, R. (2005). *Investigación de Mercados*. Madrid: Cengage Learning Editores.
- Gestión y Administración. (2011). *Gestión y Administración*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Gestión y Administración: <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-comercial.html>
- González, J. (2002). *Control y Gestión del Área Comercial y de Producción de la Pyme. Una Aplicacion Práctica con Factura Plus y Tv Plus*. Coruña: Netbiblo.
- Hunger, D. (10 de Septiembre de 2007). *Administración estratégica y política de negocios: casos y conceptos*. México D.F.: Pearson Educación.
- Hurricane System. (2012). *Hurricane System*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, de Hurricane System: www.hurricane.com
- IEPI. (2012). *IEPI*. Recuperado el 2012 de Julio de 2012, de IEPI: <http://www.iepi.gob.ec/module-contenido-viewpub-tid-3-pid-32.html>

- Intel Research Global Study. (2010). *Intel Research Global Study*. Recuperado el 6 de Agosto de 2012, de Intel Research Global Study.
- ITILV3. (2012). *Gestión de Servicios TI*. Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de Gestión de Servicios TI: <http://itilv3.osiatis.es/itil.php>
- Kalpakjian, S., Schmid, S., & Figueroa, U. (2002). *Manufactura, ingeniería y tecnología*. México D.F.: Pearson .
- La Ganga. (2012). *La Ganga*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de La Ganga: <http://www.almaceneslaganga.com/promociones/25/computadora-force-pc-dr-pc/>
- La Nación. (13 de Febrero de 2012). *La Nación*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de La Nación: <http://200.85.37.14/articulo/58513-el-mercado-de-tecnologia-en-crecimiento-en-latinoamerica.html>
- Loaiza, H. (2012). *Club Planeta*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, de Club Planeta: http://www.trabajo.com.mx/analisis_e_investigacion_de_mercado.htm
- Marcimex. (2012). *Marcimex*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Marcimex: <http://www.marcimex.com.ec/productos/?l=34>
- Mercado Libre. (2012). *Mercado Libre*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Mercado Libre: http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-400432138-ventilador-para-computadoras-portatiles-apex-importados-_JM?redirectedFromParent=MEC9750707
- MuebleCom. (2012). *MuebleCom*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2012, de MuebleCom: <http://mueblecom.com/#>
- Ofimática. (2011). *Gestión*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Ofimática: <http://www.ofi.es/Gestion.php>
- Página web Actualsys. (2012). *Actualsys*. Recuperado el Agosto de 2012, de Actualsys: <http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&sa=N&biw=1611&bih=785&authuser=0&tbm=isch&tbnid=Sj7jkguWNMCX-M:&imgrefurl=http://www.actualseys.com.ar/como-funciona.html&docid=5e1LJikzURvX4M&imgurl=http://www.actualseys.com.ar/dat/como.jpg&w=406&h=464&ei=zE0pUK2>
- Publishing, V. H. (2008). *Gestion de Servicios TI basado en ITIL: Guia De Bolsillo Spanish Version*. Madrid: Van Haren Publishing.

- Revista CN 17. (2012). Ecuador: El país ocupa el puesto 96 en el ranking digital. *Revista CN 17*, 84.
- Rodríguez, A. (2006). *La brecha digital y sus determinantes*. México D.F.: UNAM.
- Salgado, E. (21 de Septiembre de 2007). *Channel Planet*. Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de Channel Planet: <http://www.channelplanet.com/?idcategoria=19645>
- Síragon. (2011). *Síragon*. Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de Síragon: http://www.siragon.com/ve/acerca_cts.php
- Sitio Web Hardware. (2012). *Hardware*. Recuperado el 11 de Julio de 2012, de Hardware: <http://www.hardwaremb.blogspot.com/>
- Sitio Web Patria Grande. (3 de Julio de 2012). *Patria Grande*. Recuperado el 11 de JULIO de 2012, de Patria Grande: <http://www.patriagrande.com.ve/temas/ciencia-y-tecnologia/vit-ha-producido-119-mil-computadoras-durante-primer-semester-del-ano/>
- Speedmind. (2012). *Speedmind*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Speedmind: <http://www.speedmind.com.ec/>
- Tecnodatum. (1 de Julio de 2009). *Tecnodatum*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Tecnodatum: <http://www.tecnodatum.com/2009/07/%C2%BFestan-las-computadoras-de-escritorio-en-vias-de-extincion/>
- Xtratech. (2012). *Xtratech*. Recuperado el 10 de Julio de 2012, de Xtratech: <http://www.xtratech.ec/#>

8. ANEXOS

Anexo 1: Modelo de Encuesta



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
UNIDAD DE POSGRADO SEDE GUAYAQUIL
MAESTRÍA EN “ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”**

TEMA DE TESIS: “Estudio y análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador, la propuesta de un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.”

AUTOR: Lcdo. Luis Germán Remache Guaña

Objetivos de la encuesta

- 1.- Conocer los procesos de ensamble de computadoras de las marcas ecuatorianas
- 2.- Establecer los factores influyentes en los procesos de ensamble de computadoras.

Consigna: Estamos realizando un estudio del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador. Para la cual requerimos de su participación y sinceridad en sus respuestas. Gracias por su colaboración.

Instrucciones:

Poner atención a las preguntas

Contestar con veracidad.

Seleccionar solo una opción.

1. ¿Cuál considera que es la característica esencial de las computadoras que ensamblan en su empresa?

Calidad	
Costo	
Variedad	
Innovación	
Otros	
TOTAL	

2. ¿Con qué valor agregado son vendidas las computadoras ensambladas dentro de esta empresa?

Incluyen software esenciales	
Componentes adicionales de hardware	
Descuentos en soporte técnico	
Otros	
TOTAL	

3. ¿Los productos de su empresa manejan su propio packing?

SI	
NO	
TOTAL	

4. Para la comercialización de las computadoras ¿Qué tipo de canal utilizan?

Canal directo	
Canal Indirecto	
TOTAL	-

5. ¿Cuántos años de garantía tienen los equipos ensamblados en la empresa?

Menos de 1 año	
1 a 2 años	
Más de 2 años	
TOTAL	

6. ¿Existe capacitación continua al personal encargado del ensamble de computadoras sobre temas relacionados a mejorar la tarea otorgada?

Si	
No	
TOTAL	

Anexo 2: Modelo de entrevista



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA UNIDAD DE POSGRADO SEDE GUAYAQUIL MAESTRÍA EN “ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS”

TEMA DE TESIS: “Estudio y análisis del mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador, la propuesta de un modelo de empresa consultora en integración de equipos electrónicos.”

AUTOR: Lcdo. Luis Germán Remache Guaña

- 1.- ¿Qué tiempo se demoran en el ensamble de computadoras sus operarios?**
- 2.- ¿Qué tiempo se demoran en la instalación de programas?**
- 3.- ¿Cómo es el proceso de calidad que siguen las computadoras ensambladas?**
- 4.- ¿Con qué aval cuentan las computadoras que se ensamblan en la compañía?**
- 5.- ¿Qué considera usted que hace falta para que el mercado de computadoras ensambladas en el Ecuador tenga un mayor avance?**
- 6.- ¿Cuál considera usted que es el aspecto interno o externo que más influye en el ensamble de las computadoras?**
- 7.- ¿Cree que es importante que exista una empresa que brinde asesoría para la integración de equipos de cómputo?**
- 8.- ¿Qué tipos de problemas se les ha presentado y ha influido directamente en la productividad de la empresa?**
- 9.- En orden de importancia del nivel de ingreso en ventas indique los productos que comercializa.**
- 10.- ¿Qué servicios adicionales brinda su empresa al cliente externo?**

Anexo 3: Detalles de empresas proveedoras internacionales



18.5 "todo en uno PC barebone táctil todo en una PC

Precio FOB: EE.UU. \$ 1 - 900 / Unidad

Puerto: Shenzhen

Cantidad mínima de pedido: 1 Unidad / Unidades

Capacidad de la fuente: 5000 Unidad / Unidades por Mes

Condiciones de pago: L / C, D / A, D / P, T / T, Western Union, MoneyGram, paypal

Detalles del producto

Detalles rápidos		
Estado de los productos: Foto	Tipo: All-In-One	Tamaño de pantalla: 18,5
Marca del procesador: Intel	Capacidad de memoria: 4 GB ≥	Capacidad del disco duro: 640GB
Gráficos Tipo de tarjeta: Tarjeta integrada	Tipo de pantalla: LCD	Widescreen: Sí
Tipo de unidad óptica: CD-ROM	Principales del procesador de frecuencia: 3.3GHz	Marca: BENCSE
Número de modelo: T-1805	Lugar de origen: Guangdong China (continental)	

Empaquetado y entrega

Detalle de embalaje:	Masa y cartón
Detalle de la entrega:	15-25ays

Especificaciones

- 1, todo en un equipo con buena calidad y precio competitivo
- 2, Ahorre energía y espacio
- 3, CE, FCC, RoHS, certificado CCC

LCD	Tamaño	18,5"
	Muestra Proporción	(16:9)
	Resolución	1920 (horizontal) x 1080 (vertical)
	Contraste	(1000:1)
	Tiempo de respuesta	5millisecond
	Brillo	600cd/mm
	Ángulo efectivo visible (izquierda / derecha)	176 ° / 176 °
Config	Procesador	Intel Atom D525 1.8GHz
	Mainboard	Intel NM10
	Frecuencia del bus de sistema	533MHZ
	Memoria	2GB/DDR3/1333MHz
	Disco rígido	320G
	HD Tipo	2.5" SATA / 7200
	Conductor óptico portátil	opcional
TV / LC Estándar	Color estándar	PAL / SECAM / NTSC
	Sistema de sonido	B / G, D / K, I, L / L, M / N
	Idioma del menú	Chino, Inglés, español, ruso, alemán, francés, etc.
Computer Audio / Vídeo Frecuencia	Tarjeta gráfica	interior GMA3150 Intel
	Memoria Gráfica	256 MB de memoria dinámica máxima
	Tipo de memoria gráfica	Tarjeta gráfica integrada
	Audiofrecuencia	AC 97
Entrada / Salida	Altavoz	3W +3 W
	Ordenador VGA-Salida	disponible
	Tarjeta de red	InnerRTL 8101C
	Otros puertos de ordenador	4 * USB 2.0, RJ-45, audio, micrófono
Fuente de alimentación	Poder	AC 110V ~ 240V, 50/60HZ
circunstancias	Temperatura de funcionamiento	0 ° C-40 ° C
	Humedad de la operación	20% -80% de HR
	Temperatura de almacenamiento	. -20 ° C-60 ° C
	Humedad de almacenamiento	10% -75% de HR
Accesorios	Accesorios para All-In-One PC	Wireless Mouse y Teclados
		Cable eléctrico, control remoto

Perfil de la empresa

Información Básica

Producto / servicio (Vendemos):	todo en una PC TV, todo en una PC, Tablet PC, todo en una computadora todo-en-uno-PC
Marcas:	BENCSE
Número de empleados:	A más de 1000 personas

Comercio y Mercado

Principales Mercados:	América del Norte
	América del Sur
	Europa del Este
	Sudeste de Asia
	África
	Oceanía
	Medio Oriente
	Asia Oriental
	Europa Occidental
	América Central
	Norte de Europa
	Sur de Europa
	del Sur Asia
Los clientes principales:	Europa, Asia, América
Tamaño según ventas:	EE.UU. \$ 50 millones - EE.UU. \$ 100 millones
Exportaciones Porcentaje:	51% - 60%
Volumen total de la compra anual:	EE.UU. \$ 5 millones - EE.UU. \$ 10 millones

Fábrica de la información

Fábrica Tamaño (sq.meters):	10,000-30,000 metros cuadrados
Fábrica Ubicación:	4 ° Piso, Planta 3, segundo Yousong Industrial Zone, Longhua
QA / QC:	Terceros
Número de líneas de producción:	Por encima de 10
Número de Personal R & D:	Más de 50 personas
Número de Personal QC:	Más de 50 personas
Gestión de Certificación:	HACCP ISO 9001:2000 ISO 9001:2008 QS-9000 ISO 14001:2004 ISO / TS 16949 SA8000 ISO 17799 OHSAS 18001 TL 9000
Fabricación por Contrato:	Servicio del OEM ofrecido servicio de diseño ofrecido Etiqueta del comprador ofrecido



Promoción barebone PC



Precio FOB: EE.UU. \$ 302 - 387 / Unidad
[Obtener la última Precio](#)

Puerto: Shenzhen

Cantidad mínima de pedido: 10 Unidad / Unidades

Capacidad de la fuente: 5000 Unidad / Unidades por Mes

Condiciones de pago: L / C, T / T, Western Union

Detalles del producto

Detalles rápidos

Estado de los productos: Foto	Tipo: All-In-One	Tamaño de pantalla: 21 "
Marca del procesador: Intel	Capacidad de memoria: 1-4G	Capacidad del disco duro: 320 G y más
Gráficos Tipo de tarjeta: Tarjeta integrada	Tipo de pantalla: LCD o LED (opcional)	Widescreen: Sí
Tipo de unidad óptica: Opcional	Principales del procesador de frecuencia: 1,6 Hz 3,8 Hz-(Opcional)	Marca: EASTBEST
Número de modelo: EB-C345	Lugar de origen: Guangdong China (continental)	Entrada de energía: AC, 110-240 V, 50-60Hz
Sistema Soportado Oerate: XP Vista 7 o Linux	Color de la caja: Customizd	Material de la Caja: ABS
Material del marco: acero inoxidable o aluminio	Certificación: CE, FCC, RoHS	Teclado y ratón inalámbricos: Opcional
Pantalla táctil: Opcional	Mando a distancia: Opcional	Cámara incorporada: Opcional

Empaquetado y entrega

Detalle de embalaje:	Lucha contra el paro Embalaje
Detalle de la entrega:	Depende de la cantidad

Especificaciones

Mini PC de
diseño 1.New
2.Toque-control de pantalla
3.Excellent servicio post-venta

Mini PC de

Aquí están nuestros configuration común para su referencia. También podemos hacer para requisitos particulares para sus requerimientos.

LCD panel de parámetros:

Tamaño	21 pulgadas
Aspect Ratio	16:09
Área activa	306 (h) × 230 (W) mm
Definición	720 P
Resolución máxima	1024 × 768
Color	16,7 M
Brillo	250 cd/m2

equipo de configuración:

A:

CPU	Intel D525 (1,80 GHz Core, Dual)
Chipset	Intel Chipset NM 10
Gráficos	Intel GMA 3150
Audio	Realtek ALC662
RAM	2 GB DDR II 800 MHz RAM (hasta 4GB)
Network Interface Card	10/100/1000M Gigabit Ethernet Controller
Unidad de disco duro	80 G y más
Altoparlante	2 construir-en altavoces de alta calidad estéreo
Tipo de unidad	DVD-RW (opcional)
Pre-instalado OS	Windows XP / Vista / 7 / Linux (Opcional)
Fuente de alimentación	Great Wall 300 W
WiFi	Opcional
Teclado / ratón	Bluetooth traje o Plug (Opcional)
TV Tuner	Opcional
Touch Screen	Opcional

B:

CPU	AMD Athlon II 240e (2,8 g, 800 MHz FSB, Dual Core)
Chipset	AMD SB700 Chipset R780G +
Gráficos	ATI Radeon HD3200.
Audio	Realtek ACL892 8 + 2 Audio Subsistema
RAM	2 GB DDR II 800 MHz RAM (hasta 4GB)
Network Interface Card	10/100/1000M Gigabit Ethernet Controller
Unidad de disco duro	80 G y más
Altoparlante	2 construir-en altavoces de alta calidad estéreo
Tipo de unidad	DVD-RW (opcional)
Pre-instalado OS	Windows XP / Vista / 7 / Linux (Opcional)
Fuente de alimentación	Great Wall 300 W
WiFi	Opcional
Teclado / ratón	Bluetooth traje o Plug (Opcional)
TV Tuner	Opcional
Touch Screen	Opcional

C:

CPU	Intel i3 540 (3.06Ghz Core, Dual)
Chipset	Chipset Intel H55
Gráficos	Integrado con la CPU
Audio	HD 8 (7,1) Canal
RAM	2 GB DDR II 800 MHz RAM (hasta 4GB)
Network Interface Card	10/100/1000M Gigabit Ethernet Controller
Unidad de disco duro	80 G y más
Altoparlante	2 construir-en altavoces de alta calidad estéreo
Tipo de unidad	DVD-RW (opcional)
Pre-instalado OS	Windows XP / Vista / 7 / Linux (Opcional)
Fuente de alimentación	Great Wall 300 W
WiFi	Opcional
Teclado / ratón	Bluetooth traje o Plug (Opcional)
TV Tuner	Opcional
Touch Screen	Opcional

Perfil de la empresa

Información Básica

✓ Producto / servicio (vendemos):	todo en una PC, todo en uno tv, conector del cargador
Número de empleados:	101 a 200 personas

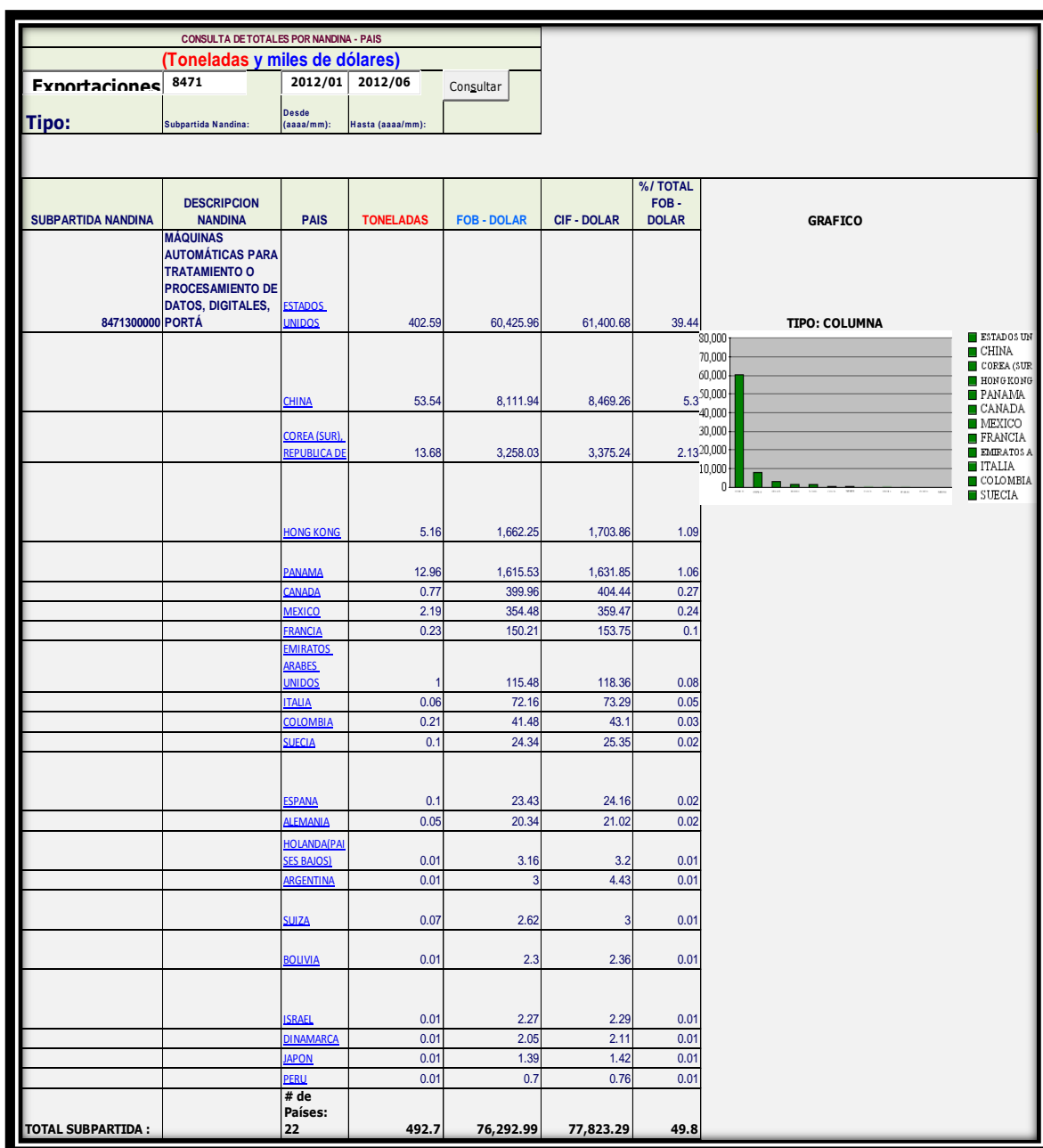
Comercio y Mercado

Principales Mercados:	América del Norte
	América del Sur
	África
	Oriente Medio
	Europa Occidental
Los clientes principales:	Europa Occidental, América del Norte
Tamaño según ventas:	EE.UU. \$ 2,5 millones - EE.UU. \$ 5 millones
Exportaciones Porcentaje:	51% - 60%

Fábrica de la información

Fábrica Tamaño (sq.meters):	1,000-3,000 metros cuadrados
Fábrica Ubicación:	K8 edificio, Yuehua zona industrial, Baoan Distrito, la ciudad de Shenzhen
Número de líneas de producción:	3
Número de Personal R & D:	Menos de 5 personas
Número de Personal QC:	5 - 10 personas
Gestión de Certificación:	ISO 9001:2000 ISO 14001:2004
Fabricación por Contrato:	Servicio del OBM ofrecido servicio de diseño ofrecido

Anexo 4: Detalles de mercado



8471410000	QUE INCLUYAN EN LA MISMA ENVOLTURA, AL MENOS, UNA UNIDAD CENTRAL DE PROCESO Y, A	ESTADOS UNIDOS	105.45	7,256.84	7,413.60	4.74
		COREA (SUR). REPUBLICA DE	1.17	319.2	323.06	0.21
		ESPANA	0.59	52.71	54.82	0.04
		CANADA	0.06	40.02	40.77	0.03
		ALEMANIA	0.35	39.22	40.6	0.03
		CHINA	0.92	32.81	34.27	0.03
		JAPON	0.07	24.75	26.13	0.02
		HOLANDA(PAIS BAJOS)	0.02	23.43	23.76	0.02
		MEXICO	0.26	23.2	24.48	0.02
		GUATEMALA	0.01	9.61	9.72	0.01
		REINO UNIDO	0.03	8.46	8.61	0.01
		HONG KONG	0.17	6.67	8.48	0.01
		ITALIA	0.45	4.35	4.62	0.01
		BRASIL	0.01	2.75	2.79	0.01
		FRANCIA	0.04	2.12	2.38	0.01
		ISRAEL	0.01	1.55	1.57	0.01
		BELGICA	0.01	1.37	1.69	0.01
		AUSTRALIA	0.02	1.3	1.55	0.01
		COLOMBIA	0.02	0.75	0.78	0.01
		PANAMA	0.04	0.65	0.77	0.01
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 20	109.62	7,851.69	8,102.21	5.13

8471490000	LAS DEMÁS PRESENTADAS EN FORMA DE SISTEMAS	ESTADOS UNIDOS	230.12	10,668.00	10,893.54	6.97
		FINLANDIA	2.17	560.85	576.5	0.37
		ALEMANIA	2.03	409.78	432.91	0.27
		ISRAEL	0.82	146.12	150.17	0.1
		DINAMARCA	0.41	108.72	111.31	0.08
		CHINA	13.56	72.67	80.21	0.05
		TAIWAN (FORMOSA)	0.06	67.94	68.75	0.05
		COREA (SUR), REPUBLICA DE	0.31	65.59	69.47	0.05
		FRANCIA	0.02	45	45.33	0.03
		MEXICO	0.21	29.01	29.96	0.02
		CANADA	0.03	16.08	17.81	0.02
		COLOMBIA	1.12	12.57	13.56	0.01
		SINGAPUR	0.06	9.67	10.3	0.01
		ITALIA	0.04	8.56	8.77	0.01
		TRINIDAD Y TOBAGO	0.17	8.29	9.09	0.01
		ESPANA	0.18	7.49	8.02	0.01
		AUSTRALIA	0.02	4.12	4.43	0.01
		URUGUAY	0.03	1.53	1.65	0.01
		BELGICA	0.03	1.08	1.18	0.01
		JAPON	0.01	0.04	0.06	0.01
		PANAMA	0.01	0	0.01	0
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 21	251.31	12,243.03	12,541.03	8

8471500000	UNIDADES DE PROCESO DIGITALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS 8471.41 U 8471.49,	ESTADOS UNIDOS	219.26	16,113.63	16,433.21	10.52
		MEXICO	26.45	1,718.08	1,832.01	1.13
		CHINA	11.05	1,597.48	1,646.31	1.05
		FRANCIA	0.74	183.64	192.09	0.12
		REINO UNIDO	0.05	145.4	146.38	0.1
		ALEMANIA	0.5	105.87	110.18	0.07
		TAILANDIA	0.07	81.3	83.18	0.06
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	0.32	79.76	81.6	0.06
		PERU	0.42	62.49	63.92	0.05
		GUATEMALA	0.06	36.05	36.64	0.03
		ESPANA	0.13	28.58	29.83	0.02
		ISRAEL	0.09	28.02	28.83	0.02
		PANAMA	1.22	23.29	25.42	0.02
		SUECIA	0.15	18.23	20.79	0.02
		HONG KONG	0.04	16.58	17.19	0.02
		FINLANDIA	0.12	14.03	16.15	0.01
		COLOMBIA	0.01	12.09	12.23	0.01
		DINAMARCA	0	11.31	11.35	0.01
		TAIWAN (FORMOSA)	0.17	8.83	10.49	0.01
		COREA (SUR), REPUBLICA DE	0.04	8.27	8.64	0.01
		BRASIL	0.06	8.24	8.66	0.01
		SINGAPUR	0.06	7.7	8.13	0.01
		ESLOVENIA	0.05	4	4.47	0.01
		INDIA	0.04	3.44	3.87	0.01
		AUSTRIA	0.02	3.08	3.22	0.01
		BELGICA	0.02	2.71	2.92	0.01
		NORUEGA	0.01	2.52	2.69	0.01
		ITALIA	0.01	1.83	1.84	0.01
		SUIZA	0.01	1.71	1.75	0.01
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 29	261.05	20,328.03	20,856.40	13.27

8471602000	TECLADOS, DISPOSITIVOS POR COORDENADAS X-Y	CHINA	105.58	807.64	853.5	0.53
		ESTADOS UNIDOS	39.2	727.24	769.09	0.48
		HONG KONG	48.44	628.63	653.49	0.42
		PERU	2.46	57.58	58.34	0.04
		PANAMA	1.36	43.91	44.53	0.03
		ESPANA	1.31	23.31	25.29	0.02
		ITALIA	0.78	14.07	14.59	0.01
		MEXICO	0.54	9.19	11.34	0.01
		ALEMANIA	0.03	8.37	8.73	0.01
		ISRAEL	0.11	6.16	6.64	0.01
		GUATEMALA	0.09	3.92	4.05	0.01
		URUGUAY	0.02	3.44	3.9	0.01
		BRASIL	0.01	2.82	2.9	0.01
		COSTA RICA	0.06	1.32	1.56	0.01
		COLOMBIA	0.04	1.28	1.45	0.01
		FRANCIA	0.01	0.8	0.81	0.01
		CANADA	0.07	0.78	1.12	0.01
		MALASIA	0.01	0.44	0.46	0.01
		SINGAPUR	0.02	0.43	0.55	0.01
		CHILE	0.01	0.32	0.34	0.01
		FILIPINAS	0.01	0.25	0.29	0.01
		COREA (SUR), REPUBLICA DE	0.02	0.15	0.28	0.01
		AUSTRIA	0.01	0.08	0.13	0.01
		VENEZUELA	0	0.02	0.03	0.01
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 24	200.08	2,342.05	2,484.17	1.53

8471609000	LAS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	45.83	2,672.98	2,761.43	1.75
		HONG KONG	14.38	175.49	186.3	0.12
		CHINA	6	103.56	111.6	0.07
		TAILANDIA	0.61	76.36	90.69	0.05
		ALEMANIA	0.22	62.28	65.53	0.05
		MEXICO	0.26	33.59	34.33	0.03
		DINAMARCA	0.01	30.4	30.72	0.02
		COREA (SUR), REPUBLICA DE	0.06	22.97	23.1	0.02
		ARGENTINA	0.38	19.19	20.23	0.02
		ESPANA	0.3	18.35	19.74	0.02
		BRASIL	0.01	16.12	16.19	0.02
		URUGUAY	0.1	14.94	15.71	0.01
		PANAMA	0.44	13.67	13.8	0.01
		IRAN, REP. ISLAMICA DEL	0.09	11.42	11.76	0.01
		HOLANDA (PAISES BAJOS)	0.01	6.77	6.89	0.01
		ISRAEL	0.01	5.72	5.98	0.01
		ITALIA	0.02	4.97	5.04	0.01
		FRANCIA	0.04	4.48	4.63	0.01
		SUIZA	0.03	4.44	4.56	0.01
		BELGICA	0.03	2.71	2.81	0.01
		CANADA	0.01	1.51	1.67	0.01
		REINO UNIDO	0.01	1.49	1.51	0.01
		COSTA RICA	0.01	1.32	1.4	0.01
		TAIWAN (FORMOSA)	0.03	0.52	0.81	0.01
		CHILE	0.02	0.32	0.85	0.01
		JAPON	0.01	0.3	0.3	0.01
		PUERTO RICO	0.01	0.22	0.27	0.01
		PERU	0.01	0.14	0.24	0.01
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 28	68.8	3,306.11	3,440.44	2.16

8471700000	UNIDADES DE MEMORIA	ESTADOS UNIDOS	170.63	17,890.26	18,268.93	11.68
		MEXICO	8.13	1,544.47	1,601.43	1.01
		HUNGRIA	6.09	988.12	1,020.11	0.65
		COLOMBIA	0.95	590.79	609.42	0.39
		HONG KONG	11.92	456.56	474.9	0.3
		INDIA	19.96	398.85	404.13	0.27
		FILIPINAS	8.71	174.61	178.94	0.12
		IRLANDA (EIRE)	0.39	174.44	181.09	0.12
		SINGAPUR	0.52	127.45	135.43	0.09
		CHINA	5.05	126.76	136.38	0.09
		TAIWAN (FORMOSA)	0.26	86.52	89.39	0.06
		ESPANA	0.06	70.6	71.72	0.05
		BELGICA	0.05	66.52	66.94	0.05
		PANAMA	1.62	61.95	63.93	0.05
		ALEMANIA	0.27	31.07	33.84	0.03
		CANADA	0.44	20.28	22.65	0.02
		EMIRATOS ARABES UNIDOS	0	11.33	11.45	0.01
		COREA (SUR), REPUBLICA DE	0.02	5.75	6.07	0.01
		ITALIA	0.02	5.62	5.72	0.01
		DINAMARCA	0.02	4.91	4.98	0.01
		FINLANDIA	0.01	3.12	3.2	0.01
		JAPON	0.01	2.92	3.01	0.01
		MALASIA	0.01	2.79	3.04	0.01
		VENEZUELA	0.02	2.71	3.02	0.01
		COSTA RICA	0.01	2.43	2.6	0.01
		PERU	0.01	2.22	2.55	0.01
		URUGUAY	0.01	2.03	2.13	0.01
		SUIZA	0.01	1.15	1.23	0.01
		CHILE	0.01	0.53	0.68	0.01
		ISRAEL	0.01	0.13	0.14	0.01
		HOLANDA (PAISES BAJOS)	0	0.11	0.17	0.01
		REINO UNIDO	0.01	0.09	0.1	0.01
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Paises: 32	235.09	22,856.94	23,412.61	14.92

8471800000	LAS DEMAS UNIDADES DE MÁQUINAS AUTOMÁTICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE	ESTADOS UNIDOS	33.37	2,824.73	2,888.23	1.85
		MEXICO	4.32	718.02	739.94	0.47
		ZONA FRANCA DE ECUADOR	2.15	351.07	354.2	0.23
		HONG KONG	1.49	270.58	291.07	0.18
		FINLANDIA	0.09	262.32	263.78	0.18
		COREA (SUR), REPUBLICA DE	0.11	254.91	257.26	0.17
		CHINA	4.11	160.64	165.4	0.11
		JAPON	0.01	39.23	39.91	0.03
		ESPANA	0.09	37.58	38.57	0.03
		ITALIA	0.93	29.62	30.22	0.02
		BELGICA	0.18	28.8	29.32	0.02
		COLOMBIA	0.43	27.02	28.42	0.02
		FRANCIA	0.06	22.12	22.88	0.02
		ISRAEL	0.1	17.54	18.09	0.02
		ALEMANIA	0.34	17.04	20.51	0.02
		CANADA	0.04	10.53	11.06	0.01
		BRASIL	0.02	7.57	7.69	0.01
		TAIWAN (FORMOSA)	0.03	6.83	7.1	0.01
		CHILE	0.1	5.55	5.79	0.01
		PERU	0.01	4.65	4.78	0.01
		SUECIA	0.01	2.4	2.41	0.01
		REINO UNIDO	0.02	2.02	2.76	0.01
		SUIZA	0.01	1.12	1.25	0.01
		VENEZUELA	0.01	0.38	0.4	0.01
		PANAMA	0.01	0.09	0.09	0.01
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 25	47.93	5,102.29	5,254.43	3.34

8471900000	LOS DEMÁS	ESTADOS UNIDOS	40.1	1,947.46	2,012.75	1.28
		CHINA	9.03	249.96	259.46	0.17
		JAPON	0.07	139.31	141.51	0.1
		ALEMANIA	0.48	135.36	139.76	0.09
		SUECIA	0.25	87.32	90.09	0.06
		COREA (SUR)				
		REPUBLICA DE	0.25	70.36	71.22	0.05
		MEXICO	0.28	47.09	47.86	0.04
		ITALIA	0.3	41.4	43.7	0.03
		HOLANDA (PAISES BAJOS)	0.04	37.61	37.94	0.03
		HONG KONG	0.36	32.25	37.04	0.03
		COLOMBIA	0.09	25.52	25.92	0.02
		BRASIL	0.12	19.17	20.01	0.02
		FRANCIA	0.03	13.93	14.7	0.01
		TAIWAN (FORMOSA)	0.08	8.67	9.73	0.01
		SUIZA	0.01	6.02	6.15	0.01
		PANAMA	0.07	5.47	5.6	0.01
		TAILANDIA	0.03	5.31	5.36	0.01
		ESPANA	0.1	4.2	4.92	0.01
		URUGUAY	0.03	3.85	4.36	0.01
		CANADA	0.03	3.7	3.88	0.01
		AUSTRALIA	0.02	2.87	3.44	0.01
		DINAMARCA	0.04	2.24	2.33	0.01
		NUEVA ZELANDA	0	1.55	1.65	0.01
		COSTA RICA	0.06	1.39	1.62	0.01
		REPUBLICA CHECA	0.01	0.49	0.56	0.01
		ISRAEL	0	0.07	0.09	0.01
		INDIA	0.01	0.04	0.12	0.01
		FILIPINAS	0.01	0.01	0.02	0.01
		# de Países:				
		28				
TOTAL SUBPARTIDA :			51.76	2,892.49	2,996.91	1.89

TOTAL GENERAL:			1,718.29	153,215.60	156,757.54	100
-----------------------	--	--	-----------------	-------------------	-------------------	------------