

1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1.1. LA IDEA

La idea de iniciar la actividad empresarial surge de la creciente demanda de productos de tecnología, en particular componentes para ordenadores y periféricos, que han experimentado un auge en los últimos años debido al teletrabajo, los estudios online y el entretenimiento digital. La falta de un establecimiento especializado en la ciudad de León que ofrezca tanto productos de alta calidad como un servicio técnico cercano y especializado ha motivado la creación de este proyecto. La empresa se orientará a la venta de componentes de PC, accesorios y periféricos, así como a la prestación de servicios relacionados con la reparación, configuración y personalización de equipos informáticos. La idea es proporcionar a los clientes un lugar de referencia donde puedan encontrar tanto productos de marcas reconocidas como un servicio integral y personalizado.

1.2. BREVE PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES

Los promotores del proyecto cuentan con una formación técnica en ingeniería informática y experiencia de más de cinco años en el sector de la tecnología, trabajando tanto en el desarrollo de software como en el ensamblaje y reparación de equipos informáticos. Además, uno de los promotores tiene formación en administración de empresas, lo que les ha permitido adquirir conocimientos en gestión empresarial, marketing y estrategia comercial. Esta combinación de formación técnica y empresarial les otorga una ventaja competitiva en la gestión del negocio, permitiendo no solo ofrecer productos de alta calidad sino también un servicio de atención al cliente excepcional y eficiente. La experiencia del equipo en la industria les ha permitido conocer las necesidades del mercado local y prever las tendencias de consumo.

1.3. CRITERIOS SEGUIDOS PARA LA UBICACIÓN DE LA ACTIVIDAD

La elección de **Granada** como ubicación se basa en varios factores clave:

- **Cercanía al cliente:** Granada, con su población diversa, especialmente estudiantes y pequeñas empresas, ofrece una gran demanda de productos y servicios informáticos, siendo una ciudad con gran afluencia de público.
- **Zonas de tránsito y conectividad:** La ubicación se ha elegido en una zona bien comunicada, lo que facilita el acceso tanto para clientes como para proveedores y optimiza la logística.
- **Cercanía a proveedores:** Granada tiene acceso a proveedores nacionales e internacionales de tecnología, lo que permite una rotación eficiente de stock y negociación de precios competitivos.
- **Coste de alquileres:** Comparado con otras grandes ciudades, el coste de alquiler en Granada es más bajo, lo que permite una mayor rentabilidad al reducir los gastos fijos.
- **Apoyos locales:** Existen iniciativas municipales y regionales de apoyo a emprendedores, lo que facilita el desarrollo del negocio.
- **Mano de obra cualificada:** Granada cuenta con una amplia oferta educativa en el sector tecnológico, lo que facilita la contratación de personal especializado a un coste competitivo.

2.1. DELIMITACIÓN DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR

La empresa se dedica a la venta de **componentes y accesorios para ordenadores**, así como a la prestación de **servicios relacionados con la reparación, ensamblaje y personalización de PCs**. El mercado objetivo está compuesto principalmente por particulares, estudiantes, pequeños emprendedores y pequeñas empresas en **Granada** y sus alrededores, que buscan mejorar o actualizar sus equipos informáticos.

Productos y Servicios:

- **Productos:**
 1. **Componentes para PCs:** Placas base, procesadores, tarjetas gráficas, memorias RAM, discos duros, unidades SSD, fuentes de alimentación, sistemas de refrigeración y carcasas.
 2. **Periféricos y accesorios:** Teclados, ratones, monitores, auriculares, cámaras web, micrófonos, y cables diversos.
 3. **Software:** Sistemas operativos, programas de edición, antivirus y utilidades informáticas.
- **Servicios:**
 1. **Reparación y mantenimiento de equipos:** Diagnóstico, reparación de hardware y software, optimización del sistema.
 2. **Ensamblaje personalizado de PCs:** Construcción de PCs a medida según las necesidades del cliente (gaming, trabajo profesional, etc.).
 3. **Consultoría y asesoría tecnológica:** Orientación para la selección de componentes y configuración de equipos.

Características de los productos:

- **Calidad:** Se ofrecerán productos de marcas reconocidas en el mercado, como Intel, AMD, Nvidia, Corsair, ASUS, entre otras, garantizando la fiabilidad y durabilidad de los componentes.
- **Presentación y diseño:** Los productos serán presentados en su embalaje original, asegurando la integridad del producto y su correcta exposición en tienda, con opciones para compra en línea con entrega a domicilio. Los accesorios y periféricos se presentarán con un diseño atractivo y moderno.
- **Etiquetado y envasado:** Los productos estarán correctamente etiquetados con información clara sobre características, compatibilidad, y garantía, cumpliendo con las normativas legales.

Aspectos legales:

- La empresa se encargará de cumplir con todas las normativas locales sobre comercio y venta de productos tecnológicos. Esto incluye **licencias de actividad**, **registro de la empresa** y cumplir con las leyes de **protección al consumidor**.
- Los productos comercializados tendrán las correspondientes **garantías** de acuerdo con la legislación española y europea.
- En cuanto a los **servicios** de reparación y ensamblaje, la empresa proporcionará **presupuestos previos** a los clientes y asegurará el cumplimiento de las normativas de seguridad y protección de datos.

Comparación con la competencia:

- A diferencia de la competencia local, que generalmente se enfoca en la venta de productos en grandes cantidades o en servicios más generales, nuestra empresa se diferenciará por ofrecer una **atención al cliente personalizada, asesoramiento técnico especializado y productos de alta calidad**.
- Además, ofreceremos servicios como el **ensamblaje a medida y consultoría tecnológica**, algo que no es común entre los comercios de informática en Granada.

Evolución y cambios futuros:

- A medida que la demanda por componentes de PC especializados (para gaming, diseño 3D, y edición de video) crezca, la empresa planea incorporar **nuevas líneas de productos** más avanzados, así como expandir sus servicios de **personalización de equipos**.
- Se prevé la **adaptación al mercado de la inteligencia artificial**, con la oferta de equipos optimizados para estas tecnologías, así como el **aumento de la venta online** para atender una clientela más amplia fuera de Granada.
- A largo plazo, la empresa podría ampliar su catálogo con **productos relacionados con la domótica y la inteligencia artificial aplicada a hogares y oficinas**, siguiendo las tendencias tecnológicas emergentes.

2.2. ASPECTOS NOVEDOSOS DEL PRODUCTO O SERVICIO, DE SU PRODUCCIÓN O COMERCIALIZACIÓN

El **aspecto novedoso** de la empresa radica en su **enfoque integral y personalizado**, que la diferencia de la competencia local en el sector de componentes para PC y servicios informáticos. Algunos de los aspectos que hacen único este proyecto incluyen:

- **Asesoramiento personalizado y a medida:** A diferencia de otros comercios que simplemente venden productos, nuestra empresa se centrará en ofrecer una **experiencia personalizada** para cada cliente. Esto incluye **asesoramiento técnico especializado** sobre la configuración de componentes y la construcción de PCs a medida, adaptados a las necesidades específicas de los usuarios, ya sea para gaming, diseño gráfico o trabajo profesional.
- **Servicio integral:** Ofreceremos no solo la venta de productos, sino también **servicios de reparación, optimización y ensamblaje** de PCs, creando una relación a largo plazo con los clientes, quienes podrán confiar en nosotros para mantener y mejorar sus equipos a lo largo del tiempo.
- **Venta online con entrega personalizada:** Aunque la venta online es común, la empresa se diferenciará por ofrecer un **servicio de atención al cliente proactivo**, con asesoramiento a distancia y envíos rápidos. Además, los clientes podrán **personalizar sus pedidos online**, asegurando que sus componentes se ajusten perfectamente a sus necesidades.
- **Calidad y garantía:** La empresa trabajará únicamente con **marcas de alta calidad** y ofrecerá garantías extendidas en productos y servicios, lo que proporciona a los clientes una seguridad adicional que no siempre se encuentra en competidores más grandes.

2.3. SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR EN EL QUE SE VA A DESARROLLAR LA ACTIVIDAD

El sector de la **tecnología informática y componentes para PC** se encuentra en una fase de crecimiento continuo, impulsado por diversas tendencias y factores clave:

- **Tendencias generales:**
 1. **Auge del gaming:** El mercado de los videojuegos sigue creciendo, lo que lleva a un aumento en la demanda de **componentes de alto rendimiento** como tarjetas gráficas, procesadores y sistemas de refrigeración. Este segmento es uno de los más rentables para el negocio.
 2. **Teletrabajo y educación online:** La pandemia aceleró la adopción de **tecnologías de trabajo remoto**, impulsando la demanda de ordenadores y equipos para home office, especialmente aquellos que pueden ofrecer un buen rendimiento en aplicaciones de videoconferencia, edición de documentos y otros programas de productividad.
 3. **Avances en tecnología de hardware:** Con el crecimiento de las tecnologías de **inteligencia artificial y realidad virtual**, se espera una evolución de los productos tecnológicos, lo que llevará a una **nueva demanda de componentes** específicos para estos avances.
- **Factores que influyen en el sector:**
 1. **Innovación constante:** La rápida evolución de la tecnología influye en la continua demanda de nuevos componentes y dispositivos, lo que obliga a las empresas del sector a mantenerse al día con las últimas innovaciones.
 2. **Escasez de semiconductores:** La pandemia y otros factores globales han afectado la producción y distribución de algunos componentes, especialmente tarjetas gráficas y chips. Esta escasez crea tanto oportunidades como retos en términos de precios y disponibilidad.
- **Volumen y localización:** El mercado de **componentes para PC y accesorios** tiene un gran volumen, pero la competencia en grandes ciudades puede ser feroz. Sin embargo, **Granada** es una ciudad de tamaño mediano con un mercado **potencialmente menos saturado** que en otras áreas, lo que presenta una oportunidad para capturar una cuota de mercado local. Además, al estar cerca de la Universidad de Granada y otras instituciones, hay una base de clientes constante que busca actualizar o personalizar sus equipos informáticos.
- **Estacionalidad:**
 1. Los **periodos de mayor venta** suelen ser durante la temporada de **vuelta al colegio (septiembre y octubre)**, las festividades navideñas y los **Black Friday y rebajas de verano**, donde los consumidores buscan aprovechar las ofertas.
 2. Los **periodos de menor venta** suelen coincidir con el verano, cuando los usuarios no suelen hacer tantas actualizaciones de equipos.
- **Tecnología:**

La tecnología en este sector sigue avanzando rápidamente, especialmente con el **desarrollo de nuevos procesadores y tarjetas gráficas** que aumentan el rendimiento de los equipos. Además, la expansión de la **realidad virtual** y el **big data** traerán nuevas necesidades de hardware especializado.

- **Canales de distribución:**

El canal de **distribución principal** será una combinación de ventas **físicas y online**. La tienda física será clave para captar clientes locales, mientras que la tienda online será fundamental para alcanzar una audiencia más amplia, con envíos a nivel nacional. La **venta directa al cliente** mediante plataformas propias y colaboraciones con grandes marketplaces permitirá alcanzar diversas audiencias.

2.4. IDENTIFICACIÓN DE LOS CLIENTES POTENCIALES

Clientes particulares:

- **Edad:** Principalmente entre **18 y 45 años**, con énfasis en **jóvenes adultos** (18-30 años), estudiantes y profesionales.
- **Sexo y nivel adquisitivo:** Hombres y mujeres, con un poder adquisitivo **medio y medio-alto**, que buscan **productos de calidad** a buen precio, especialmente para **gaming, teletrabajo y educación online**.
- **Dónde viven:** Residentes en **Granada** y sus alrededores, con una posible expansión online.
- **Motivaciones de compra:** Necesidad de **actualización de equipos y personalización**, buscando productos de alto rendimiento y servicios como **reparación y optimización**. Compran principalmente por **internet**, pero también en tienda física.

Clientes empresariales (B2B):

- **Tipo de empresas:** Pequeñas y medianas empresas (PYMEs) del sector tecnológico, marketing, diseño gráfico y similares, con **2-10 años** en el mercado.
- **Proveedores actuales:** Trabajan con distribuidores mayoristas, pero buscan opciones especializadas.
- **Motivaciones de compra:** Prioridad en **calidad y servicio**, con una alta necesidad de **mantenimiento y renovación** de equipos. Buscan **agilidad en el servicio y soporte postventa**.

Estrategias de contacto:

- Para **particulares**, se usará marketing digital enfocado en **asesoramiento personalizado** y promociones.
- Para **empresas**, se hará **contacto directo** con ofertas **corporativas** y servicios **personalizados**.

2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Empresas competidoras:

En Granada y sus alrededores existen varias empresas que ofrecen productos y servicios similares, tanto en venta de **componentes de PC** como en **servicios de reparación y ensamblaje**. Entre los principales competidores se encuentran:

1. **Grandes cadenas de distribución de tecnología** como **MediaMarkt y PCComponentes**, que venden productos informáticos y accesorios de marcas

reconocidas. Estas empresas tienen presencia tanto física como online, lo que les permite captar un gran volumen de clientes.

2. **Tiendas locales especializadas** en informática, que ofrecen productos y servicios similares, pero a menor escala, con una atención más personalizada. Estas tiendas suelen tener una base de clientes local, pero su capacidad de oferta es limitada.
3. **Empresas online** como **Amazon** o **Aliexpress**, que ofrecen una amplia gama de productos informáticos con precios competitivos, pero carecen de servicios personalizados como el ensamblaje y reparación de equipos.

Estrategias de marketing de la competencia:

- **Grandes cadenas:** Utilizan campañas agresivas de **descuentos** y promociones durante temporadas de alto consumo, como **Black Friday** y **Navidad**. Su principal estrategia es la **oferta masiva** y el **marketing digital**, alcanzando a un gran número de clientes a través de anuncios en línea, redes sociales y plataformas de búsqueda.
- **Tiendas locales:** Se centran en el **boca a boca** y en una **atención personalizada**, buscando fidelizar a los clientes locales mediante recomendaciones directas y relaciones duraderas. Algunas también tienen presencia online, pero suelen estar limitadas por su menor capacidad de distribución.
- **Empresas online:** Su estrategia se basa en **precios bajos** y **gran variedad de productos**, a menudo a través de **envíos rápidos** y servicios de **devolución** flexibles. Carecen de servicios especializados, como asesoramiento técnico o personalización de equipos.

Clientes de la competencia:

- Las **grandes cadenas** atraen principalmente a **clientes masivos** que buscan **precios competitivos** y la **comodidad de la compra online**.
- Las **tiendas locales** tienen una base de clientes más **fidelizada**, generalmente personas que prefieren el contacto directo y la personalización.
- **Amazon** y **Aliexpress** atraen a consumidores que priorizan el **precio bajo** y la **comodidad de comprar desde casa**.

Tiempo en el mercado:

- **MediaMarkt** y **PCComponentes** tienen **más de 10 años** en el mercado, con una presencia consolidada tanto física como online.
- Las **tiendas locales** llevan operando entre **5 y 10 años**, y suelen ser negocios familiares con una clientela más pequeña pero fiel.
- **Amazon** y **Aliexpress** tienen una **presencia global**, con años de experiencia en venta online.

Imagen de la competencia:

- Las **grandes cadenas** como **MediaMarkt** son vistas como empresas de **gran fiabilidad** pero con una oferta menos personalizada.
- Las **tiendas locales** tienen una imagen de **cercanía** y **atención personalizada**, pero con una oferta limitada en comparación con las grandes marcas.

- **Amazon y Aliexpress** son conocidos por sus **precios bajos** y **gran variedad**, pero la imagen es más impersonal y con menor enfoque en servicios postventa.

Aspecto	Ventajas del Proyecto	Desventajas del Proyecto
Atención personalizada	Ofrecemos un servicio más personalizado , con asesoramiento técnico y productos a medida .	La competencia de grandes cadenas no ofrece un trato tan cercano ni personalizado.
Variedad de productos	Productos especializados y opciones de personalización que no siempre están disponibles en grandes cadenas.	Oferta limitada de productos comparado con grandes competidores como MediaMarkt o Amazon .
Servicios postventa	Proporcionamos mantenimiento, reparación y soporte técnico especializado.	Algunas tiendas locales ofrecen estos servicios, pero no con la misma capacidad de respuesta ni tecnología.
Ubicación local	La tienda física en Granada nos permite ofrecer un trato directo y personalizado a los	Las grandes cadenas tienen más puntos de venta y mayor presencia física en todo el país.

	clientes locales.	
Precios	Competimos con precios competitivos sin sacrificar la calidad ni el servicio.	No podemos competir en precios bajos de productos masivos como lo hacen Amazon o PCComponentes .

Posibles acciones ante las desventajas:

Atención personalizada:

- **Acción:** Seguir destacando el **asesoramiento técnico** y la **personalización de productos** como un valor clave, ya que las grandes cadenas no pueden ofrecer un trato tan cercano.
- **Beneficio:** Generar una **fidelización** fuerte entre los clientes que valoran el trato personalizado y la asesoría experta.

Variedad de productos:

- **Acción:** Ampliar la oferta con **productos especializados** y opciones de **personalización**, buscando alianzas con proveedores que no estén fácilmente disponibles en grandes cadenas.
- **Beneficio:** Atraer a clientes que buscan algo más allá de los productos estándar de las grandes marcas, centrados en **nichos específicos**.

Servicios postventa:

- **Acción:** Aprovechar nuestra **capacidad de respuesta rápida** y **tecnología avanzada** para ofrecer **mantenimiento** y **reparación** con un nivel de servicio que las tiendas locales no pueden igualar.
- **Beneficio:** Crear una **diferenciación clara** con la competencia en cuanto a soporte postventa, haciendo de este servicio un factor decisivo para los clientes.

Ubicación local:

- **Acción:** Maximizar la ventaja de estar ubicados en **Granada**, ofreciendo un **trato directo y personalizado**. Además, potenciar la presencia **online** para llegar a más clientes fuera de la zona local.

- **Beneficio:** Atraer a los clientes que prefieren comprar en una tienda local con un trato cercano, sin perder la oportunidad de alcanzar un público más amplio mediante venta online.

Precios:

- **Acción:** Aunque no podemos competir con los precios extremadamente bajos de **Amazon** o **PCComponentes**, podemos ofrecer **precios competitivos** sin sacrificar **calidad** ni **servicios**. Implementar ofertas y promociones exclusivas para **clientes recurrentes** o **compras grandes**.
- **Beneficio:** Atraer a clientes que buscan **buena calidad** con un **precio razonable** y valoran el servicio adicional que ofrecemos.

2.6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El producto se comercializará a través de los siguientes canales de distribución:

1. **Venta directa:** La tienda física en Granada permitirá a los clientes comprar directamente en el local, con atención personalizada y asesoramiento técnico.
2. **Tienda online:** A través de nuestra página web, los clientes podrán comprar productos de manera cómoda, con un proceso de compra rápido, envío a domicilio y opción de soporte online.
3. **Marketplaces:** Para aumentar nuestra visibilidad y llegar a más clientes, se establecerán alianzas con plataformas de venta como **Amazon** o **eBay**, lo que permitirá ofrecer nuestros productos en un canal de gran alcance.
4. **Distribuidores locales y tiendas especializadas:** Colaboraremos con distribuidores y tiendas locales especializadas en tecnología o productos informáticos, ampliando la disponibilidad de nuestros productos en otras regiones fuera de Granada.
5. **Prescriptores:** Buscaremos que **influencers** y **expertos** en tecnología recomienden nuestros productos a través de **redes sociales** y **canales de YouTube**, creando una **comunidad de clientes** que confíen en sus recomendaciones.

2.7. PUBLICIDAD, PROMOCIÓN E IMAGEN DE LA EMPRESA I

Imagen de la empresa:

La imagen se centra en transmitir **confianza**, **especialización** y **cercanía**, destacando la experiencia en componentes informáticos y el trato personalizado en Granada. El nombre "PC Components Granada" refleja nuestra **especialización** y **ubicación local**, lo que nos permite ofrecer un enfoque más cercano a los clientes.

Acciones comerciales previstas:

1. **Campañas publicitarias:**
 - **Online:** Google Ads, Facebook Ads, y SEO para atraer clientes a la tienda online.

- **Offline:** Publicidad en medios locales (prensa, radio) y folletos en zonas clave de Granada.
- 2. **Promociones:** Descuentos especiales y ofertas de 2x1 durante **Black Friday, Navidad y Vuelta al cole**, además de descuentos para clientes recurrentes o compras grandes.
- 3. **Medios:** Combinación de **medios digitales** (redes sociales, email marketing) y **medios tradicionales** (radio, prensa, vallas publicitarias).
- 4. **Decoración y papelería:** Tienda con decoración moderna en colores **azul, gris y negro** para transmitir profesionalismo. Papelería coherente con la imagen de la empresa.
- 5. **Ropa de trabajo:** Uniformes con el **logotipo** de la empresa, cómodos y profesionales, para mayor reconocimiento de marca.

Meses clave para las acciones:

- **Enero - Marzo:** Promociones de inicio de año y nuevos productos.
- **Mayo - Junio:** Preparación de promociones de verano y vuelta al cole.
- **Septiembre - Octubre:** Campañas pre-navidad y Black Friday.
- **Noviembre - Diciembre:** Promociones especiales de Navidad.

○

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Papelería	€500	€600	€700
Publicidad en medios de comunicación	€3,00	€4,00	€5,00
Carteles, buzoneo y mailing	€1,50	€1,80	€2,10
Regalos publicitarios (bolígrafos, calendarios, etc.)	€800	€900	€1,00
Promoción de ventas (descuentos, muestras, etc.)	€2,00	€2,50	€3,00
Ropa de empresa	€1,00	€1,20	€1,40
Rotulación de vehículos de empresa	€1,20	€1,20	€1,20
Internet	€1,50	€1,80	€2,10
Otros	€500	€600	€700

TOTAL	€12,00	€14,60	€17,20
-------	--------	--------	--------

El presupuesto contempla un aumento progresivo en varias partidas para apoyar el crecimiento del negocio.

- **Papelería:** Se destinan €500 el primer año para material corporativo (tarjetas, sobres, papel membretado), aumentando a €700 en el tercer año.
- **Publicidad en medios:** Se invertirán €3,000 en el primer año en anuncios en prensa, radio y TV, incrementándose a €5,000 en el tercer año.
- **Carteles, buzoneo y mailing:** La inversión inicial de €1,500 en materiales promocionales subirá a €2,100.
- **Regalos publicitarios:** Se asignarán €800 para artículos promocionales como bolígrafos y calendarios, con un leve aumento a €1,000.
- **Promoción de ventas:** Se destinan €2,000 en el primer año para descuentos y muestras, aumentando hasta €3,000.
- **Ropa de empresa:** Se invertirán €1,000 en uniformes, llegando a €1,400 en el tercer año.
- **Rotulación de vehículos:** Se mantiene en €1,200 anuales.
- **Internet:** Se destinan €1,500 para presencia digital, aumentando a €2,100 en el tercer año.
- **Otros gastos:** Se reservan €500 inicialmente, aumentando a €700.

2.9. CRITERIOS SEGUIDOS PARA FIJAR LOS PRECIOS

Costes directos e indirectos: Incluirán los costes de compra, transporte, almacenamiento, salarios, alquiler, y otros gastos generales.

Costes unitarios: Se calculará el coste total de cada producto sumando los costes directos e indirectos, aplicando un margen de beneficio adecuado.

Precios medios de mercado: Se analizarán los precios de competidores como **Amazon** y **PCComponentes** para garantizar competitividad.

Poder adquisitivo de los clientes: Los precios se ajustarán según los diferentes segmentos de clientes, buscando accesibilidad para el público general y precios más altos para nichos especializados.

Estrategia de precios competitivos: Se aplicarán precios razonables, basados en la **relación calidad-precio**, con **descuentos y promociones** para incentivar compras y fidelizar clientes.

Producto	Precio 1	Precio 2	Precio 3	Precio 4	Precio 5	Descuento (%)	Precio Final
Placas base	€150	€120	€90	€130	€100	30%	€130
Procesadores	€200	€160	€120	€170	€140	21%	€170
Tarjetas gráficas	€300	€250	€200	€260	€220	18%	€260
Memorias RAM	€50	€40	€30	€45	€35	29%	€45
Discos duros	€60	€50	€40	€55	€45	22%	€55
Unidades SSD	€80	€60	€40	€70	€55	27%	€70
Fuentes de alimentación	€70	€50	€30	€60	€45	33%	€60
Sistemas de refrigeración	€40	€30	€20	€35	€25	40%	€35
Teclados	€30	€20	€10	€25	€15	67%	€25
Ratones	€20	€15	€10	€18	€12	50%	€18
Monitores	€200	€150	€100	€170	€130	31%	€170
Auriculares	€50	€30	€20	€40	€25	60%	€40
Cámaras web	€30	€20	€10	€25	€15	67%	€25
Micrófonos	€40	€30	€20	€35	€25	40%	€35
Cables diversos	€10	€5	€3	€8	€4	100%	€8
Reparación y mantenimiento de equipos	€100	€80	€60	€90	€70	29%	€90
Ensamblaje personalizado de PCs	€200	€150	€100	€180	€140	29%	€180
Consultoría y asesoría tecnológica	€50	€40	€30	€45	€35	29%	€45

2.10. CÁLCULO Y PREVISIÓN DE LA CIFRA DE VENTAS EN BASE AL ESTUDIO DE MERCADO REALIZADO

Producto	Cantidad	Importe unitario	Coste unitario de la venta	Total ventas si iva	Coste de la venta
Placas base	500	130,00 €	100,00 €	65,00 €	50,00 €
Procesadores	400	170,00 €	140,00 €	68,00 €	56,00 €
Tarjetas gráficas	300	260,00 €	220,00 €	78,00 €	66,00 €
Memorias RAM	600	45,00 €	35,00 €	27,00 €	21,00 €
Discos duros	700	55,00 €	45,00 €	38,50 €	31,50 €
Unidades SSD	400	70,00 €	55,00 €	28,00 €	22,00 €
Fuentes de alimentación	500	60,00 €	45,00 €	30,00 €	22,50 €
Sistemas de refrigeración	300	35,00 €	25,00 €	10,50 €	7,50 €
Teclados	800	25,00 €	15,00 €	20,00 €	12,00 €
Ratones	900	18,00 €	12,00 €	16,20 €	10,80 €
Monitores	200	170,00 €	130,00 €	34,00 €	26,00 €
Auriculares	500	40,00 €	25,00 €	20,00 €	12,50 €
Cámaras web	400	25,00 €	15,00 €	10,00 €	6,00 €
Micrófonos	300	35,00 €	25,00 €	10,50 €	7,50 €
Cables diversos	1.000	8,00 €	4,00 €	8,00 €	4,00 €
Reparación y mantenimiento de equipos	500	90,00 €	70,00 €	45,00 €	35,00 €
Ensamblaje personalizado de PCs	200	180,00 €	140,00 €	36,00 €	28,00 €
Consultoría y asesoría tecnológica	300	45,00 €	35,00 €	13,50 €	10,50 €

Criterios utilizados para determinar la cifra de ventas • Observaciones/explicaciones de la cifra de ventas:

1. **Análisis de Mercado:** Se ha estudiado la demanda de componentes de PC, accesorios y servicios en Granada, enfocándose en estudiantes, pequeñas empresas, emprendedores y particulares.

2. **Demanda Estimada:** Se han considerado las tendencias de consumo y la estacionalidad (vuelta al colegio, navidad, Black Friday, etc.) para estimar las ventas.
3. **Precios de Productos y Servicios:** Los precios se han fijado competitivamente, equilibrando calidad y coste para atraer a clientes que buscan buena relación calidad-precio.
4. **Coste Unitario de la Venta:** Se ha calculado el coste de cada producto, considerando materiales, mano de obra y otros gastos, para asegurar rentabilidad.
5. **Estrategias de Marketing y Distribución:** Se han planificado campañas publicitarias online y offline, con ventas tanto físicas como online, y colaboración con marketplaces para aumentar el alcance.
6. **Apoyo Local e Iniciativas Municipales:** Se ha considerado el apoyo local y regional para emprendedores, que puede favorecer el crecimiento del negocio.

Observaciones:

- La **estimación de ventas** es conservadora, debido a la competencia y la escasez de semiconductores.
- Se ha calculado un **margen de beneficio adecuado** para asegurar la rentabilidad.
- Se espera un **crecimiento del 10% en ventas** para el segundo año, reflejando el crecimiento y consolidación de la marca.
- La **estrategia de ventas** es flexible y se ajustará según el mercado y las necesidades de los clientes.

- Estacionalidad.

Mayor Venta:

- **Septiembre y Octubre:** Vuelta al colegio, con demanda de nuevos equipos informáticos.
- **Navidad:** Regalos tecnológicos como tarjetas gráficas, procesadores y auriculares.
- **Black Friday y Rebajas de Verano:** Gran demanda debido a las ofertas y descuentos.

Menor Venta:

- **Verano (Julio y Agosto):** Disminución de la demanda por las vacaciones.

- Formas y plazos de cobro.

- **Pago en Efectivo:** Para compras en la tienda física, rápido y directo.
- **Tarjeta de Crédito/Débito:** Disponible en tienda y online, segura y cómoda.
- **Transferencia Bancaria:** Ideal para compras online y pedidos personalizados.
- **Plataformas de Pago Online:** Como PayPal o Stripe, útiles para pagos internacionales.
- **Financiación:** Disponibles para compras de mayor valor, con cuotas mensuales.

Plazos de Cobro:

- **Pago Inmediato:** Para transacciones de bajo valor, asegurando un flujo de caja saludable.
- **Pago a 30 Días:** Para clientes B2B regulares con buena relación crediticia.
- **Plan de Financiación:** Plazos de hasta 12 meses para compras mayores, con evaluación de solvencia del cliente.

Explicación breve del régimen de IVA aplicable:

Tipo de IVA: 21% para la mayoría de productos y servicios, como componentes para PCs, periféricos, software y servicios técnicos (reparación, ensamblaje, consultoría).

Excepciones: No hay excepciones o reducciones aplicables en este caso.