

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN DE ECONOMÍA EMPRESARIAL

**ANÁLISIS DE MERCADO PARA CONOCER LAS PREFERENCIAS DE
CONSUMIDORES DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y DETERMINAR LA
ACEPTABILIDAD DE ADQUIRIR ESTOS EQUIPOS MEDIANTE INTERNET**

Trabajo especial de grado para optar al grado de especialista en Economía Empresarial

AUTOR: Enzo S. Biancardi T.
C.I. 14.481.475
ASESOR: Prof. Vincenzo Ruggiero

MARZO 2008

INTRODUCCIÓN

El propósito de nuestro estudio es hacer un análisis de mercado para conocer la existencia de un mercado cautivo que merece especial atención como lo es la venta, vía electrónica, de equipos de computación. Asumiendo que es uno de los negocios más volátiles en la actualidad y por estar compuesto por clientes que se hacen más exigentes con el transcurso del tiempo, es importante contar con el conocimiento para satisfacer los hábitos de compra a través de la lectura de las diversas herramientas que nos indicaran las preferencias de los consumidores en este ramo de la industria tecnológica.

Cumplir con las expectativas a la hora de adquirir alguno de estos equipos de computación, desde armar un PC personal o satisfacer los requerimientos de alguna empresa en busca de esta tecnología, dar soporte técnico al momento de la compra o algún mantenimiento son argumentos esenciales para llevar a cabo nuestro proyecto.

Indagar, conocer, evaluar y analizar preferencias y costumbres sobre este mercado nos suministrara las directrices necesarias para la viabilidad de esta nueva empresa.

Adicionalmente no todos los mercados son iguales. Tomar como referencia las características de los consumidores de equipos de computación de otros países donde ha tenido éxito las ventas de equipos de computación a través de internet no hace que necesariamente se pueda inferir que en un mercado como el venezolano pueda funcionar. Por lo que se debe realizar un análisis de mercado para conocer si se dan las condiciones necesarias para que este tipo de negocios se dé exitosamente.

Al realizar este análisis se puede obtener, adicionalmente, información de oportunidades que existen en este mercado cautivo que puedan dar valor agregado a la empresa de computación.

A continuación se desarrollan en los próximos cinco capítulos el análisis de mercado. En el Capítulo I se desarrollarán el planteamiento del problema, los objetivos generales, objetivos específicos, justificaciones y limitaciones de la investigación.

En el Capítulo II se desarrolla el Marco Teórico que consta de los antecedentes históricos de los principales proveedores de equipos de computación en el mundo, se resumirán los conceptos de los términos relativos en el mundo de las computadoras, y las leyes y o reglamentos relacionados con el trabajo de investigación.

En el Capítulo III se desarrolla el Marco Metodológico, se define la población, la muestra y su tamaño, y los tipos de investigación realizada.

En el Capítulo IV se desarrolla el Análisis de Resultado, tanto los cualitativos como los cuantitativos.

Para culminar con el Capítulo V donde se despliega las conclusiones y recomendaciones resultado de la investigación.

CAPÍTULO I

1.- Planteamiento del problema:

Debido al crecimiento del consumo de computadores personales a nivel nacional, particularmente en el área Metropolitana de Caracas y también de la variedad de comercios dedicados a la ventas de los mismos, se ha evidenciado que para competir en precios se han bajado los estándares de calidad en las piezas con las que se arman estos computadores, sin contar con el bajo valor agregado en sus servicios.

De acuerdo a la situación en este mercado se decide crear el servicio de ventas de equipos de computación vía electrónica (mediante Internet). Esto permitirá diferenciarnos de los demás, debido a que como no tenemos costos para mantener establecimientos fijos podremos ofrecer costos competitivos a la vez de ofrecer un excelente servicio. Adicionalmente mediante la página web se ofrecerá información detallada del producto así como de cada componente que se seleccione para armar el computador, es decir, se mostrará la marca de cada componente y sus ventajas comparativas, de ese modo el cliente sabrá elegir los componentes del computador a la vez que sabrá por qué los está eligiendo.

Los envíos de estos computadores se hará utilizando envío a domicilio u oficina. Y si el cliente lo requiere podrá solicitar el servicio de instalado del equipo en el hogar u oficina.

En busca de soluciones prácticas para las empresas, se les ofrecerá el servicio de alquiler de equipos de computación, esto les permitirá evitar obtener excesos de activos de rápida obsolescencia, a la vez que pueden disminuir este gasto del impuesto sobre la renta.

En un primer momento estos servicios solo aplicarán en el área Metropolitana de caracas, donde una vez probado y mejorado el conocimiento del negocio se buscará la ampliación de la marca a nivel nacional.

Es necesario un análisis de mercado para determinar si una empresa que ofrezca servicios de ventas de equipos de computación a través de internet, donde su diferenciador adicional es el servicio de calidad puede tener el éxito esperado en un mercado como el venezolano donde existe control de cambio de divisas, tasas de interés reguladas, inflación anual de 2 dígitos.

2.- Objetivos Generales:

Analizar el mercado venezolano para conocer las preferencias de los consumidores de equipos de computación, y determinar la aceptabilidad de adquirir estos equipos mediante internet sin necesidad de dirigirse a un establecimiento fijo, y con los resultados obtenidos evaluar si es factible establecer una compañía dedicada a este fin para satisfacer las necesidades individuales y empresariales en este ramo en un plazo de seis meses a un año.

3.- Objetivo específico:

A continuación se dan a conocer los 8 objetivos específicos a tratarse:

- Conocer las preferencias de consumidores de equipos de computación en cuanto a modelos y niveles de precios de los equipos.
- Determinar la aceptabilidad de adquirir equipos de computación mediante internet sin necesidad de dirigirse a un establecimiento fijo.
- Indagar a los consumidores de equipos de computación cual es la dirección de preferencia donde les gustaría recibir los productos.
- Determinar qué servicios adicionales les agradaría obtener relacionados a los equipos de computación.
- Conocer los hábitos de compra en este segmento de mercado.
- Indagar el fin por el cual adquiriría el equipo de computación.
- Indagar a los consumidores de equipos de computación que información les gustaría que se desplegara en la página web.
- Determinar la aceptabilidad de los empresarios o dueños de negocios de alquilar los equipos de computación.

4.- Justificación del problema:

Debido a los crecientes avances de la tecnología, cada vez nos hacemos más dependiente de ella debido a que nos facilita las tareas cotidianas ofreciendo una mejor calidad de vida.

Cada vez más hogares en Venezuela y en el mundo tienen computadores, esto debido a los siguientes puntos:

- Pueden realizar transacciones bancarias vía internet, sin necesidad de dirigirse al banco.
- Pueden realizar pagos de servicios públicos, tales como Luz eléctrica y CANTV. Pueden recargar los saldos de teléfonos celulares.
- Se puede acceder a la web, donde se puede tener acceso a unas cantidades de informaciones de acontecer nacional e internacional de todas las preferencias.
- Cada vez se hace más común en el mundo, los cursos e-learning o aprendizaje a distancia, es decir, ahora es posible hacer cursos de cualquier área desde la comodidad de oficina u hogar, inclusive, es posible obtener una carrera universitaria por esta vía.
- Cada vez son más populares los chat, tales como el Windows Live Messenger, esto permite comunicarse con una cantidad ilimitada de personas alrededor del mundo sin costo adicional.
- Las populares compras por internet, tales como en páginas como Amazon.com, son cada vez más intensivas.
- Cada vez existen más herramientas que facilitan las tareas diarias personales, profesionales y académicas, por ejemplo, paquetes como Microsoft Office que contiene hoja de cálculos (Excel), procesadores de texto (Word), asistentes para presentaciones (Power Point), entre muchos otros. Adicionalmente existen programas diseñados para áreas puntuales tales como diseño gráfico, edición de vídeo, entre miles más.
- Un área de la computación que está creciendo exponencialmente en los últimos años, es el de los videos juegos. Cada vez existen más y más componentes que hacen de un computador personal un extraordinario centro de entretenimiento donde se pueden usar juegos con altísima calidad de detalle, ver películas, videos de preferencia, televisión y escuchar música.
- Cada vez existen más equipos que hacen necesario tener una computadora para aprovechar su potencial o simplemente poderlos utilizar, tal es el caso del iPod, de las cámaras digitales, cámaras de videos, entre otros.

A nivel de empresas y negocios se ha convertido de una necesidad los computadores personales debido a los siguientes puntos:

- Se pueden crear controles para evitar fraudes. Esto es posible debido a que los usuarios dejan su huella digital en cada procedimiento o transacción que ejecutan en el sistema.
- Se puede llevar la contabilidad en tiempo real, ya que se automatiza los procesos, logrando tener cifras de ventas, inventarios, productos en procesos, entre otros en cualquier momento y lugar.
- Se puede monitorear desde cualquier lugar su negocio.
- Gracias al sistema de correo electrónico y al Messenger se ha logrado comunicación efectiva y directa a través de los departamentos en una empresa, fluyendo la información más rápidamente, traduciéndose en resultados más rápidos.
- Reducción de costos, debido que la automatización de procesos ha generado la utilización de menos personal.
- Cálculos de gran cantidad de datos en lapsos de tiempos casi inmediatos. Por ejemplos, los bancos pueden obtener información en tiempo real de las transacciones de los clientes gracias a las computadoras.

Debido a lo complejo que es seleccionar la mejor computadora que se ajuste a las necesidades individuales de cada quién, es de alto valor agregado ofrecer un servicio que oriente a los clientes a obtener lo que buscan invirtiendo la cantidad justa de dinero. Adicionalmente, hacer que los consumidores entiendan los beneficios de adquirir componentes de mejor calidad que a simple vista no se ven. Por ejemplo, la placa madre, existen cientos de marcas genéricas que fabrican esta pieza de forma económica pero que se traduce en problemas en el funcionamiento del computador, esta pieza de marca Intel, Nvidia o AMD pueden garantizar el funcionamiento óptimo del equipo. Al adquirir el equipo de computación con nosotros, el cliente sabrá exactamente cada una de las piezas que está adquiriendo con nosotros y adicionalmente sabrá por qué los está adquiriendo, lo que se traduce en un cliente satisfecho. Si a este servicio, el equipo es enviado al lugar de preferencia del cliente, esto se traduce en un servicio integral que nos separará de la gran competencia que existen.

5.- Limitaciones:

- a) Limitación temporal: se estima que los estudios necesarios para llevar a cabo el proyecto es de un plazo no menor de 6 meses. Posteriormente para iniciar el negocio se estima que se necesitará un plazo no menor a un año para acondicionar la

página web acorde a las necesidades integrales del cliente en cuanto a equipos de computación se refiere, adicionalmente se debe trabajar en mostrar una imagen de confiabilidad necesaria para que el cliente se sienta seguro de realizar la compra vía electrónica.

- b) Limitación espacial: aunque el proyecto esté relacionado con ventas de equipos electrónicos vía internet, esto supone que no debería tener limitaciones espaciales, pero en un primer momento se limitará a el área de la Gran Caracas debido al servicio técnico y reparaciones de desperfecto amparado por la garantía.
- c) Limitaciones políticos-económicos: los componentes con los que se ensamblan los equipos de computación son, en un porcentaje grande, importados, por lo que la obtención de divisas para comprar estos componentes en el exterior es de vital importancia. En Venezuela, a partir del 2002, se tienen restringido la obtención de divisas. Para obtener las divisas es necesario acudir a un ente público llamado “CADIVI” o Comisión de Administración de Divisas. Generalmente la opción de divisas no fluye de manera esperada sino que se presentan retrasos burocráticos que pueden afectar el funcionamiento del negocio de manera óptima o deseada.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO:

1. – Antecedentes Históricos:

Los antecedentes históricos se dividen en dos fases, la primera de los negocios dedicados a la venta de equipos de computación más famosos en la Gran Caracas, Venezuela y luego, en la segunda fase, los negocios de este ramo más conocidos en el mundo.

En la Gran Caracas, tenemos:

- **CompuMall:**

Se inicia en 1998 como una tienda por departamentos, especializada en productos de oficina, escolares y computación. El reto era ofrecer las mejores marcas, de allí que para el año 2008, la tienda expande su abanico de productos y suma nuevos departamentos.

Hoy en día, Compu Mall recibe un estimado de 10.000.000 clientes por año en todas sus tiendas ubicadas en Venezuela. En ellas se tiene la selección de marcas reconocidas en computación personal, software, incluyendo lo más nuevo en tecnología.

- **Interclone:**

Interclone inicia sus operaciones en 1997 enfocados en el desarrollo de software, en 1998 cambian y su enfoqué dedicándose también a la parte de hardware. Sus inicios fueron en un local en la avenida Casanova, actualmente cuentan con 5 sucursales en Caracas mostrando un crecimiento importante.

- **Tienda Arroba@:**

Tienda Arroba es una empresa del área de tecnología dedicadas a proveer equipos de computación. El grupo también cuenta con divisiones que se encargan de grandes desarrollos a la medida a sus clientes corporativos.

Se iniciaron en el 2000-2001. Actualmente cuentan con 3 tiendas en Caracas y tres en el interior del país.

A continuación se resume la historia de una de las empresas más grandes del mundo en ventas de equipos de computación, empezando por el más reconocido en Estados Unidos y América Latina que es Dell, luego un vistazo a los siguientes más reconocidos.

- **Dell:**

Fundada en 1984 por Michael Dell, opera en base a un concepto sencillo: vender directamente al cliente le permite entender mejor las necesidades de sus clientes y ofrecerles eficientemente las soluciones que satisfagan dichas necesidades. Con oficinas principales en Round Rock, Texas, Dell es la empresa de sistemas informáticos de mayor aceptación a nivel mundial, y uno de los principales proveedores de productos y servicios requeridos por los clientes en todo el mundo para desarrollar sus infraestructuras tanto de tecnología de la información como de Internet. En 1994 Dell encabezó la migración comercial a Internet lanzando www.dell.com y añadiendo capacidades de comercio electrónico en 1996. Al año siguiente, Dell se convirtió en la primera empresa que registró US\$1 millón en ventas en línea. Hoy, Dell opera uno de los sitios Web de mayor volumen entre los de todo el mundo que operan basados en el sistema operativo Windows de Microsoft Corporation. Accionado enteramente por servidores Dell PowerEdge, el sitio Web de la empresa recibe trimestralmente más de mil millones de solicitudes vía Internet en 80 sitios de Dell en diferentes países, en 24 idiomas/dialectos y 26 tipos de moneda distintos.

A continuación se presenta breve reseña histórica de la Empresa:

1984 Michael Dell funda Dell Inc.

1985 La compañía presenta la primera PC con diseño propio: la Turbo, con procesador .Intel 8088 que ejecuta a 8 MHz.

1987 Dell es la primera compañía de PC que ofrece servicio a domicilio al siguiente día.

Se inicia la expansión internacional con la apertura de una subsidiaria en el Reino Unido.

1988 Dell realiza la primer oferta pública de acciones de la compañía: 3.5 millones de acciones a US\$ 8.50 cada una.

1990 Apertura de un centro de manufactura en Limerick, Irlanda, para abastecer los mercados de Europa, Medio Oriente y África.

1991 La compañía lanza su primera PC tipo notebook.

1992 Dell sale por primera vez en la lista Fortune 500 de las empresas más grandes del mundo.

1993 Dell se une a la lista de los primeros cinco fabricantes de PC a nivel mundial.

Las subsidiarias en Australia y Japón constituyen la primera entrada de la compañía en la región de Asia-Pacífico.

1995 Acciones de Dell de US\$ 8.50 llegan a valer US\$ 100 con base antes de divisiones.

1996 Apertura del centro de manufactura original para Asia-Pacífico, en Penang, Malasia.

Los clientes comienzan a comprar computadoras Dell a través de Internet en www.dell.com.

Dell inicia una importante entrada en el mercado de servidores de red.

La compañía aparece en el índice de acciones Standard & Poor's 500.

1997 Dell embarca su sistema de computación número "diez millones".

El valor por acción de las acciones ordinarias llega a US\$1.000 antes de la división.

Dell introduce su primera Workstation.

Dell launches its U.S. Consumer business

1998 La compañía expande sus instalaciones de manufactura en las Américas y Europa; y abre un centro para clientes y producción en Xiamen, China.

Dell introduce sus primeros productos de almacenamiento PowerVault.

1999 Dell abre en Nashville (Tennessee) su segunda instalación grande en EE.UU.

Dell abre una fábrica en Eldorado do Sul, Brasil, para servir al mercado de América Latina.

	La compañía introduce "E-Support - Direct from Dell", un servicio en línea de apoyo técnico.
2000	Las ventas de la compañía a través de Internet alcanzan US\$50 millones de dólares diarios.
	Por primera vez, Dell es No. 1 en embarques de workstations a nivel mundial.
	Dell introduce los servidores PowerApp.
	Dell embarca su servidor PowerEdge No. 1 millón.
2001	Por primera vez Dell es clasificado como No. 1 en participación de mercado global.
	Dell es número 1 en EE.UU. en embarques de servidores de arquitectura Intel estándar.
	Dell presenta la línea de conmutadores para redes PowerConnect.
2002	Dell nombra "Topfer Manufacturing Center" a su sitio de manufactura en Austin.
	Dell entrega el switch para red PowerConnect No. 2 millones.
	Consumidores en EE.UU. eligen a Dell como su proveedor No. 1 de sistemas de cómputo.
	Dell embarca su primer servidor "blade", entra al mercado de handhelds con la Axim X5, lanza una oferta para clientes minoristas consistente en un sistema punto de venta basado en estándares industriales, y entra al mercado de proyectores con la introducción del micro-proyector 3100MP.
2003	Dell introduce impresoras para negocios y consumidores finales.
	Dell lanza "Dell Recycling" para ayudar a los clientes a reciclar o donar a obras de caridad su equipo de cómputo, sin importar el fabricante.
	El nombre de Dell Inc. es oficial, reflejando la evolución de la compañía hacia un proveedor diverso de productos y servicios de tecnología.
	Dell entra al Mercado de electrónica, una extensión natural del portafolio actual de productos de Dell que proporciona a los clientes una fuente única para satisfacer las necesidades de tecnología

2004 Kevin Rollins se convierte en el siguiente chief executive officer de Dell.

2005 Dell en el tope de la lista de "America's Most Admired Companies" en Fortune Magazine

Abre su tercer mayor planta de manufactura para ensamblaje de equipos en Winston-Salem, Carolina de Norte.

2006 Dell vende más de 10 millones de sistemas en un solo trimestre (Q4, FY06) por primera vez en su historia.

- **Alienware Corporation**

Es una compañía de hardware Estadounidense; tiene la reputación de ofrecer lo último en tecnología para Ordenadores personales y portátiles que se especializan en Edición de vídeo, edición digital de audio, y particularmente en juegos de ordenador.

La compañía tiene su base en Miami, Florida, y fue fundada en 1996, por Nelson González, y el presidente Alex Águila.

El 22 de Marzo del 2006, Dell acordó la compra de Alienware, continuando sus operaciones bajo su propio nombre, lo cual es notable en varios aspectos incluyendo las páginas web de aspecto similar.

Alienware decidió atender al cliente vía venta directa y ha tenido, desde entonces, una presencia indirecta de ventas.

- **Hewlett-Packard**

Es una compañía líder en soluciones y servicios de informática e imagen. hp tiene como objetivo que la tecnología y sus beneficios sean accesibles a particulares y empresas a través de dispositivos personales y sencillos de utilizar, servicios electrónicos útiles y una infraestructura para internet que esté siempre a su disposición.

Cuando unos compañeros de clase de la Universidad de Stanford, Bill Hewlett y Dave Packard, fundaron HP en 1939. El primer producto, construido en el garaje de Palo Alto, fue un oscilador de audio, un instrumento de prueba electrónica utilizado por los ingenieros en sonido. Uno de los primeros clientes de HP fue Walt Disney Studios, compañía en la que instalaron los primeros osciladores de audio para la producción de la película Fantasía.

Ordenadores y Sistemas Informáticos Actualmente la mayoría de los ingresos de HP proceden de los ordenadores (que abarcan desde los equipos de bolsillo hasta los servidores Unix a de gama alta) así como de los productos de imagen e impresión, dispositivos de almacenamiento y servicios. HP es uno de los fabricantes de PCs más importantes y de crecimiento más rápido del mercado.

HP cuenta con una plantilla de más de 88.000 personas y dispone Medio, Latinoamérica y Canadá. La compañía comercializa sus productos y servicios a través de 600 oficinas de ventas y de soporte y los distribuye, por medio de mayoristas y distribuidores en más de 120 países. Su sede central está en Palo Alto, California.

- **Apple.**

Fundada en 1976, tuvo un rol prominente en la revolución informática de los años 70 con su computadora Apple II. Sus inicios son poco menos que curiosos, y forman parte del folclore informático.

La primera máquina de Apple denominada "Apple I" se vendió por 666,66 dólares. La Apple I se podía obtener en negocios informáticos o por correo. La empresa distribuidora estaba establecida en el garage de Jobs en 2066 Crist Drive de Los Altos. Woz y Jobs vendieron una cifra de 175 unidades.

A comienzos de 1978 y a un año de haber sido declarada como corporación, Apple ya estaba generando ganancias. La empresa obtuvo más de \$2 millones y Markkula, siguió buscando inversionistas. Las ventas se duplicaron y quintuplicaron al año siguiente.

Tras sesiones maratónicas de trabajo y una campaña de promoción ya legendaria, el 24 de enero de 1984 fue presentado el Apple Macintosh, la última gran baza de Apple. Pese a un primer gran recibimiento por parte del mercado, las ventas del Macintosh no fueron ni de lejos las esperadas por Apple, siendo todavía el Apple II su computadora más vendida. El motivo de las malas ventas eran varios. Por un lado, estaba su alto precio (especialmente sangrante en el Apple Lisa), pero también se debe a la mentalidad de la época, que consideraba que los iconos, "dibujitos" y "soniditos" no eran una forma seria de computación.

En 1987, el MAC II en color abandonó el concepto de 'todo en uno', separando el monitor y la caja. A lo largo de los años siguientes, los Mac disfrutaron e hicieron alarde de su acceso casi exclusivo al mercado de los gráficos por ordenador y de la autoedición, que todavía hoy dominan.

Lo último que Apple ha presentado en España es el revolucionario portátil iBook (con el novedoso sistema Airport) y el ordenador Power Mac G4, el más rápido de la historia de Apple.

2.- Conceptos y definiciones de los términos relativos a equipos de computación:

Para armar un computador debemos tomar en cuenta un gran número de componentes que están relacionados con el rendimiento y la confiabilidad del equipo.

Depende del fin al que estará destinado el computador, puede variar enormemente sus componentes y consiguiente el precio de venta.

Si el computador estará destinado para solo navegar en internet y chatear, no estará, por ejemplo un procesador de cuatro núcleos, ni 2 GB de RAM, ni 500 GB de disco duro, pero esto si lo necesitará un computador que estará destinado a video juegos. Que adicional a lo anterior necesitará una tarjeta de video especializada para eso, incrementándose considerablemente para eso. Lo mismo ocurre con las computadoras personales para las compañías.

En resumen, dependiendo de las necesidades del cliente se determinará que componentes debe armarse el computador.

A continuación un resumen de los principales componentes de un computador:

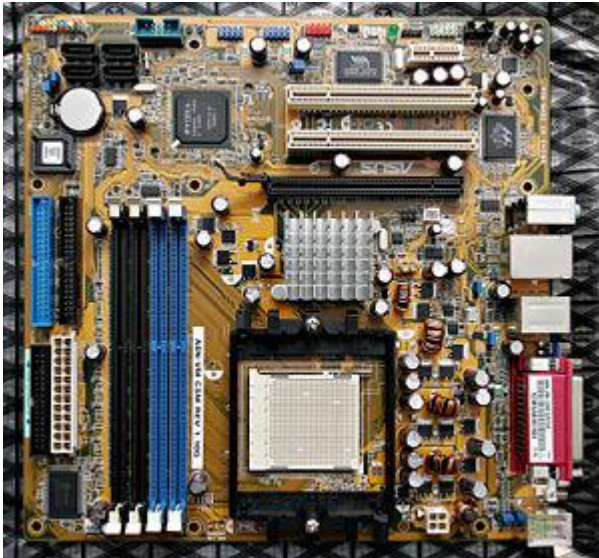
- La tarjeta madre o mainboard.
- El procesador
- La memoria RAM
- La tarjeta de video
- La tarjeta de sonido
- Tarjeta aceleradora de físicas (nuevo, para video juegos)
- Unidad lectora
- Disco Duro
- El Case
- El Monitor
- El teclado
- El ratón

La Tarjeta Madre o Mainboard

Una tarjeta madre es la central o primaria tarjeta de circuito de un sistema de computo u otro sistema electrónico complejo. Una computadora típica con el microprocesador, memoria principal, y otros componentes básicos de la tarjeta madre. Otros componentes de la computadora tal como almacenamiento externo, circuitos de control para video y sonido, y dispositivos periféricos son unidos a la tarjeta madre vía conectores o cables de alguna clase.

La tarjeta madre es el componente principal de un computador personal. Es el componente que integra a todos los demás. Escoger la correcta puede ser difícil ya que existen miles.

Ejemplo de una tarjeta madre:



El Procesador

Este es el cerebro del computador. Dependiendo del tipo de procesador y su velocidad se obtiene un mejor o peor rendimiento. Hoy en día existen varias marcas y tipos, de los cuales intentaré darles una idea de sus características principales.

Antiguamente las familias (tipos) de procesadores compatibles con el PC de IBM usaban procesadores x86. Esto quiere decir que había procesadores 286, 386 y 486. Existen, hoy en día dos marcas principales de procesadores: AMD, e Intel. Intel tiene varios modelos como son Pentium Extreme, Core 2 Duo y Quad-Core. AMD tiene el Athlon, Optaron, entre otros. La velocidad de los procesadores de hoy

se miden en Gigahertz (GHz=Miles de Millones de ciclos por segundo). Así que un Pentium es de 2,6Ghz o de 3,2Ghz, etc. Este parámetro indica el número de ciclos de instrucciones que el procesador realiza por segundo, pero sólo sirve para compararlo con procesadores del mismo tipo. Existen otros factores adicionales que hacen un procesador desarrolle un mejor rendimiento que otro, tan importante como los números de ciclos de instrucciones. Los procesadores de hoy en día poseen varios núcleos que funcionan paralelamente con sus propios números de ciclos de instrucciones por segundo. Estos procesadores con varios núcleos pueden realizar varias tareas simultáneamente. Entonces, por ejemplo, un Quad-Core Extreme de 3,2Ghz es más rápido que un Pentium de 3,2Ghz. Ahora, este tema es bastante complicado y de gran controversia ya que el rendimiento no depende sólo del procesador sino de otros componentes y para que se utiliza el procesador. Los expertos requieren entonces de programas que midan el rendimiento, pero aun así cada programa entrega sus propios números.

Anteriormente la diferencia entre procesadores marca Intel y AMD era más marcada, siendo la ganadora Intel. Actualmente, ambos tienen sus puntos fuertes, compitiendo muy de cerca uno de otras.

Memoria RAM

La memoria RAM, se compone de uno o más chips y se utiliza como memoria de trabajo para guardar o borrar nuestros programas y datos. Es un tipo de memoria temporal que pierde sus datos cuando se queda sin energía (por ejemplo, al apagar el ordenador).

RAM es el acrónimo inglés de Random Access Memory Module (memoria de acceso aleatorio). La denominación surgió antiguamente para diferenciarlas de otro tipo de memorias como los registros de desplazamiento, y en contraposición a las denominadas memorias de acceso secuencial. Debido a que en los comienzos de la computación las memorias principales (o primarias) de las computadoras eran siempre de tipo RAM y las memorias secundarias (o masivas) eran de acceso secuencial (cintas o tarjetas perforadas), es frecuente que se hable de memoria RAM para hacer referencia a la memoria principal de una computadora, pero actualmente la denominación no es demasiado acertada.

Se trata de una memoria de semiconductor en la que se puede tanto leer como escribir información. Se utiliza normalmente como memoria temporal para almacenar resultados intermedios y datos similares no permanentes. Se dicen "de acceso aleatorio" o "de acceso directo" porque los diferentes accesos son independientes entre sí (no

obstante, el resto de memorias ROM, ROM borrables y Flash, también son de acceso aleatorio). Por ejemplo, si un disco rígido debe hacer dos accesos consecutivos a sectores alejados físicamente entre sí, se pierde un tiempo en mover la cabeza lecto-grabadora hasta la pista deseada (o esperar que el sector pase por debajo, si ambos están en la misma pista), tiempo que no se pierde en la RAM. Sin embargo, las memorias que se encuentran en el ordenador, son volátiles, es decir, pierde su contenido al desconectar la energía eléctrica; pero hay memorias (como la memoria RAM flash), que no lo son porque almacenan datos.

En general, las RAMs se dividen en estáticas y dinámicas. Una memoria RAM estática mantiene su contenido inalterado mientras esté alimentada. En cambio en una memoria RAM dinámica la lectura es destructiva, es decir que la información se pierde al leerla, para evitarlo hay que restaurar la información contenida en sus celdas, operación denominada refresco.

Además, las memorias se agrupan en módulos, que se conectan a la placa base de la computadora. Según los tipos de conectores que lleven los módulos, se clasifican en Módulos SIMM (Single In-line Memory Module), con 30 ó 72 contactos, módulos DIMM (Dual In-line Memory Module), con 168 contactos y módulos RIMM (RAMBUS In-line Memory Module) con 184 contactos.

Actualmente las computadoras personales necesitan, por lo menos, un gigabyte de memoria RAM para un funcionamiento aceptable si el usuario solo utiliza aplicaciones sencillas.

Lo recomendable es tener mínimo dos gigabytes de memoria RAM si se tiene instalado el sistema operativo “Windows Vista” en una computadora personal.

Entre más memoria RAM posea un computador más aplicaciones podrán estar funcionando simultáneamente sin que esto signifique una baja significativa de rendimiento.

Tarjeta Gráfica:

Una tarjeta gráfica, tarjeta de vídeo, tarjeta aceleradora de gráficos o adaptador de pantalla, es una tarjeta de expansión para una computadora personal, encargada de procesar los datos provenientes de la CPU y transformarlos en información comprensible y representable en un dispositivo de salida, como un monitor o televisor.

Se denota con el mismo término tanto a las habituales tarjetas dedicadas y separadas como a las GPU integradas en la placa base (aunque estas ofrecen prestaciones inferiores).

Algunas tarjetas gráficas han ofrecido funcionalidades añadidas como captura de vídeo, sintonización de TV, decodificación MPEG-2¹ y MPEG-4 o incluso conectores Firewire, de ratón, lápiz óptico o joystick.

Las tarjetas gráficas no son dominio exclusivo de los PCs; contaron con ellas dispositivos como los Commodore Amiga (conectadas mediante los slots Zorro II y Zorro III), Apple II, Apple Macintosh, Spectravideo SVI-328, equipos MSX y, por supuesto, en las videoconsolas.

En el mercado de las tarjetas gráficas hay que distinguir dos tipos de fabricantes:

- De chips: generan exclusivamente la GPU. Los dos más importantes son:
 - ATI
 - NVIDIA
- De tarjetas: integran los chips adquiridos de los anteriores con el resto de la tarjeta, de diseño propio. De ahí que tarjetas con el mismo chip den resultados diferentes según la marca.

Generalmente las tarjetas madres actuales poseen un chip GPU estándar marca INTEL modelo X3100 (la más reciente hoy en día), que es suficiente para realizar tareas sencillas tales como navegar por internet o usar programas tales como “Microsoft Office”. No obstante, si el usuario está interesado en utilizar software que demanden un procesamiento de cálculos para gráficos y videos superior tales como programas como Autocad para diseñadores, o simplemente usar video juegos en el computador, es necesario adquirir una tarjeta de video adicional.

Existen muchos modelos de tarjetas de videos que se categorizan en Gama Baja, Gama Media o Gama Alta. La diferencia entre una tarjeta de video Gama Alta y Gama Baja o Media solo se aprecia en los videos juegos. Entre más alta sea la gama mayor calidad de detalle y resolución se podrá correr el juego sin que sufra de repentizaciones.

Algunos ejemplos de chips para tarjetas de video que se pueden conseguir en el mercado actualmente son:

Nvidia 8400GS (gama baja)
ATi HD 2400 Pro (gama baja)
Nvidia 8600 GTS (gama media)
ATi HD2600 XT (gama media)
Nvidia 8800 GTX (gama alta)

ATi HD 3870 (gama alta)

Estos chips pueden estar en diferentes marcas de tarjetas de videos donde la única diferencia es la presentación y en pocos casos pequeñas mejoras, tales como aumento de los Mhz para mejoras el rendimiento.

Tarjeta de sonido:

Una tarjeta de sonido o placa de sonido es una tarjeta de expansión para computadoras que permite la entrada y salida de audio bajo el control de un programa informático. El uso típico de las tarjetas de sonido es proveer a las aplicaciones multimedia del componente de audio. Estas aplicaciones multimedia engloban composición y edición de video o audio, presentaciones multimedia y entretenimiento (videojuegos). Algunos equipos tienen la tarjeta ya integrada en la tarjeta madre, mientras que otros requieren tarjetas de expansión.

La marca de tarjetas de sonido más importante y conocida es Creative con sus modelos "Sound Blaster". Existen varios modelos de Sound Blaster disponibles en el mercado. La diferencia entre ellas radica más en los dispositivos de entrada que en la calidad de sonidos. Por ejemplo, la gama alta de la Sound Blaster, la X-Fi, puede reproducir sonido a 7.1, es decir, que tiene entrada para conectar un sistema de 7 cornetas y un subwoofer. Está diseñada especialmente para video juegos y películas de última generación.

Tarjeta aceleradora de física (AGEIA): (especialmente diseñada para video juegos)

AGEIA es una empresa de semiconductores fundada en 2002. AGEIA inventó el chip PhysX, un chip capaz de elaborar simulaciones físicas que por su complejidad no pueden ser realizadas por la CPU en tiempo real.

Unidad lectora: las unidades lectoras más altamente utilizadas hoy en día en computadores personales son las unidades lectoras de DVD. Hasta no hace mucho, las computadores personales debieron contar, adicional a la unidades de DVD/CD, con una unidad lectora de disco 3½", pero hoy en día gracias los flash memories o memorias portátiles no hace necesario los discos 3½". Es casi un estándar que las unidades de DVD adicional de leer el disco también grabe en él.

Los Blu ray y el HD DVD son el futuro de la unidades lectoras por tener capacidades por lo menos 3 veces más grande que los DVD convencionales.

Disco Duro:

Se llama disco duro o disco sólido (en inglés *hard disk*, abreviado con frecuencia *HD* o *HDD*) al dispositivo encargado de almacenar información de forma permanente en una computadora.

Los discos duros generalmente utilizan un sistema de grabación magnética digital. En este tipo de disco encontramos dentro de la carcasa una serie de platos metálicos apilados girando a gran velocidad. Sobre estos platos se sitúan los cabezales encargados de leer o escribir los impulsos magnéticos. Hay distintos estándares a la hora de comunicar un disco duro con la computadora. Los más utilizados son *Integrated Drive Electronics* (IDE), SCSI, y SATA, este último estandarizado en el año 2004.

Tal y como sale de fábrica, el disco duro no puede ser utilizado por un sistema operativo. Antes tenemos que definir en él un formato de bajo nivel, una o más particiones y luego hemos de darles un formato que pueda ser entendido por nuestro sistema.

También existe otro tipo de discos denominados de estado sólido que utilizan cierto tipo de memorias construidas con semiconductores para almacenar la información. El uso de esta clase de discos generalmente se limitaba a las supercomputadoras, por su elevado precio, aunque hoy en día ya se puede encontrar en el mercado unidades mucho más económicas de baja capacidad (hasta 64 GB) para el uso en ordenadores personales (sobretodos portátiles). Así, el caché de pista es una memoria de estado sólido, tipo memoria RAM, dentro de un disco duro de estado sólido.

Una computadora actual para poder almacenar un sistema operativo como Windows Vista, adicionalmente software como Office 2007, entre otros requiere como mínimo un disco duro de 80Gb. No obstante, cada vez más usuarios utilizan computadores personales para almacenar películas, música y fotos, y adicionalmente existen dispositivos como el iPod que poseen capacidad de almacenar hasta 160Gb, por lo que requiere que el computador del usuario que posee este iPod tenga un disco duro por lo menos de 250Gb.

Cada vez la relación Gb/precio se hace menor y la necesidad de mayor capacidad almacenamiento para vez es mayor, por lo que se recomienda por lo menos 250Gb de disco duro.

Las marcas de disco duros más famosas en el mercado son: Segate, Western Digital y Maxtor.

Monitor de Computadora:

El monitor o pantalla de computadora, es un dispositivo de salida que, mediante una interfaz, muestra los resultados del procesamiento de una computadora.

Parámetros de una pantalla:

Píxel: Unidad mínima representable en un monitor.

Tamaño de punto o (dot pitch): El tamaño de punto es el espacio entre dos fósforos coloreados de un píxel. Los tamaños de punto más pequeños producen imágenes más uniformes. Un monitor de 14 pulgadas suele tener un tamaño de punto de 0,28 mm o menos. en **LCD** y en **CRT** de apertura de rejilla, es la distancia en horizontal, mientras que en los CRT de máscara de sombra, se mide casi en diagonal.

Área Útil: El tamaño de la pantalla no coincide con el área real que se utiliza para representar los datos.

Resolución máxima: es la resolución máxima o nativa (y única) en el caso de los LCD que es capaz de representar el monitor, esta relacionada con el tamaño de la pantalla y el tamaño del punto

Tamaño de la pantalla: Es la distancia en diagonal de un vértice de la pantalla al opuesto, que puede ser distinto del área visible.

Ancho de banda: Frecuencia máxima que es capaz de soportar el monitor

Hz o frecuencia de refresco vertical: son 2 valores entre los cuales el monitor es capaz de mostrar imágenes estables en la pantalla.

Hz o frecuencia de refresco horizontal: similar al anterior pero en sentido horizontal, para dibujar cada una de las líneas de la pantalla.

Blindaje: Un monitor puede o no estar blindando ante interferencias eléctricas externas y ser mas o menos sensible a ellas, por lo que en caso de estar blindando, o semiblandado por la parte trasera llevara cubriendo prácticamente la totalidad del tubo una plancha metálica en contacto con tierra o masa.

Tipo de monitor: en los CRT pueden existir 2 tipos, de apertura de rejilla o de máscara de sombra.

Líneas de tensión: Son unas líneas horizontales, que tienen los monitores de apertura de rejilla para mantener las líneas que permiten mostrar los colores perfectamente alineadas; en 19 pulgadas lo habitual suelen ser 2, aunque también los hay con 3 líneas, algunos monitores pequeños incluso tienen una sola.

Nota: Dot Pitch: También conocido como Tamaño de Punto. Es un parámetro que mide la nitidez de la imagen, midiendo la distancia entre dos puntos del mismo color; resulta fundamental a grandes resoluciones. En ocasiones es diferente en vertical que en horizontal, o se trata de un valor medio, dependiendo de la disposición particular de los puntos de color en la pantalla, así como del tipo de rejilla empleada para dirigir los haces de electrones. Lo mínimo exigible en este momento es que sea de 0,28mm. Para CAD o en general para diseño, lo ideal sería de 0,25mm o menos. 0,21 en máscara de sombra es el equivalente a 0.24 en apertura de rejilla. Nota: no todos los monitores estando apagados tienen un color negro si los miramos, algunos tienen un ligero tono que tiende a uno u otro color, viendo una imagen reflejada en él se nota el cambio de color.

Hay que tener en cuenta que existen 2 tipos de pantallas, mates y brillantes, en cualquier caso mire en el manual de instrucciones de la pantalla, como limpiarlo, o en su defecto al fabricante, ya que la limpieza de un monitor con productos no destinados a tal fin pueden dejar manchas en la pantalla de forma permanente.

Ventajas y Desventajas

Ventajas de las pantallas LCD:

El grosor es inferior por lo que pueden utilizarse en portátiles.

La geometría es siempre perfecta, lo determina el tamaño del píxel

Desventajas de las pantallas LCD:

Solo pueden reproducir fielmente la resolución nativa, con el resto, se ve un borde negro, o se ve difuminado por no poder reproducir medios píxeles.

Por si solas no producen luz, necesitan una fuente externa.

Si no se mira dentro del cono de visibilidad adecuado, desvirtúan los colores.

El ADC y el DAC de un monitor LCD para reproducir colores limita la cantidad de colores representable.

El ADC (Convertidor Digital a Analógico) en la entrada de video analógica (cantidad de colores a representar).

El DAC (Convertidor Analógico a Digital) dentro de cada píxel (cantidad de posibles colores representables).

en los CRT es la tarjeta grafica la encargada de realizar esto, el monitor no influye en la cantidad de colores representables, salvo en los primeros modelos de monitores que tenían entradas digitales TTL en lugar de entradas analógicas.

Ventajas de las pantallas CRT:

Permiten reproducir una mayor variedad cromática.

Distintas resoluciones se pueden ajustar al monitor.

Desventajas de las pantallas CRT:

Ocupan más espacio, (cuanto mas fondo, mejor geometría).

Los modelos antiguos tienen la pantalla curva.

Los campos eléctricos afectan al monitor (la imagen vibra).

Para disfrutar de una buena imagen necesitan ajustes por parte del usuario.

En los monitores de apertura de rejilla se pueden apreciar varias líneas de tensión muy finas y difíciles de apreciar que cruzan la pantalla horizontalmente, se pueden apreciar con fondo blanco.

Datos técnicos, comparativos entre si:

En los CRT, la frecuencia de refresco es la que tiene la tarjeta grafica, en los LCD no siempre es la que se le manda

Los CRT pueden tener modo progresivo y entrelazado, los LCD tiene otro método de representación.

En los CRT se pierde aproximadamente 1 pulgada del tamaño, que se utiliza para la sujeción del tubo, en los CRT es prácticamente lo que ocupa el LCD.

El peso de un LCD se ve incrementado por la peana para darle estabilidad, pero el monitor en si no pesa prácticamente nada.

Los LCD suelen necesitar de un transformador externo al monitor, en los CRT toda la electrónica va dentro del monitor.

En los LCD el consumo es menor, y la tensión de utilización por parte de la electrónica también.

En los CRT pueden aparecer problemas de "quemar" el fósforo de la pantalla, esto ocurre al dejar una imagen fija durante mucho tiempo, como la palabra "insert coin" en las recreativas, en los LCD los problemas pueden ser de píxeles defectuosos (siempre encendido o, siempre apagado), aparte de otros daños.

El parpadeo de ambos tipos de pantallas es debido a la baja frecuencia de refresco, unido a la persistencia del brillo del fósforo, y a la memoria de cada píxel en un CRT y LCD respectivamente, que mitigan este defecto.

Con baja velocidad de refresco y un tiempo grande de persistencia del fósforo, no hay parpadeo, pero si la persistencia del fósforo es baja y el refresco es bajo, se produce este problema. Sin embargo esto puede causar un efecto de desvanecimiento o visión borrosa, al permanecer aun encendido un punto, en el siguiente refresco de la pantalla.

Las marcas más famosa de monitores son DELL, HP y Samsung.

Teclado:

En informática, un teclado es un periférico, físico o virtual (por ejemplo teclados en pantalla o teclados láser), utilizado para la introducción de órdenes y datos en una computadora. Tiene su origen en los teletipos y las máquinas de escribir eléctricas, que se utilizaron como los teclados de las primeras computadoras y dispositivos de almacenamiento (grabadoras de cinta de papel y tarjetas perforadas). Aunque físicamente hay una miríada de formas, se suelen clasificar principalmente por la distribución de teclado de su zona alfanumérica, pues salvo casos muy especiales es común a todos los dispositivos y fabricantes (incluso para teclados árabes y japoneses).



El Raton:

El ratón, también denominado mouse (del inglés, pronunciado ['maʊs]) es un periférico de entrada de computadora de uso manual, generalmente fabricado en plástico, utilizado como entrada o control de datos. Se utiliza con una de las dos manos del usuario y detecta su movimiento relativo en dos dimensiones por la superficie horizontal en la que se apoya, reflejándose habitualmente a través de un puntero o flecha en el monitor.

Hoy en día es un elemento imprescindible en un equipo informático para la mayoría de las personas, y pese a la aparición de otras tecnologías con una función similar, como la pantalla táctil, la práctica ha demostrado que tendrá todavía muchos años de vida útil. No obstante, en el futuro podría ser posible mover el cursor o el puntero con los ojos o basarse en el reconocimiento de voz.



3.- Precios y Promociones:

	Computador para uso personal u oficina			Computador para Video Juegos		
	Competencia			Competencia		
	Tipo/modelo	Precio	Precio	Tipo/modelo	Precio	Precio
La tarjeta madre	Atllhon X2 440	450	517,5	Intel E6750	940	1.034
El procesador	AMD	200	230	MSI Platimum	800	850
La memoria RAM	1GB	250	287,5	2GB Consair	510	554
La tarjeta de video	N/A			8600GT	560	616
La tarjeta de sonido	N/A		-	SB Audigy SE	160	176
Unidad lectora	Compusa	145	159,5	Compusa	145	159,5
Disco Duro	80GB SATA	160	176	160GB SATA	280	300
El Case	ATX 600 watts	160	176	ATX 600 watts	160	176
El Monitor	17" Flat AOC	750	825	19" Flat AOC	980	1.000
El teclado	Genius	30	34,5	Genius	30	35
El ratón	Genius	30	34,5	Genius	30	35
Armado			100			100
TOTAL en BsF.		2.175	2.540,5		4.595	5.035,5

Unas de las ventajas competitivas de nuestra empresa es que no se cobraría por servicio de armado de los componentes del equipo de computación.

4.- Medio Ambiente Legal:

Leyes aplicables para el Comercio Electrónico

Algunas de ellas son:

- Ley General de Bancos y otras Instituciones Financieras: regula la actividad financiera , la cual consiste en la captación de recursos, incluidas las operaciones de mesa de dinero, con la finalidad de otorgar créditos o financiamientos, e inversiones de valores; y solo podrá realizarse por los bancos, entidades de ahorro y préstamo, casa de cambio, operadores bancarios fronterizos, empresas emisoras y operadoras de tarjetas de crédito y demás instituciones financieras.

- Ley de Cajas de Valores: La presente Ley tiene como objeto regular los servicios prestados por aquellas sociedades anónimas que tienen por finalidad exclusiva la prestación de servicios de depósito, custodia, transferencia, compensación y liquidación de valores objeto de oferta pública.

- Ley de Licitaciones : El presente Decreto Ley, tiene por objeto regular las maneras de selección de contratistas, por parte de los Órganos del Poder Nacional, Institutos Autónomos, las Universidades Públicas, las asociaciones civiles y sociedades, las fundaciones, los Estados, los Municipios, los institutos autónomos estatales o municipales y/o los entes que reciben subsidios o donaciones para la ejecución de obras, la adquisición de bienes muebles y la prestación de servicios distintos a los profesionales y laborales.

- Ley Orgánica de Ciencia y Tecnología : El presente Decreto-Ley tiene por objeto desarrollar los principios orientadores que en materia de ciencia, tecnología e innovación; establece la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, organizar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, definir los lineamientos que orientaran las políticas y estrategias para la actividad científica, tecnológica y de innovación, con la implantación de mecanismos institucionales y operativos para la promoción, estímulo y fomento de la investigación científica, la apropiación social del conocimiento y la transferencia e innovación tecnológica, a fin de fomentar la capacidad para la generación, uso y circulación del conocimiento y de impulsar el desarrollo nacional.

5.- Medio Ambiente Económico:

El auge del Internet con alrededor de 800 millones de páginas disponibles puede ser medido a través del crecimiento vertiginoso de las tecnologías que se utilizan y la demanda creciente de nuevos usuarios que se suman por miles día a día ante un tráfico que se duplica cada 100 días.

Un país como Venezuela debe estimular las inversiones en estos sectores, propiciar medidas que contribuyan a reducir los costos de acceso a Internet y de esta manera

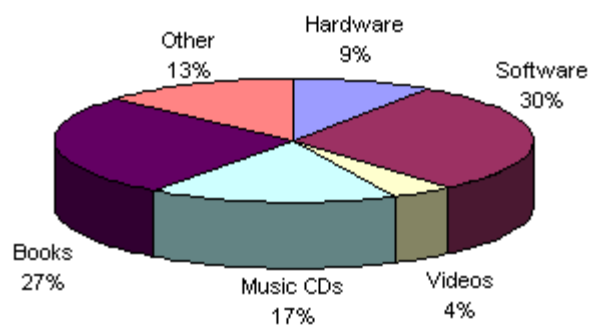
el desarrollo de una infraestructura de la Información Global, desarrollando así un mercado cada vez mas grande en Equipos de Computación que resulta fundamental y necesario para el buen funcionamiento y manejo de la información requerida.

Dentro de las categorías de los productos mejor vendidos en línea se pueden mencionar los siguientes:

- Productos relacionados con computadoras
- Libros
- CD
- Productos electrónicos de consumo
- Viajes
- Películas, videos
- Suscripciones a publicaciones en línea

Fuente: Ernst and Young, Internet shopping study (2003).

1. PRODUCTOS MEJOR VENDIDOS EN INTERNET



6.- Plaza

Esta investigación comprende el análisis de la viabilidad de crear una empresa dedicada a la venta de equipos de computación la cuál funcionará en un primer momento en Caracas-Venezuela.

7.- Factor Demográfico

Caracas, ciudad en la cual se centra inicialmente la venta y distribución de los equipos, se encuentra estratégicamente situada para satisfacer en corto tiempo el envío de estos equipos lo cual favorece el consumo ya que se captará el nicho del mercado que prefiere obtener sus equipos en menor tiempo y con menos contratiempos por concepto de trámites aduanales y dólares preferenciales entre otros.

8.- Factor Cultural

La rápida expansión del uso del Internet, no sólo como medio para obtener información sino como medio de consumo, es un hecho globalizado, es decir ocurre en todas partes del mundo, en unos más que en otros. En Venezuela, el nicho del mercado al cual está dirigido este producto posee la cultura de realizar compras por Internet y esta es cada vez más fuerte pero, por lo general estas compras se realizan a empresas extranjeras debido a que existe un factor de credibilidad y de respaldo hacia al consumidor. El propósito de esta empresa entre otros es afianzar la confianza del consumidor en la industria nacional tanto a nivel de calidad de producto como en compromiso serio de un envío rápido y seguro.

9.- Medio Ambiente Social

Abarcará a inversionistas, directivos, funcionarios, trabajadores de las empresas de cualquier rama y a personas naturales de distintas clases sociales que quieran adquirir o alquilar equipos de computación junto al soporte técnico y apoyo que se pueda aportar para el agrado del cliente.

10.- Recursos humanos:

Para cumplir con sus fines y objetivos nuestra empresa tiene un perfil profesional de alto nivel, la mayoría de esos miembros son personas con amplia experiencia y conocimiento de la región respaldados por estudios universitarios a nivel de licenciatura y postgrado en las diferentes ramas de las ciencias sociales.

- Ingenieros.
- Licenciados en Administración de Empresas.
- Licenciados en Contaduría Pública.

11.- Tecnología:

El verdadero poder de la tecnología está en ofrecer al negocio soluciones para problemas que ni siquiera él (el negocio o la empresa) sabe que existe.

La tecnología es un factor en todos los niveles del modelo de cambio en la actualidad no solo existe confusión sobre cómo poner en funcionamiento la tecnología, sino respecto a cómo aplicarla, en el ambiente tecnológico e informático, es el más alto grado de la tecnología moderna, es parte de cualquier esfuerzo de creación y distribución de Hardware y Software, es un capacitador esencial porque permite a las compañías rediseñar sus procesos. Para aplicar la informática es necesario pensar en forma inductiva, que no es nada más que la capacidad de reconocer primero una solución al problema que ella podría resolver, los cuales las compañías ni siquiera sabe que existen. El problema real de la tecnología no está en que puedan funcionar mejor los viejos procesos, sino que le permite a la organización romper las reglas y crear nuevas maneras de trabajar, a través de los mejores equipos que se puedan adquirir cumpliendo con las expectativas que cada empresa o persona requiera en un momento adecuado.

12.- Competencia:

En la actualidad, el uso de la computadora es una herramienta fundamental para poder llevar a cabo diversas acciones que nos rodean el día a día. Esto ha provocado un auge en las ventas de computadoras personales (PC) tanto en mercados nacionales como en mercados internacionales. Cada día son más las personas que utilizan la computadora, sin contar las industrias, que ya no sólo requieren del recurso humano sino también del recurso de la tecnología, donde se incluyen las computadoras. Desde esta perspectiva, la competencia en el mercado cada vez se hace más exigente, por lo que se requiere tener un elemento diferenciador, lo cual permita que nuestra empresa se mantenga en el mercado por mucho tiempo.

Debido a la globalización, es fácil comprar equipos de computación fuera de Venezuela para luego ser traídos por una compañía de envío de paquetes, tales como FEDEX o UPS. Las principales competencia fuera de Venezuela son:

- HP: consolidada como una de las compañías en computación más grande del mundo, (desde la fusión con la Compaq) muestra gran aceptación en mercado venezolana. Con una red de distribuidores a lo largo de todo el país, presenta gran despliegue técnico y de servicio, en las principales ciudades del país.
- DELL: considerada como una de las compañías de ventas de computadoras elaboradas a las exigencias del consumidor, DELL poco a poco se ha adentrado al mercado venezolana. Con un porcentaje de ventas en el país que se incrementa al pasar del tiempo, es una de las opciones que tiene el venezolano, para adquirir un computador adaptado a las necesidades de calidad y precio.

- Sony: con una línea innovadora (VAIO), presentando como vanguardia diseño con avances tecnológicos, Sony ha invadido el mercado Venezolano, llegando a un target adulto contemporáneo. Presenta una estrategia de distribución y de publicidad muy alta, apalancándose en su imagen mundial. Gracias a esto se encuentra en las principales zonas del país.

La desventaja de comprar en el exterior es que no se puede ejercer la garantía del equipo en caso de desperfecto en Venezuela, lo que lo hace poco atractivo debido al riesgo. Adicionalmente, los aranceles y otros impuestos más el costo del envío encarecen el producto de tal manera que lo hace más costoso que comprarlo en nuestro país.

Entre las tiendas de computación que pueden ser fuertes competidores son:

CompuMall: es una gran cadena de tiendas por departamentos que se enfoca en la venta de equipos de computación. Sus puntos débiles son:

1.- Los precios elevados de sus equipos debido a los altos costos de mantener sus establecimientos fijos.

2.- Pocas opciones al elegir su equipo de computación, debido a que solo venden computadoras de marcas reconocidas como DELL, HP y SONY, ya armadas lo que imposibilita al comprador elegir un computador que cumpla con sus exigencia de precios y características.

Otros Grandes competidores son **Interclone** y **Tienda Arroba**: ambos tienen conceptos parecidos. Se diferencian de Compumall por ser más específicos especializados en equipos de computación con más opciones al consumidor. Sus precios son menores pero aún son relativamente elevados. Sus debilidades están en el servicio técnico especializado.

Existen otras empresas en el país de menor participación, distribuidoras, importadoras locales comerciales, entre otros, lo que nos lleva a crear estrategias que estén orientadas a la atención al

cliente, servicio, calidad, innovación y planes que se ajusten al presupuesto y al gusto del consumidor venezolano.

No existe en Venezuela una empresa que posea las características de ventas de equipos de computación exclusivamente por Internet donde le permita elegir cada uno de los componentes del computador, especificando marca, características, precios, entre otros. Adicionalmente diferenciado con un servicio de primera técnico y de asistencia de primera.

13.- Política:

En la actualidad, Venezuela presenta restricciones tanto económicas como políticas que condicionan el crecimiento de las empresas en cualquier ramo productivo. Con directrices gubernamentales orientadas a la producción nacional de equipos de computación con piezas fabricadas en China y Taiwán. Las importaciones de hardware, desde otras partes del mundo cada vez se hace más complicado. Sin embargo, una de las posibles estrategias que se pudiera emplear para poder poner en marcha la empresa, sería la compra de equipos a través de importadoras, teniendo como factor diferenciador un servicio de atención al cliente, que garantizaría la satisfacción del comprador.

CAPÍTULO III:

MARCO METODOLÓGICO

El diseño de investigación, es el eje principal de ejecución que nos sirve para llevar a cabo el proyecto. Esto se compone de:

Fuentes de información:

Existen dos tipos de información para resolver el problema: fuente de información primaria y fuente de información secundaria.

La fuente de información primaria son aquellos datos obtenidos de forma específica para el problema de investigación. Dicha fuente, se puede obtener por medio de técnicas cualitativas de entrevistas tales como: observación directa, entrevistas en profundidad o entrevistas a grupos de estudio. Una alternativa son los métodos de entrevista que se componen de encuestas, las cuales suponen el uso de un cuestionario estructurado, incluye un mayor número de entrevistados y se puede aplicar a una población mayor, si se aplican técnicas de proyecciones.

El otro tipo de fuente de información (secundario) son datos que se recopilan para un propósito distinto del problema planteado. Estos ya están registrados y se pueden encontrar en bibliotecas, fuentes gubernamentales, empresas comerciales de mercadotecnia y bases de datos computarizados. El análisis de dicha fuente de información disponible es un paso esencial en el proceso de definición del problema, además son una fuente de información de los antecedentes rápida y económica.

Método de obtención de información:

Para nuestro trabajo, se realizó un estudio cuantitativo a través del uso de encuestas, para obtener la información primaria.

La encuesta es la investigación cuantitativa de mayor uso en el área de mercadeo, las cuales consisten en aplicar una serie de técnicas específicas con el objeto de recoger, procesar y analizar características que se dan en personas de un grupo determinado

Este método por medio de encuestas, como bien se menciona anteriormente, son ampliamente utilizadas en la investigación de mercados para obtener datos primarios por las siguientes razones:

- Conocer el motivo: La razón por la cuál las personas hacen o no hacen algo. ¿Por qué compraron una marca determinada?, ¿Qué les gustó?

- Saber como: Conocer en que estado se encuentran los consumidores antes que puedan reaccionar frente al bien o servicio. ¿Qué consideraciones tomaron en cuenta? ¿Qué los impulso a tomar la decisión?

- Saber quién: Conocer a la persona. Información como: edad, educación, ingresos, entre otros, es fundamental para identificar y definir las necesidades del consumidor, lo que se traduce en segmentar el mercado.

Existen diversos tipos de encuestas tomando como base el tiempo (secciones cruzadas y longitudinales). En este trabajo se escogió las encuestas de secciones cruzadas, ya que recopilan información de diferentes personas en un único momento, es decir, no se realizan más encuestas al encuestado, a diferencia de las encuestas longitudinales, que formulan preguntas en diferentes momentos, examinando los cambios o evolución en los consumidores que se producen con el paso del tiempo.

Otra manera de clasificar las encuestas es de acuerdo al método de entrevista que emplean; encuestas por correo, paneles postales, encuestas telefónicas, encuesta personales a domicilio y entrevistas en galerías comerciales. Otros métodos han sido desarrollados en los últimos años (CATI, CRT), sin embargo los métodos mencionados al principio de este párrafo, son las más tradicionales y los más económicos

El tipo de encuestas que utilizamos fueron del tipo personal llevadas a cabo en distintas empresas como: Toyota, Polar y BBVA. Las mismas consistieron en abordar a diferentes personas, de diferentes cargos (Gerentes, Superintendentes, supervisores, personal administrativo, etc) con la finalidad de obtener la mayor variedad de información y/o respuestas de cada uno de los encuestados.

La calidad de la información obtenida es satisfactoria, ya que se obtienen respuestas más sinceras y con menos desviación, lo que se traduce en mayor credibilidad de los resultados obtenidos. Una posible desventaja de este tipo de entrevista es que la duración es limitada (aproximadamente entre 5 a 10 minutos), ya que los encuestados suelen tener prisa, por lo que se restringe la cantidad de información potencial a obtener. Por lo general el costo de aplicar

este tipo de entrevistas es alto, ya que se tiene que sondear el mercado en distintos lugares y sectores de la población.

1. – Población:

La población en la que se enmarca el trabajo de investigación es el área de la Gran Caracas, esto incluye el Área Metropolitana de Caracas y algunas de las ciudades dormitorio a sus alrededores, tal es el caso de San Antonio de los Altos, Los Teques, Güarema y Güatire que concentran gran cantidad de habitantes.

Se estima que la población de la Gran Caracas es mayor a 4 millones de habitantes

Según Datanálisis 31,4% de la población están dentro de los estratos socioeconómicos A, B y C que son los que realmente tienen los recursos necesarios para comprar un computador, o, por lo menos, lo que más probablemente comprarían un equipo de computación utilizando como medio Internet.

Si aplicamos este 31,4% a los 4 millones de habitantes en la Gran Caracas solo 1.256.000 es la población con los recursos necesarios para comprar equipos de computación.

2.- Muestra:

Según Sabino (1996) “Una muestra es un conjunto de unidades, una porción de un total, que nos representa la conducta del universo total”.

La muestra de la investigación las conforman personas que poseen computadoras personales, y que tienen un conocimiento mínimo sobre los componentes que los conforman y están dentro de los estratos socioeconómicos A, B y C. En base a esta muestra se basa nuestra investigación de mercado.

Esta muestra es tomada dentro de los límites de la población, que en este caso, es la Gran Caracas.

Para efectos de esta investigación, se empleo un muestreo no probabilístico de tipo intencional. No probabilístico, porque es aquel en que cada elemento de la población, tiene una probabilidad

diferente de cero de ser elegido, e intencional porque cada elemento de la población tiene igual probabilidad de ser seleccionado para la muestra. Muestreo no probabilística, debido a la discriminación que se realizó en base a los estratos a los que se quiere llegar.

3.- Tamaño de la muestra:

Para realizar el cálculo utilizamos las siguientes fórmulas ya que se trata de una población infinita de más de un millón de habitantes con capacidad de comprar una computadora. Adicional se consideró el siguiente ejercicio que muestra el Nivel de Confianza de una Distribución Normal.

Nivel de Confianza:

En el contexto de estimar un parámetro poblacional, un intervalo de confianza es un rango de valores (calculado en una muestra) en el cual se encuentra el verdadero valor del parámetro, con una probabilidad determinada.

La probabilidad de que el verdadero valor del parámetro se encuentre en el intervalo construido se denomina **nivel de confianza**.

Para objeto de nuestra investigación seleccionamos un nivel de confianza del 90%, para una población con distribución normal (Z).

Error de muestreo:

Podemos definir error de muestreo como la imprecisión que se comete al estimar una característica de la población de estudio (parámetro) mediante el valor obtenido a partir de una parte o muestra de esa población (estadístico).

Este error depende de muchos factores, entre ellos, del procedimiento de extracción de esa parte de la población (diseño muestral), del número de unidades que se extraen (tamaño de la muestra), de la naturaleza de la característica a estimar, etc.

El tamaño de la muestra, para efectos de nuestro estudio, se va a calcular en base a un error del 8,5%.

El tamaño de la muestra se determina para obtener una estimación apropiada de un determinado parámetro poblacional. Para ello utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\frac{Z^2}{4E^2}}{1 + \frac{1}{N} \times \frac{Z^2}{4E^2}}$$

En resumen, los valores tomados para la investigación son:

Z= 90% = 1,645

E= 8,5%

N= 1.256.000

Se aplican los valores a la formula anterior y se obtiene lo siguiente:

$$n = \frac{\frac{1,645^2}{4(0,085)^2}}{1 + \frac{1}{1.256.000} \times \frac{1,645^2}{4(0,085)^2}} = 93,6 \approx 94$$

Una vez utilizado la fórmula para determinar la muestra se obtiene que para nuestro trabajo de investigación se tome una muestra de 94 personas.

4. – Tipo de Investigación realizada:

Se realizaron dos tipos de investigación: Cualitativa y Cuantitativa.

Cualitativo: Matriz de Entrevista a profundidad.

Técnica de recolección de la Información:

La técnica empleada en la presente investigación es la entrevista en profundidad.

Según Ilian Blanco G. en su artículo en <http://www.geocities.com/diplotecnicas/entrevista1.htm> entrevista es: “quizá la técnica más utilizada para obtener información de la gente; ha sido usada y sigue siendo empleada para múltiples propósitos y por una variedad de actores: abogados para obtener información de

los clientes, médicos para aprender acerca de sus pacientes, funcionarios o profesores determinan la conveniencia de los estudiantes para las escuelas, departamentos y currículo, etcétera. No obstante, sólo hasta fechas recientes, la entrevista se ha empleado de manera sistemática para propósitos científicos, tanto de laboratorio como de campo. Como técnica de investigación, la entrevista, abarca diversas dimensiones: amplía y verifica el conocimiento científico; obtiene o posibilita llevar la vida diaria del ser humano al nivel del conocimiento y elaboración científica, y permite la reflexión del entrevistado de “ese algo” —objeto del estudio—, que quizás no tenía sistematizado.”

Las entrevistas se aplicaran a personas que estén relacionadas en el mundo de los equipos de computación.

Para obtener una información balanceada se entrevistarán a cuatro personas en diferentes áreas, siendo las siguientes: una persona que trabaja en el área de sistema de una compañía reconocida, una persona que usa las computadoras como medio de entretenimiento, y dos personas que no trabajan relacionados con equipos de computación pero que tienen buen conocimientos de las mismas.

Las preguntas se desarrollaron a partir de los objetivos específicos de la presente investigación.

Cuantitativo: Encuestas

Técnica de recolección de la Información:

El método cuantitativo que se utilizó en el presente trabajo de investigación fue la encuesta. La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias.

Definiciones de Encuesta:

Según Wikipedia: “Una **encuesta** es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos”.

Según Stanton, Etzel y Walker, “una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente”.

Para Richard L. Sandhusen, “las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo”.

Según Naresh Malhotra, “las encuestas son entrevistas a numerosas personas utilizando un cuestionario diseñado en forma previa”.

En resumen, la definición de encuesta enfoca a la misma como un método que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa.

En nuestro caso de trabajo desarrollamos una serie de preguntas para conocer los hábitos, preferencia y disposiciones de los consumidores de equipos de computación para medir la aceptabilidad de vender estos equipos mediante Internet.

CAPITULO IV: ANALISIS DE RESULTADOS

Cualitativo: Matriz de Entrevista a profundidad.

La entrevista en profundidad se desarrollará con un total de 17 preguntas. Según las respuestas obtenidas en esta entrevista se desarrollaran las preguntas que conformarán la encuesta que se realizará más adelante.

Preguntas a realizar en la entrevista en profundidad:

Las preguntas a realizarse en la entrevista en profundidad están relacionadas con los objetivos específicos del presente trabajo de investigación, a continuación se presenta cada uno de los objetivos específicos con sus preguntas relacionadas:

Conocer las preferencias de consumidores de equipos de computación en cuanto a modelos y niveles de precios de los equipos.

1.- ¿Que componentes les gustaría que poseyera su equipo de computación a adquirir?

2.- ¿Cual es el precio máximo que usted pagaría por ese equipo?

3.- ¿Estaría dispuesto a re-potenciar su actual PC, o prefería adquirir una nueva?

4.- ¿Si desearía cambiar su computador personal, que preferiría, otro PC tipo desktop o una notebook (laptop)?

Determinar la aceptabilidad de adquirir equipos de computación mediante internet, sin necesidad de dirigirse a un establecimiento fijo.

1.- ¿Compraría mediante vía electrónica un equipo de computación si la misma le ofreciera los más sofisticados sistemas de seguridad en cuanto a clonación de tarjeta?

2.- ¿Qué condiciones debe cumplirse para que usted se sienta seguro a la hora de comprar por internet?

3.- Si no está de acuerdo en comprar por internet, ¿Cuál será ese motivo y por qué preferiría dirigirse a un establecimiento fijo?

Indagar a los consumidores de equipos de computación cual es la dirección de preferencia donde les gustaría recibir los productos.

1.- ¿Cual es la dirección que usted elegiría para que le sea enviado el equipo de computación? (Hogar, oficina u otro).

2.- ¿Usted prefería que su equipo fuese entregado a su domicilio o preferiría buscar el equipo en persona a algún establecimiento fijo?

Determinar qué servicios adicionales les agradaría obtener relacionados a los equipos de computación.

1.- ¿Adicional a la venta de los equipos, que servicios adicional les gustaría obtener?

Conocer los hábitos de compra en este segmento de mercado.

1.- ¿Con que frecuencia usted cambia su computador personal?

2.- ¿Por qué usted cambiaría su actual computador?

3.- ¿Qué accesorios o consumibles de equipos de computación les gustaría adquirir por internet?

Indagar el fin por el cual adquiriría el equipo de computación.

1.- ¿Cuál sería el uso que usted le daría a su equipo de computación? (Fines personales, fines profesionales, entretenimiento, otros)

Indagar a los consumidores de equipos de computación que información les gustaría que se desplegara en la página web.

1.- ¿Que información en referencia a los equipos de computación usted les gustaría estuviera desplegada en la página web donde adquirirá el computador?

Determinar la aceptabilidad de los empresarios o dueños de negocios de alquilar los equipos de computación.

1.- ¿Si se le ofreciera un servicio personalizado de atención al cliente y de mantenimiento, usted estaría de acuerdo en alquilar los equipos de computación, en vez de comprarlos?

2.- ¿Por qué preferiría comprar que alquilaría?

A continuación se muestra el resultado de la entrevista en profundidad efectuado a cuatro personas relacionadas en el mundo de los equipos de computación tanto de uso profesional como de uso de entretenimiento.

Por motivos de confidencialidad no se mostrarán los nombres de las personas entrevistadas.

PREGUNTA DE ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3	ENTREVISTADO 4	Resumen
¿Que componentes les gustaría que poseyera su equipo de computación a adquirir?	PROCESADOR DUAL CORE. MEMORIA DE 4 GB. TARJETA DE VIDEO 512 MB MÍNIMO. DISCO DE 500 GB	INTEL DUAL CORE 2, TARJETA DE VIDEO 1GB, DISCO DURO 120 GB, 2GB MEMORIA RAM, TARJETA DE SONIDO CON ENTRADAS 5.1, MONITOR PANTALLA PLANA 17 PULGADAS, UNIDADES QUEMADORAS DE DVD, UNIDADES LECTORA DE MEMORIAS.	INTEL QUADCORE – MEMORIA RAM 4GB – TARJETA DE VIDEO Geforce 8800 GTS – 500 GB A 7200RPM SATA – QUEMADOR DE DVD – MONITOR WIDESCREEN DE 21”.	CORE DUO – 2GB DE MEMORIA RAM – MAS DE 160GB DE DISCO DURO – MONITOR FLAT.	Los entrevistados requieren equipos de computación con las siguientes características como mínimo: Procesador con dos núcleos o más. Memoria Ram mayor 2GB. Disco Duro de 500GB. Video con 512MB. Monitor Pantalla plana.
¿Cuál es el precio máximo que usted pagaría por ese equipo?	BsF. 3.500	BsF. 4.000	BsF. 6.500	BsF. 3.000	Los entrevistados están dispuestos a pagar un promedio de BsF. 4.000 por su equipo.
¿Estaría dispuesto a re-potenciar su actual PC, o prefería adquirir una nueva?	NUEVO	PREFERIRÍA ADQUIRIR UNO NUEVO DEBIDO A QUE HAY MUCHOS COMPONENTES QUE NO SON COMPATIBLES CON LOS MODELOS ANTERIORES.	NUEVO	NUEVO	Todos los entrevistados quieren adquirir equipos Nuevos.
¿Si desearía cambiar su computador personal, que preferiría, otro PC tipo desktop o una notebook (laptop o portátil)?	PORTÁTIL, PORQUE ES ÚTIL EN VIAJES.	UN DESKTOP. CONSIDERO QUE UN LAPTOP ES MUY COSTOSO PARA LOS COMPONENTES QUE LO CONFORMAN Y SOLO ES NECESARIAMENTE ÚTIL PARA PERSONAS QUE VIAJAN CON FRECUENCIA Y REQUIERAN DE UN COMPUTADOR CONSIGO.	DESKTOP DEBIDO A QUE SE PUEDE ACTUALIZAR EL HARDWARE MÁS ECONÓMICAMENTE Y EL RENDIMIENTO ES SIGNIFICATIVAMENTE MAYOR QUE LOS LAPTOPS.	DESKTOP, PORQUÉ ES MÁS ECONÓMICO Y SE PUEDE ACTUALIZAR.	Los entrevistados prefieren Desktop por el precio y las posibilidades de actualizaciones de hardware.
¿Compraría mediante vía electrónica un equipo de computación si la misma le ofreciera los más sofisticados sistemas de seguridad en cuanto a clonación de tarjeta?	SI	SI	SI	SI	Todos los encuestados comprarían en Internet si le aseguran estándares de seguridad.
Qué condiciones debe cumplirse para que usted se sienta seguro a la hora de comprar por Internet?	DISPOSITIVOS DE CERTIFICADO DE SEGURIDAD SSL, PROTOCOLOS HTTPS, CERTIFICADOS DIGITALES	QUE SEA UNA EMPRESA RECONOCIDA QUIÉN DE LA GARANTÍA DE LA ENTREGA DEL EQUIPO	DISPOSITIVOS DE CERTIFICADO DE SEGURIDAD SSL.	EMPRESA RECONOCIDA	Los estándares de seguridad requeridos por los entrevistados son: a. Dispositivo de seguridad SSL. b. Certificados digitales y protocolos HTTPS.
Si no está de acuerdo en comprar por Internet, ¿Cuál será ese motivo y por qué preferiría dirigirse a un establecimiento fijo?	TIEMPO DE ENTREGA	EL ENTREVISTADO NO DIO MOTIVO.	TIEMPO DE ENTREGA – TRACKING DEL PRODUCTO.	TIEMPO DE ENTREGA	Los entrevistados les dan importancia al tiempo de entrega.
¿Cuál es la dirección que usted elegiría para que le sea enviado el equipo de computación? (Hogar, oficina u otro).	OFICINA	OFICINA YA QUE EN EL HOGAR NUNCA HAY NADIE	OFICINA	OFICINA	Los entrevistados prefieren recibirlo en la oficina.
¿Usted prefería que su equipo fuese entregado a su domicilio o preferiría buscar el equipo en persona a algún establecimiento fijo?	OFICINA	ENTREGA A DOMICILIO, NO TIENE SENTIDO COMPRAR POR INTERNET SI DE TODOS MODOS TENGO QUE IR A LA TIENDA A BUSCAR EL EQUIPO	OFICINA	OFICINA	Todos los entrevistados están de acuerdo en recibirlo en su lugar de domicilio/oficina.
¿Adicional a la venta de los	INSTALACIÓN, SERVICIO TÉCNICO EN	ACTUALIZACIONES ANUALES DE LOS	SERVICIO TÉCNICO A DOMICILIO –	SERVICIO A DOMICILIO,	Los entrevistados les gustaría obtener los

equipos, que servicios adicionales les gustaría obtener?	SITIO, RESPUESTA INMEDIATA EN RMA (RETURN MERCHANDISE AUTHORIZATION -GARANTÍA)	PROGRAMAS DE COMPUTACIÓN ASÍ COMO EL SISTEMA OPERATIVO Y ANTI VIRUS	ACTUALIZACIÓN DE HARDWARE Y SOFTWARE.	ACTUALIZACIONES GRATUITAS DE SOFTWARE.	siguientes servicios adicionales: a. Servicio Técnico a domicilio. b. Actualizaciones de hardware y software.
¿Con que frecuencia usted cambia su computador personal?	ANUALMENTE	2 A 3 AÑOS	2 AÑOS	2 AÑOS	Los entrevistados cambian los equipos con la siguiente frecuencia: a. 2años b. 1 o 3 años.
¿Por qué usted cambiaría su actual computador?	NECESIDADES DE TECNOLOGÍA ACTUALIZADA, PRODUCTIVIDAD.	OBSOLESCENCIA, NECESITO UN COMPUTADOR MÁS RÁPIDO	OBSOLESCENCIA	OBSOLESCENCIA	Los entrevistados cambiarían sus actuales equipos por los siguientes motivos: a. Obsolescencia. b. Necesidades de tecnología reciente.
¿Qué accesorios o consumibles de equipos de computación les gustaría adquirir por Internet?	CONSUMIBLES	MEMORIAS, TARJETAS DE VIDEO Y AUDIO	TARJETAS DE VIDEOS – MEMORIA – JUEGOS – DISCO DUROS Y CONSUMIBLES	CONSUMIBLES COMO TINTA DE IMPRESORA – PAPEL – DVD.	Los entrevistados les gustaría adquirir los siguientes productos por Internet: a. Consumibles. b. Tarjetas de Videos, disco duro, memoria.
¿Cuál sería el uso que usted le daría a su equipo de computación? (Fines personales, fines profesionales, entretenimiento, otros)	PERSONALES Y PROFESIONALES	ENTRETENIMIENTO	MAYORITARIAMENTE PARA ENTRETENIMIENTO Y ACADÉMICOS. PARA USO PROFESIONAL REQUERIRÍA COMPONENTES MENOS SOFISTICADOS.	PERSONALES – NAVEGAR POR INTERNET.	Los tres principales usos que los entrevistados les dan a sus equipos de computación son: a. Entretenimiento b. Profesionales. c. Personales.
¿Que información en referencia a los equipos de computación usted les gustaría estuviera desplegada en la página web donde adquirirá el computador?	PRECIO, MARCAS, ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	TODA LA INFORMACIÓN REFERENTE A LOS COMPONENTES, MARCAS, Y PROGRAMAS QUE CONTIENE	PRECIOS – INFORMACIÓN DETALLADA DE CADA COMPONENTE DEL COMPUTADOR CON TABLAS COMPARATIVAS.	PRECIO – ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DETALLADA – GARANTÍAS.	Los entrevistados les gustaría que en la página de Internet se despliegue la siguiente información: a. Precio. b. Información detallada.
¿Si se le ofreciera un servicio personalizado de atención al cliente y de mantenimiento, usted estaría de acuerdo en alquilar los equipos de computación, en vez de comprarlos?	DEPENDIENDO DE LOS COSTOS	NO, ES MUY RIESGOSO	NO ALQUILARÍA, SI EL USO ES PERSONAL. SI ALQUILARÍA PARA LA EMPRESA DONDE TRABAJO.	NO LO ALQUILARÍA, PARA USO PERSONAL PREFIERO ADQUIRIRLO.	Los entrevistado no preferiría alquilar los equipos de computación por los siguientes motivos: a. No están de acuerdo. b. Dependería de los costos.
¿Por qué preferiría comprar que alquilaría?	PUEDE SER, A LA LARGA, MÁS ECONÓMICO COMPRARLO Y ME GUSTA QUE EL EQUIPO SEA DE MI PROPIEDAD.	EL ENTREVISTADO PREFIERE TENER LA PROPIEDAD DEL EQUIPO.	PORQUÉ NO ME TENDRÍA QUE ACATAR A LAS CONDICIONES DE UN CONTRATO PARA MODIFICAR EL EQUIPO.	ME GUSTA TENER LA PROPIEDAD DEL EQUIPO.	Los entrevistados expresaron los siguientes motivos para no alquilar los equipos de computación: a. Más económico si es comprado. b. No acatar a condiciones de alquiler.

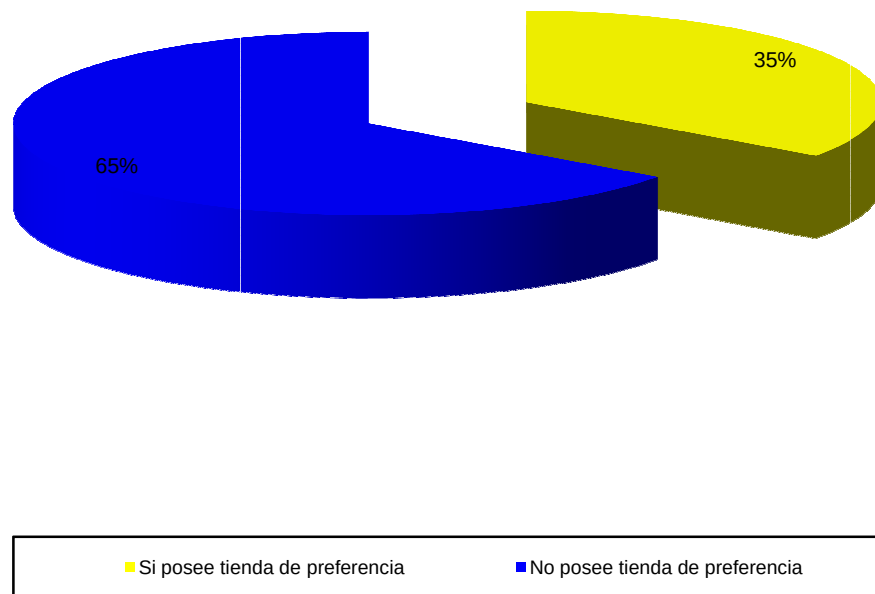
Cuantitativo: Encuesta.

Las preguntas desarrolladas fueron las siguientes:

1. - ¿Tiene usted una tienda de equipos de computación de preferencia?
2. - ¿Con qué frecuencia adquiere equipos de computación para usted o su negocio?
3. - Si tuviese la oportunidad de comprar equipos de computación vía Internet (en Bs.), con envío directo a su dirección de preferencia y con garantía por desperfectos de igual o mayor tiempo de lo que ofrecen las tiendas de equipos de computación convencionales. ¿Usted compraría su equipo utilizando Internet?
4. - Si la respuesta anterior fue NO. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual no compraría el / los equipo(s) de computación vía Internet?
5. - ¿Ha comprado algún producto por Internet alguna vez?
6. - ¿Qué productos relacionados con equipos de computación le gustaría adquirir por Internet para usted o su negocio?
7. - ¿Qué información de gran importancia debería ser mostrada en la página de Internet adicionalmente a los modelos y precios de los productos?
8. - Al adquirir su(s) computadora(s) personal(es) por Internet, usted prefiere.
9. - ¿Cuál es el precio máximo que pagaría por su computador personal de preferencia?
- 10.- ¿Cuál sería el uso principal de su equipo de computación?
- 11.- ¿Qué medio de pago es de su preferencia para su compra del (los) equipo(s) de computación a efectuar por Internet?
- 12.- Indique su sexo
- 13.- Indique su nivel de ingresos
- 14.- ¿Posee tarjeta de crédito?
- 15.- ¿Qué zona de la Gran Caracas vive usted?

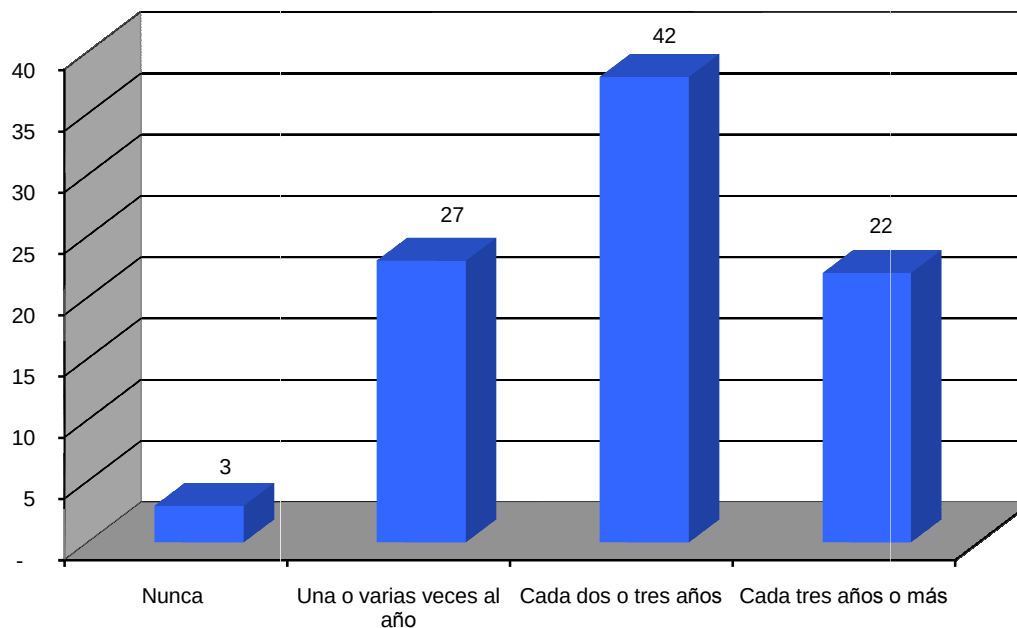
El resultado de la encuesta es el siguiente:

1.- ¿Tiene usted una tienda de equipos de computación de preferencia?



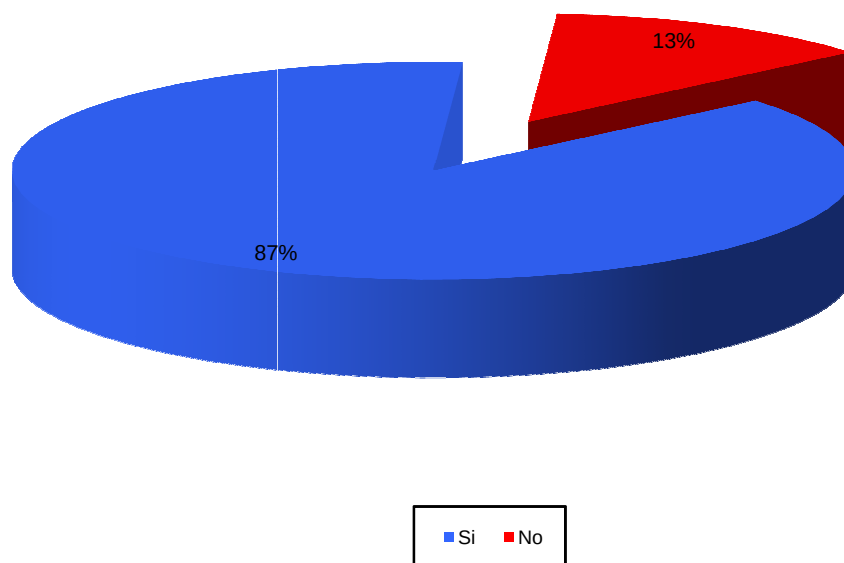
Se aprecia que un 65% de los encuestados no poseen una tienda de preferencia donde adquirir sus equipos de computación. Esto nos permite una penetración de mercado con menos resistencia al cambio. El 35% restante poseen su tienda de computación de preferencia.

2.- ¿Con qué frecuencia adquiere equipos de computación para usted o su negocio?



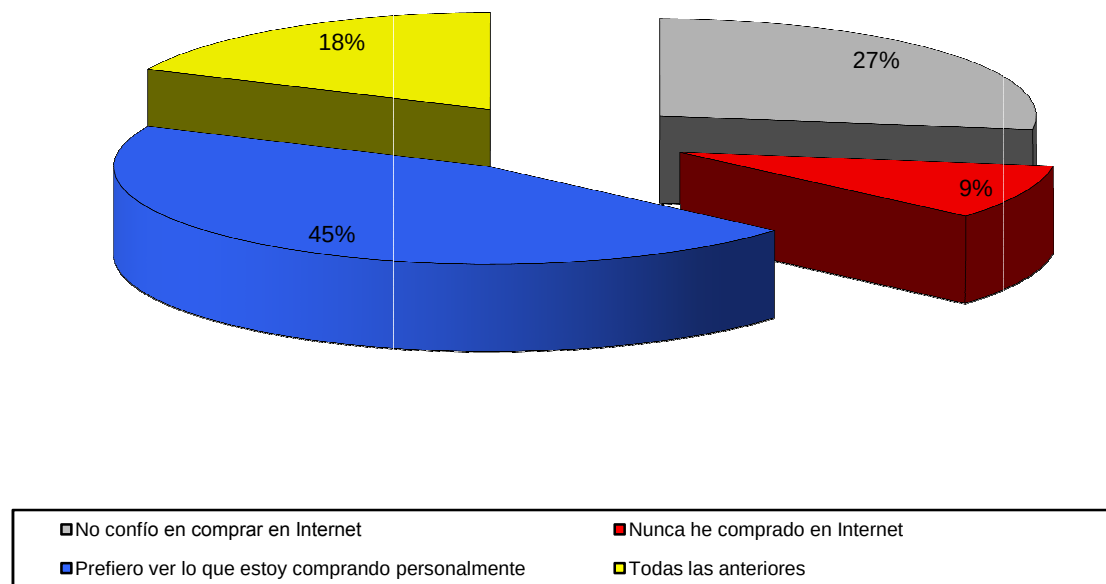
Se observa que 27 de nuestros encuestados adquieren equipos de computación por lo menos una o más veces al año. Si sumamos las personas que adquieren equipos de computación una o varias veces al año y las que adquieren cada dos o tres años nos da 69, lo que se traduce en que 73% de los encuestados cambia su computadora por lo menos cada tres años o menos. Se observa que una reducida cantidad de personas cambia su computadora cada tres años o más (24%) o nunca (3%). En resumen se observa a que los encuestados, en su mayoría, les gusta estar actualizado en lo que en equipos de computación se refiere, lo que se infiere que un mismo cliente repetiría su compra hasta varias veces al año ya sea para uso personal o para su negocio.

3.- Si tuviese la oportunidad de comprar equipos de computación vía Internet (en Bs.), con envío directo a su dirección de preferencia y con garantía por desperfectos de igual o mayor tiempo de lo que ofrecen las tiendas de equipos de computación convencionales. ¿Usted compraría su equipo utilizando Internet?



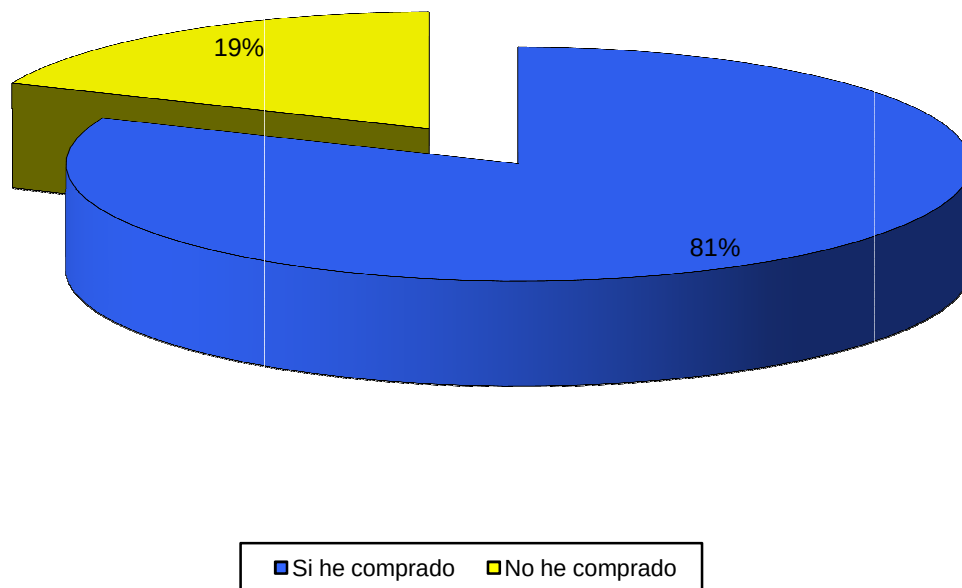
Se observa que un 87% de los encuestados si comprarían sus equipos de computación vía Internet, si se cumple ciertas condiciones como: Envío directo a la dirección de preferencia del consumidor, garantía por desperfectos de igual o mayor tiempo de las tiendas convencionales de equipos de equipos de computación. Un 13% de los encuestados no compraría por Internet los equipos de computación.

4.- Si la respuesta anterior fue NO. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual no compraría el / los equipo(s) de computación vía Internet?



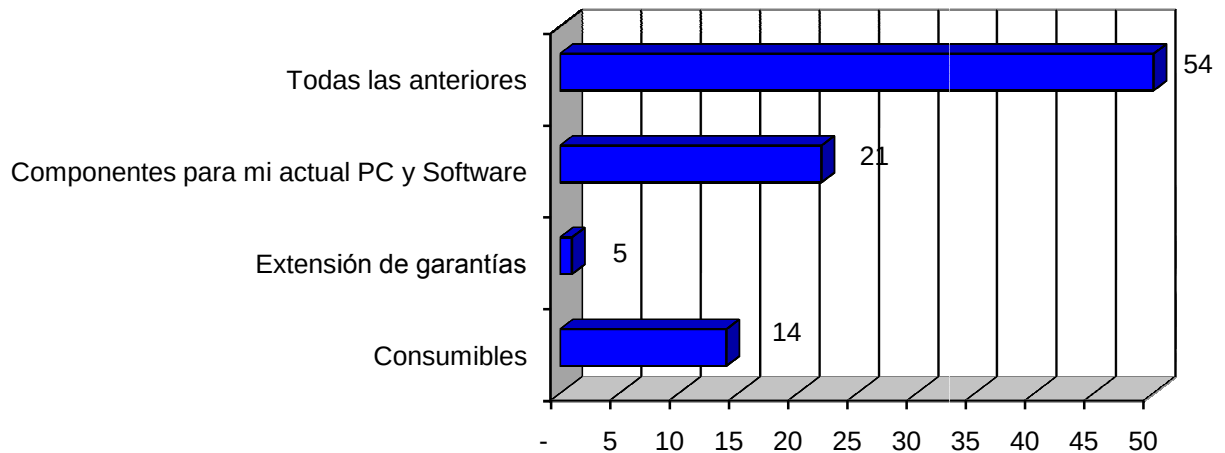
Se observa que del 13% que no compraría por Internet reflejada en la pregunta anterior, el 45% no lo haría porqué prefiere ver personalmente lo que está comprando y si sumamos los que no confían en comprar en Internet y los que nunca han comprado por esa vía eso sumaría un 36% del 13% que no compraría por Internet.

5.- ¿Ha comprado algún producto por Internet alguna vez?



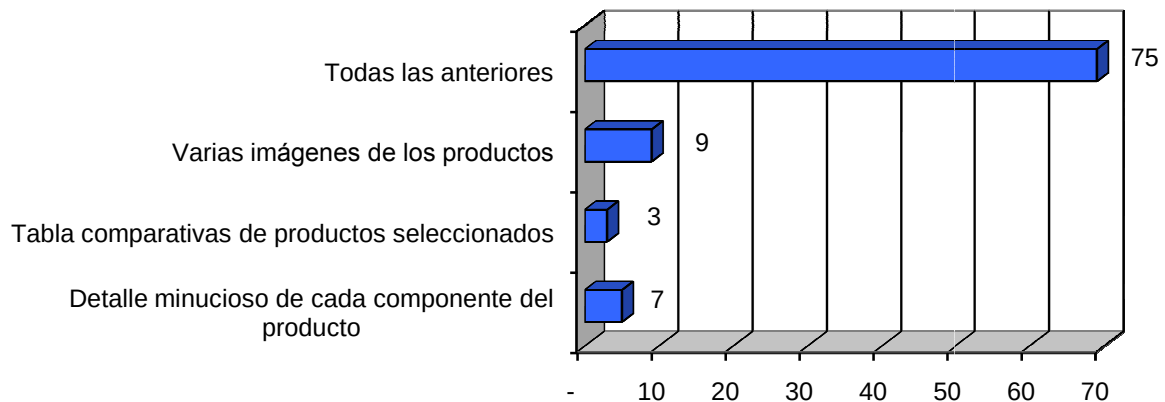
Un 81% de los encuestados han comprado por Internet algún producto por lo menos una vez. Esto se traduce en una alta probabilidad de que una persona adquiera un equipo en computación por Internet. La tendencia es que durante el tiempo las personas tengan más confianza en realizar compras y distintas transacciones por Internet, por lo que el 19% de los encuestados que no han comprado por Internet es una condición temporal que disminuirá en el tiempo.

6.- Qué productos relacionados con equipos de computación le gustaría adquirir por Internet para usted o su negocio?



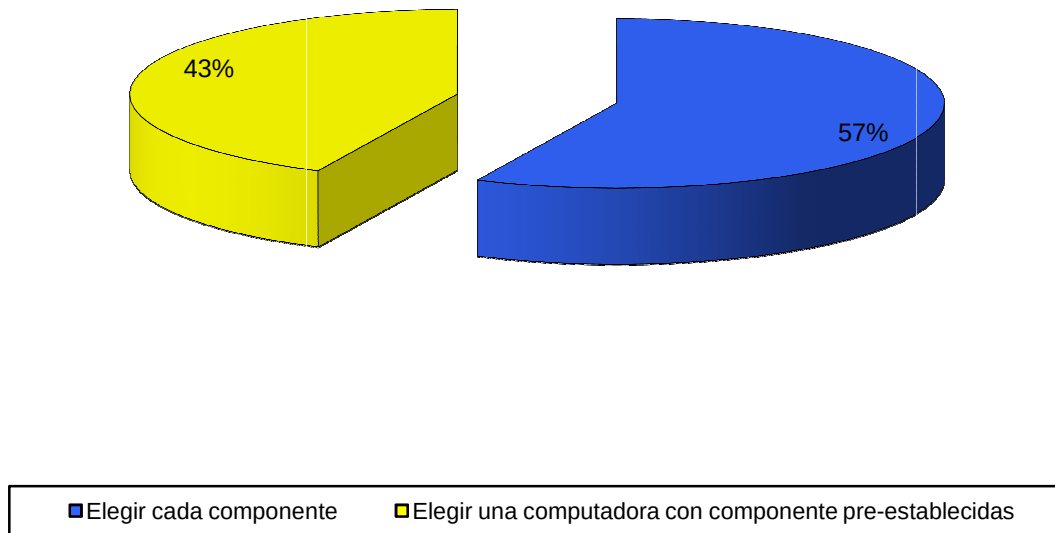
Se observa que 54 de los encuestados que representan el 58% adquirirían componentes para mi actual PC y Software, Consumibles y extensión de garantía, si sumamos los que adquirirían componentes para su PC actual y Software y Consumibles suma 35 encuestados que representa el 37%. Se observa que fuera del grupo con adquirirían todas las opciones, la opción menos importante es la extensión de garantías. No obstante, dentro del grupo de todas las opciones quizás la opción de extensión de garantías sea lo más importante.

7.- ¿Qué información de gran importancia debería ser mostrada en la página de Internet adicionalmente a los modelos y precios de los productos?



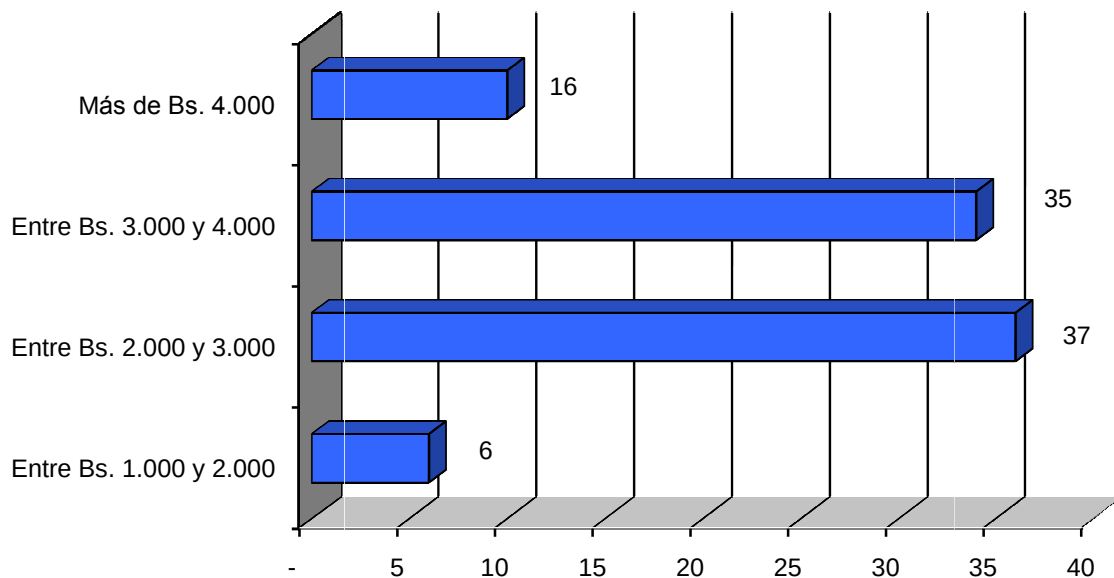
Se observa que 75 de los encuestados que representan un 80% de la muestra le dan importancia a que la información de los equipos de computación desplegada en la página de Internet contenga varias imágenes de los productos, tablas comparativas de productos seleccionados y detalle minucioso de cada componente del producto. 9 encuestados solo le dan importancia a las imágenes de los productos.

8.- Al adquirir su(s) computadora(s) personal(es) por Internet, usted prefiere:



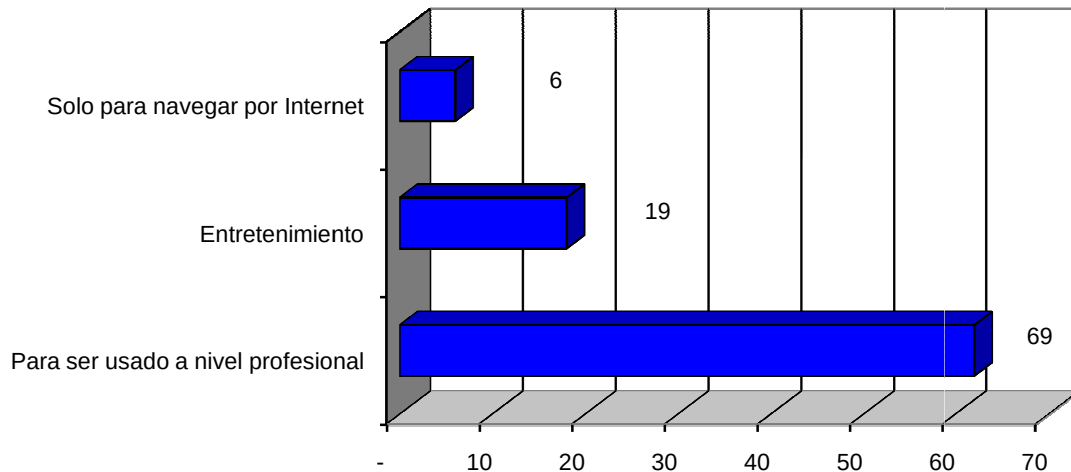
El 57% de los encuestados prefieren elegir en una lista con varias opciones cada uno de los componentes del equipo de computación a adquirir. También se puede observar que existe una porción importante de 43% que prefieren elegir una computadora ya armada con características pre-establecidas para cada tipo de usuario. Esta información es muy importante ya que se debe satisfacer las necesidades de ambos tipos de clientes.

9.- ¿Cuál es el precio máximo que pagaría por su computador personal de preferencia?



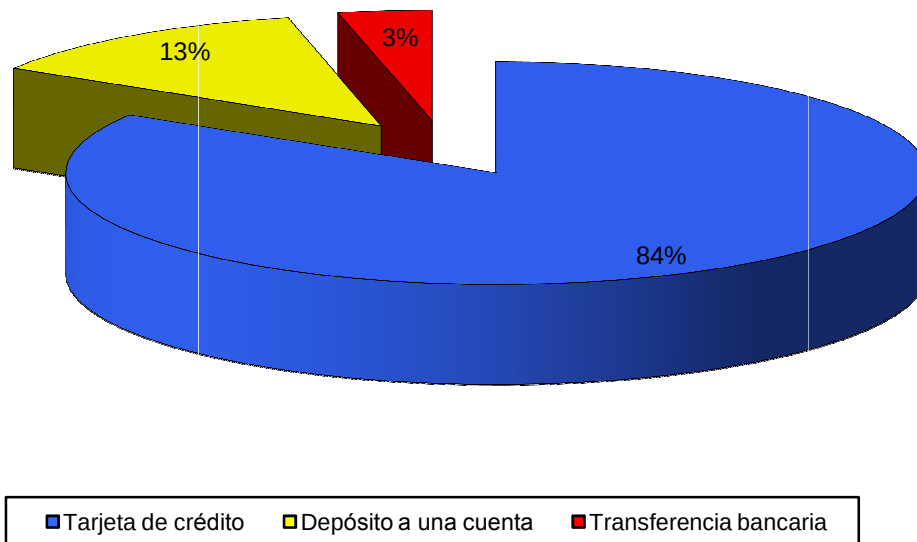
Se observa que 37 de los encuestados que representan el 39% está dispuesto a pagar entre Bs. 2.000 y Bs. 3.000 por el computador personal de preferencia. Si sumamos al anterior los encuestados que estarían dispuesto por pagar entre Bs. 3.000 y Bs. 4.000 dan 72 encuestados que representan 77%. Se observa que un pequeño pero importante grupo de encuestados (16) estarían dispuestos a pagar un monto mayor de Bs. 4.000 por su equipo de preferencia. Es información es importante para determinar lo que está dispuesto a pagar las personas por los equipos de computación para planificar que tipo de componentes adquirir para armar estos equipos.

10.- ¿Cuál sería el uso principal de su equipo de computación?



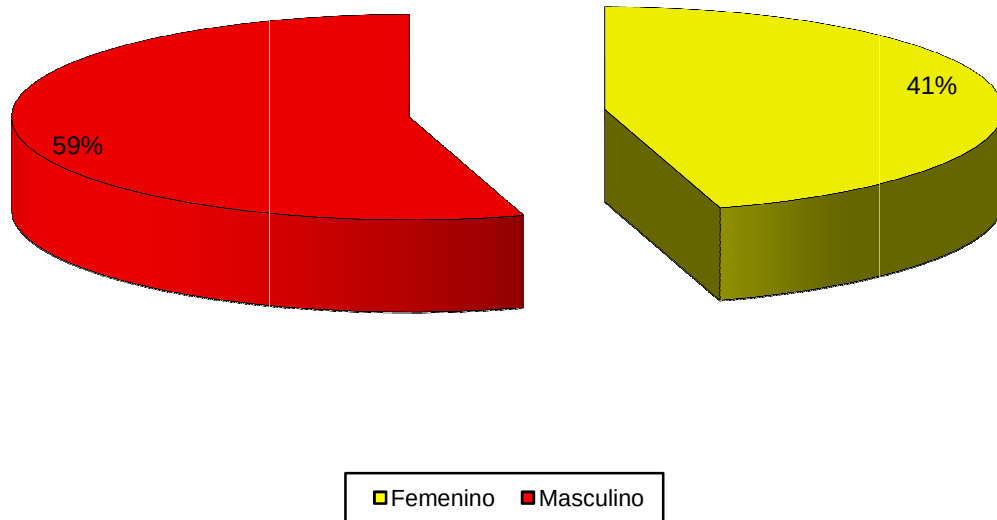
Se observa en 69 de los encuestados que el principal uso que le darían al equipo de computación es en el ámbito profesional. En segundo lugar entretenimiento y se asume que en todas las opciones incluyen la navegación por Internet. Es importante el conocimiento de esta información debido a que con esto se puede saber que componentes adquirir más para tener en inventario para armar el computador ya que no es lo mismo los componentes de un computador destinando para entretenimiento (juegos) que para ser usado a nivel profesional. Esta información es importante también para debido que el diseño de los computadores debe ser destinado para un perfil profesional.

11.- ¿Qué medio de pago es de su preferencia para su compra del (los) equipo(s) de computación a efectuar por Internet?



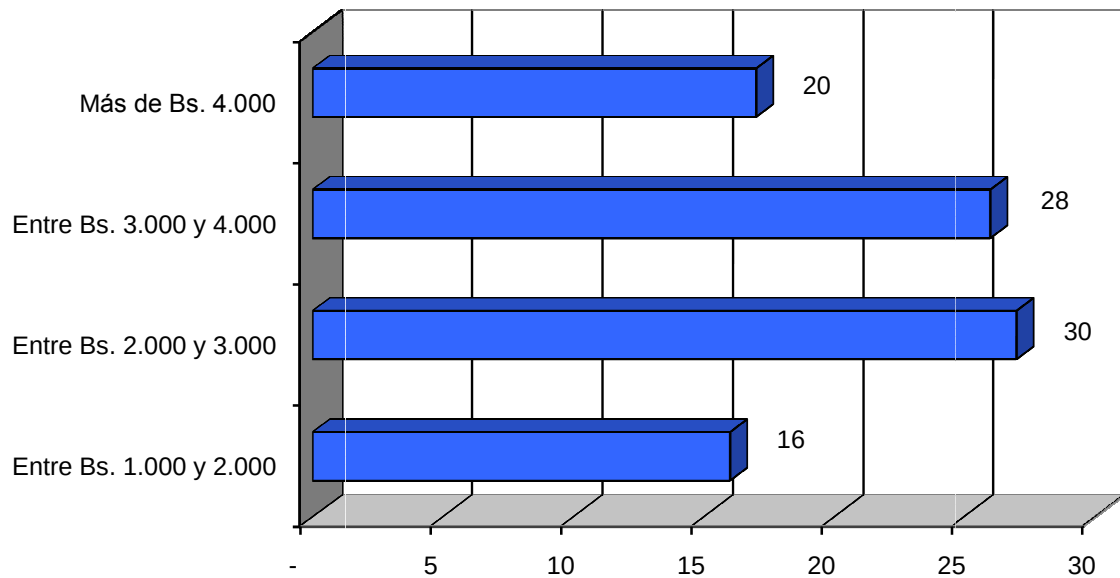
El 84% de los encuestados prefieren pagar con sus tarjetas de créditos. Esto es importante y beneficioso debido que es el proceso más rápido y directo de los tres preguntado, ya que el cliente llena los datos necesarios de la tarjeta de crédito por Internet, luego el sistema automáticamente se conecta al banco y bloquea el monto. En el resto de los casos el proceso es más engorroso y el retraso puede llegar hasta 48 horas más.

12.- Indique su sexo:



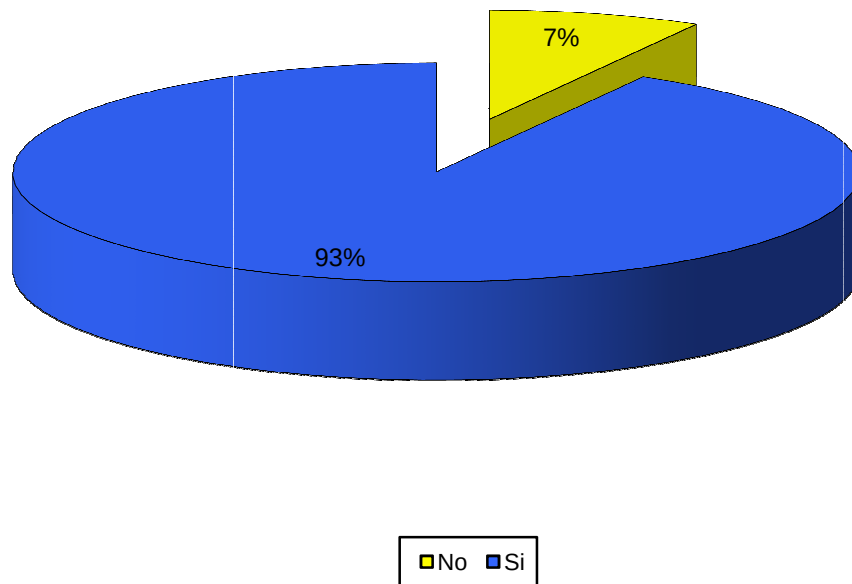
El 59% de los encuestados son del sexo Masculino. Se observa que es una muestra homogénea.

13.- Indique su nivel de ingresos



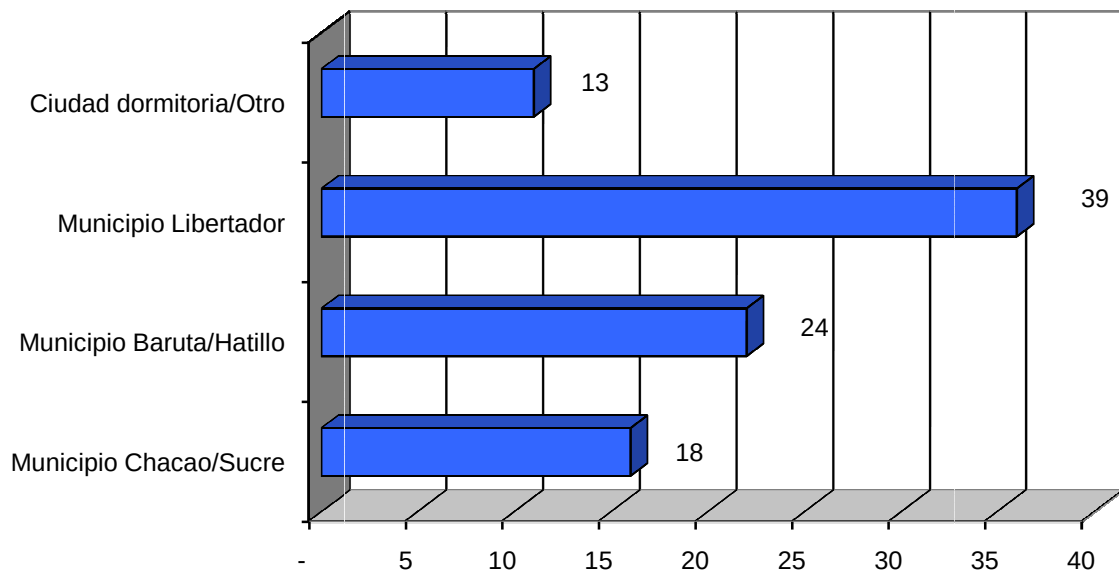
Se observa que si sumamos los encuestados que poseen ingresos entre Bs. 2.000 y 3.000 y los que poseen ingresos entre Bs. 3.000 y 4.000 se obtiene que 58 de los encuestados que representa el 62% de la muestra poseen ingresos entre Bs. 2.000 y Bs. 4.000. La muestra refleja que los encuestados tienen el poder adquisitivo necesario para adquirir el (los) equipo(s) de computación de su preferencia.

14.- ¿Posee tarjeta de crédito?



El 93% de los encuestados posee tarjeta de crédito. Esta información nos reafirma la posibilidad de vender equipos de computación de Internet de manera efectiva.

15.- ¿Qué zona de la Gran Caracas vive usted?



Se observa que 39 de los encuestados viven en el oeste de la Gran Caracas. Si sumamos municipio Baruta/Hatillo y Chacao/Sucre dan 42 encuestados que viven en el este de Caracas que representan el 45% de la población. Esta información es importante tomarla en cuenta debido a que los equipos de computación y sus accesorios serán enviados a domicilio.

CAPITULO V:

CONCLUSIÓN

Luego de realizar la investigación de analizar el mercado para conocer las preferencias de los consumidores de equipos de computación y determinar la aceptación que ellos tienen de realizar sus comprar a través de internet, podemos concluir que, según las entrevistas y encuestas realizada, es altamente factible la idea de vender estos equipos por ese medio, la aceptación fue casi de 90% de los encuestados, y la tendencia es que con el tiempo sean menos las personas con resistencia a comprar por internet. El principal uso que los encuestados le dan a sus equipos de computación es de nivel profesional, es decir, para uso cotidiano de trabajo o para trabajos de la universidad o estudios, esta información es importante ya que nos guía en que componentes se debe tener como inventario y que diseño externo deben tener los computadores, esto debido a que los componentes más costosos del computador es cuando su uso es destinado al entretenimiento (juegos) ya que la tarjeta de video, la tarjeta de sonido y el monitor especial incrementaría el precio original del equipo a más del doble. Un porcentaje importante de los encuestados está dispuesto a pagar un precio razonable por el equipo de su preferencia, esto incrementa la factibilidad de éxito del negocio.

En las entrevista en profundidad principalmente se determino que tanto las personas que destinarían su o sus equipos de computación, tanto de uso individual como en su negocio, prefieren altamente tener la propiedad del mismo que arrendarlo. Por lo que en un primer momento el presente proyecto no incorporaría dentro de sus productos la opción de arrendamiento o leasing. Este tema se trataría de manera personal directamente con las empresas interesadas en esta opción.

Adicionalmente, las personas entrevistadas y encuestadas les gustaría poder comprar por internet, consumibles y componentes para sus actuales equipos. Esta información es importante ya que a nivel de consumibles, tales como, tintas de impresora, papel tamaño carta, cd y dvd vírgenes, etc, son de consumo masivo para pueden ayudar a la rentabilidad de la empresa.

RECOMENDACIONES:

Una vez terminada la investigación de mercado, las recomendaciones más importantes son los siguientes:

Existe una oportunidad de negocio en importante no explorado aún en Venezuela, que es la ventas de equipos de computación vía internet, ser unos de los primeros sería de gran importancia para un buen posicionamiento futuro.

La primera recomendación es crear una página de internet que sea de fácil uso para cualquier tipo de clientes, que muestre gran información del producto, con suficiente imágenes. Una sección de chat 24 horas con personal técnico especializado y brindar la mayor seguridad posible cuando el cliente realicé el pago vía electrónica, esto para evitar clonaciones o cualquier perjuicio que se traduzca en una mala fama de la compañía.

El principal uso que la muestra seleccionada les da a sus equipos de computación es un uso profesional o de estudio, por lo que los inventarios y modelos externos de los equipos tienen que ser serio y elegante en su mayoría.

A pesar de lo anterior, no se debe descuidar el mercado de personas que utilizan las computadoras como fuente de entretenimiento, especialmente para el de juego, ya que es en este campo donde se puede encontrar la mayor rentabilidad del negocio debido a los costosos de los componentes destinados para el disfrute de los juegos, tales como: tarjetas de video de alto performance, tarjetas de sonido de última generación, monitores de gran tamaño especialmente diseñados para video juego, sin contar procesadores (CPU) de mayor rendimiento que pudiesen incrementar hasta 4 veces el precio de un equipo que simplemente se utilizaría para navegar por internet o uso profesional.

El servicio post-venta es vital para la permanencia del negocio en el tiempo. La probabilidad de des configuración de los equipos de

computación es alta, por lo que se puede conseguir una oportunidad de negocio importante, se puede cobrar una cuota anual de servicio a domicilio por cualquier falla que pudiera tener el equipo. Generalmente estos fallos son de fácil solución, por lo que la cuota puede resultar en grandes ingresos para la compañía.

Al ser un mercado muy competido, se recomienda en el primer año de existencia el uso extensivo de publicidad, especialmente por internet ya que es el medio que nos interesa captar clientes. Y, aunque sea un mercado muy competido, son pocos los que realmente prestan servicio de calidad y tienen los componentes que realmente se necesita.

Por último, asesorar al cliente en el tipo de computador que necesita sin costo adicional sería de gran valor agregado. Ya que el cliente se puede ahorrar dinero en dejar de comprar componentes que realmente nunca utilizaría. Esto se traduciría en un cliente feliz que repetiría y que nos recomendaría a los demás.

BIBLIOGRAFÍA:

Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, de Stanton, Etzel y Walker, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 212-219.

Mercadotecnia, Primera Edición, de Sandhusen L. Richard, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 229.

Como hacer una tesis. Guía para elaborar y redactar trabajos científicos. Sabino, 1996. Editorial Panapo. pag 198.

Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico, Segunda Edición, de Malhotra Naresh, Prentice Hall, 1997, Págs. 130 y 196.

Concepto de encuesta, disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Encuesta>, consultado el 26 de Enero de 2008.

Concepto de entrevista, disponible en <http://www.geocities.com/diplotecnicas/entrevista1.htm>, consultado el 26 de Enero 2008.

Conceptos generales de equipos de computación, disponibles en <http://es.wikipedia.org>, consultado el 4 de Noviembre de 2007.

Conceptos de población y muestras disponibles en <http://ares.unimet.edu.ve/postgrado>, <http://www.profesiones.cl>, <http://www.eustat.es/document/datos/>, consultado el 26 de Enero de 2008.

ANEXOS:

Encuesta realizada:

Encuesta Número: _____
Lugar: _____

Encuesta

Gracias por aceptar participar en esta encuesta. Estimado entrevistado, a continuación encontrará un cuestionario dirigido a conocer su opinión en aspectos relacionados con compra de equipos de computación utilizando medios electrónicos (Internet). No hay respuestas correctas ni incorrectas. Lo importante es que opine de la manera más directa y espontánea posible. La información recogida será tratada confidencialmente y será utilizada en fines académicos. Solo le tomará 5 minutos.

Favor marque con una "X" la respuesta que usted considere más apropiada.

1. - ¿Tiene usted una tienda de equipos de computación de preferencia?

a.- Si: _____

b.- No: _____

2. - ¿Con qué frecuencia adquiere equipos de computación para usted o su negocio?

a.- Nunca: _____

b.- Una o varias veces al año _____

c.- Cada dos a tres años: _____

d.- Cada tres años o más: _____

3.- Si tuviese la oportunidad de comprar equipos de computación vía Internet (en Bs.), con envío directo a su dirección de preferencia y con garantía por desperfectos de igual o mayor tiempo de lo que ofrecen las tiendas de equipos de computación convencionales. ¿Usted compraría su equipo utilizando Internet?

a.- Si: _____

b.- No: _____

4.- Si la respuesta anterior fue NO. ¿Cuál sería el motivo principal por el cual no compraría el / los equipo(s) de computación vía Internet?

a.- No confío en comprar en Internet: _____

b.- Nunca he comprado por Internet: _____

c.- Prefiero ver lo que estoy comprando personalmente: _____

d.- Todas las anteriores: _____

5.- ¿Ha comprado algún producto por Internet alguna vez?

a.- Si: _____

b.- No: _____

6.- ¿Qué productos relacionados con equipos de computación le gustaría adquirir por Internet para usted o su negocio?

a.- Consumibles: _____

b.- Extensión de garantías: _____

c.- Componentes para mi actual PC y Software: _____

d.- Todas las anteriores: _____

7.- ¿Qué información de gran importancia debería ser mostrada en la página de Internet adicionalmente a los modelos y precios de los productos?

a.- Detalle minucioso de cada componente del producto: _____

b.- Tabla comparativas de productos seleccionados: _____

c.- Varias imágenes de los productos: _____

d.- Todas las anteriores: _____

8.- Al adquirir su(s) computadora(s) personal(es) por Internet, usted prefiere:

a.- Elegir entre varias opciones cada uno de los componentes con la que se armara el equipo (cantidad de memoria RAM, tamaño de Disco duro, tipo de tarjeta de vídeo, etc.): _____

b.- Elegir entre una lista de computadores ya armados con características pre-establecidas según el tipo de usuario: _____

9.- ¿Cuál es el precio máximo que pagaría por su computador personal de preferencia?

a.- Entre Bs. 1.000 y 2.000: _____

b.- Entre Bs. 2.000 y 3.000: _____

c.- Entre Bs. 3.000 y 4.000: _____

d.- Más de Bs. 4.000: _____

10.- ¿Cuál sería el uso principal de su equipo de computación?

a.- Para ser usada a nivel profesional (trabajo): _____

b.- Entretenimiento (juegos, ver películas, escuchar música, editar fotos, etc.): _____

c.- Solo para navegar por Internet: _____

11.- ¿Qué medio de pago es de su preferencia para su compra del (los) equipo(s) de computación a efectuar por Internet?

a.- Tarjeta de crédito: _____

b.- Depósito a una cuenta: _____

c.- Transferencia bancaria: _____

12.- Por favor, Indique su sexo:

a.- Femenino: _____

b.- Masculino: _____

13.- Por favor, Indique su nivel de ingresos:

- a.- Entre Bs. 1.000 y 2.000: _____
- b.- Entre Bs. 2.000 y 3.000: _____
- c.- Entre Bs. 3.000 y 4.000: _____
- d.- Más de Bs. 4.000: _____

14. - ¿Posee tarjeta de crédito?

- a.- No: _____
- b.- Si: _____

15.- ¿Qué zona de la Gran Caracas vive usted?

- a.- Municipio Chacao/Sucre: _____
- b.- Municipio Baruta/Hatillo: _____
- c.- Municipio Libertador: _____
- d.- Ciudad dormitorio/Otro: _____

Gracias por haber dedicado su valioso tiempo en contestar las preguntas de esta encuesta.

DEDICATORIA

A mi abuela Antonia, por haber guiado mis pasos, por apoyarme en los momentos más difíciles, por la paciencia y comprensión y por los principios y valores que me inculcaste. Gracias Nonneta. Te quiero.

.

AGRADECIMIENTOS

A...

...Todas aquellas personas que gracias a su participación en las entrevistas y encuestas hicieron este trabajo posible.

...**A mi Tutor Vincenzo Ruggiero**, por brindarme apoyo y los conocimientos teóricos y prácticos de un trabajo de investigación de mercado.

... **A mis compañeros de trabajo**, por haberme apoyado en la culminación de mi postgrado y en la elaboración de mi trabajo especial de grado.

... **A mis familiares y a mi novia Yesenia Lentini**, por el apoyo, la paciencia y la comprensión que tuvieron durante todo el postgrado.

¡Mil Gracias!

INDICE:

Introducción.	5
CAPÍTULO I	
1.- Planteamiento del problema.	7
2.- Objetivos Generales.	8
3.- Objetivos específicos.	8
4.- Justificación del problema.	9
5.- Limitaciones.	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
1.- Antecedentes históricos.	12
2.- Conceptos y definiciones de los términos relativos a equipos de computación.	18
3.- Precios y promociones.	30
4.- Medio Ambiente Legal.	30
5.- Medio Ambiente Económico.	31
6.- Plaza.	32
7.- Factor Demográfico.	33
8.- Factor Cultural.	33
9.- Medio Ambiente Social.	33
10.- Recursos Humanos.	34
11.- Tecnología.	34
12.- Competencia.	35
13.- Política.	36
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	
Fuentes de información y Método de obtención.	38
1.- Población.	40
2.- Muestra.	40
3.- Tamaño de la muestra.	40
4.- Tipo de investigación realizada.	42
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	
Cualitativo: Matriz de encuesta en profundidad.	45
Cuantitativo: Encuestas.	50
CAPÍTULO V	
Conclusiones.	66
Recomendaciones.	68
Bibliografía.	70
Anexos.	71