



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

**DEPARTAMENTO DE POSGRADOS**

**Posicionamiento de la Empresa**

**Pc Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY**

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de  
Magíster en Administración de Empresas

**Autor:**

Diana Leticia Coello Mora

**Director:**

Ing. María Elena Castro Rivera, Mgt.

**Cuenca – Ecuador**

**2023**

## Resumen

El presente estudio se enfoca en la reingeniería de la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, mediante un proceso de reestructuración organizacional y una propuesta diversificación en la comercialización de dispositivos inteligentes en el campo de la domótica, implementando una tienda física y online con servicio a domicilio, proponiendo un modelo de negocio para posicionarla en el mercado. La domótica tiene beneficios como el aumento del tiempo compartido en familia y la eficiencia energética; y para aprovechar estas ventajas, se ha elaborado: un plan de marketing estratégico enfocado en el mercado cuencano, un plan de dirección estratégica empresarial para establecer estrategias claras de desarrollo y una estrategia financiera que demuestre la viabilidad del plan de negocio; dicha propuesta se basa en un diagnóstico situacional, mediante una investigación de mercados y el análisis de los precios de la competencia.

**Palabras clave:** Reingeniería, diversificación, dispositivos inteligentes, domótica, eficiencia energética, plan de marketing estratégico, dirección estratégica empresarial, plan estratégico financiero, investigación de mercado, estudio de precios, posicionamiento, innovación.

## **Abstract**

This study addresses the reengineering of PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY through an organizational restructuring and a diversification proposal into the marketing of smart devices in the field of home automation. This was carried out by implementing a physical and online store with home delivery service through a business model to position it in the market. Home automation has benefits such as increased shared family time and energy efficiency. In order to take benefit of these advantages, a strategic marketing plan was developed aimed at Cuenca market, a strategic business direction plan to establish clear development strategies, and a financial strategy to demonstrate the viability of the business plan. This proposal is based on a situational diagnosis, through market research and analysis of competitor prices.

**Keywords:** Reengineering, diversification, smart devices, home automation, energy efficiency, strategic marketing plan, business strategic management, financial strategic plan, market research, price analysis, positioning, innovation.

Translated by:



**Diana Coello**

## TABLA DE CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| Título definido en el módulo Plan de Negocio.....                             | 4  |
| Antecedentes.....   | 4  |
| Problemática.....   | 6  |
| Objetivo General.....   | 7  |
| Objetivos específicos:.....   | 7  |
| CAPÍTULO 1 - Análisis Estratégico e Identificación del Modelo de Negocio..... | 8  |
| CAPÍTULO 2 - Estrategia de Marketing.....                                     | 9  |
| CAPÍTULO 3 - Planificación Estratégica.....                                   | 10 |
| CAPÍTULO 4 - Plan Financiero.....   | 11 |
| Conclusiones.....   | 12 |
| Recomendaciones.....  | 15 |
| Referencias.....  | 17 |

## Título definido en el módulo Plan de Negocio.

Posicionamiento de la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY

### Antecedentes

El desarrollo y la investigación en el campo de la domótica se ha incrementado en los últimos años, estudiando el control eficiente de energía en los hogares; a través del uso de dispositivos inteligentes para el hogar, con la implementación del “Internet de las Cosas”, como indican en su estudio realizado en Bolivia, los autores Escobar Gallardo & Villagarzón (2018). Con este concepto concuerdan los autores, Corredor-Sánchez et al., (2021), en donde se refieren a que el internet de las cosas, promueve una interconexión de los objetos que el ser humano usa en su día a día, para que sean administrados, controlados y/o monitoreados, a través de tecnologías telemáticas. Por otra parte, en un artículo revisado de Chile, sugiere que la domótica “surge cuando el ser humano se deshace de los artefactos aislados, para automatizar directamente el medio en el que se vive” (Henríquez & Palma, 2011, p. 129).

La domótica tiene sus inicios en Estados Unidos y Japón, donde por primera vez se comenzó a usar esta tecnología. Hoy en día, el internet y la redes wifi, posibilitan una interconexión de varios dispositivos inteligentes a la vez, brindando comodidad, confort y acceso a un mundo de posibilidades gracias al uso de la tecnología.

Por lo expuesto en este documento, se evidencia que el campo de la domótica, está en constante desarrollo e innovación tecnológica, y que, está presente y tomando fuerza en varios países del mundo. Además, es importante resaltar que trae múltiples beneficios para las personas que implementen esta tecnología en sus viviendas y oficinas. Todo esto, se puede conseguir gracias a los dispositivos inteligentes, que hoy en día podemos encontrar en el mercado a costos módicos. Existen, numerosas familias que están conectadas a través del internet, queriendo obtener el mejor provecho y vivir con mayor confort, comodidad, seguridad y con el uso eficiente de energía, es decir, que sea sustentable con el medio ambiente. Asimismo, no solo se presentan estos beneficios, sino otros implícitos como: entretenimiento, tiempo de calidad en familia y seguridad. Toda esta innovación tecnológica está siendo introducida en el mercado cuencano y se encuentra a nuestro alcance.

Es necesario indicar, que el presente estudio se centra en implementar una propuesta para fortalecer a la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, la cual nace como un nuevo emprendimiento, el 11 de abril del 2019, con actividades de reparación, mantenimiento, configuración y venta de equipos de computación.

En el año 2020, debido a la pandemia ocasionada por el Covid 19, la cual trajo consigo el confinamiento, afectó a muchos negocios a nivel mundial impidiendo su adecuado desenvolvimiento, ya que, al ser una empresa nueva en el mercado, no contaba con recursos suficientes para abrir un local físico, lo cual obstaculizó que se pudieran llevar a cabo de manera adecuada sus operaciones comerciales.

Actualmente, la empresa tiene una cartera de clientes, a los cuales se les brinda servicio técnico profesional y mantenimiento de equipos. En cuanto a la venta y comercialización de equipos de computación, repuestos o accesorios, se realiza preventa, para lo cual, se mantiene un acuerdo con empresas distribuidoras locales, quienes son empresas mayoristas a nivel local de equipos de computación y tecnología, que proveen de stock de mercadería a precios preferenciales para obtener un margen de ganancia, esto permite ofrecer a los clientes precios accesibles y competitivos que van acorde al mercado de la ciudad de Cuenca.

El presente modelo de negocio se ha planteado como un proyecto con elementos innovadores en el mercado cuencano, ya que, se encuentra en expansión. Uno de los objetivos, es analizar la factibilidad de realizar una reingeniería de la empresa, que permita una diversificación de los productos, para no encasillarse únicamente en la venta de computadores, laptops, impresoras, servicio de mantenimiento e instalación de equipos de computación; sino, además, incursionar en la comercialización de dispositivos inteligentes para el hogar en el campo de la domótica. La tecnología que utiliza es el “internet de las cosas” como elemento de interconexión, para el uso de diferentes dispositivos tecnológicos automatizando tareas dentro del hogar, por medio de comandos de voz para ejecutar varias funciones, a través de conexiones wifi. Sin dejar de lado, el servicio técnico, mantenimiento e instalación de equipos tecnológicos, como un elemento diferenciador para los clientes, brindando un servicio personalizado en la tienda física y en la tienda online dando un servicio a domicilio.

También, son un elemento importante para la seguridad en los hogares y oficinas, puesto que estos dispositivos tienen una conexión por medio de cámaras web, para monitorear en tiempo real y realizar grabaciones, lo que permite un control y vigilancia 24 horas los 7 días de la semana. Otros usos para los dispositivos inteligentes son: juegos, escuchar audio-libros, noticias, conocer el clima, escuchar música, pasar tiempo en familia con juegos interactivos, etc. Todos estos beneficios experienciales, son un elemento innovador y que está ingresando con fuerza al mercado Cuencano.

## **Problemática**

Dentro de los principales desafíos, podemos referirnos a la domótica como una herramienta aún desconocida para muchas personas, debido al temor hacia el uso de nueva tecnología y dispositivos inteligentes para el hogar, aunque el mercado está en crecimiento y la domótica ofrece muchas ventajas, como la automatización de distintos sistemas de iluminación, gestión multimedia, encendido y apagado de aparatos electrónicos, seguridad en el hogar, etc., es un verdadero reto romper este temor, sobre todo en personas con un rango de edad mayor de 65 años en adelante.

Así como, la falta de conocimiento y comprensión de la tecnología podría ser considerado como un factor importante que puede generar rechazo o temor hacia la domótica. Otra razón puede consistir en la falta de interés o necesidad percibida por parte de los consumidores, la falta de estándares y regulaciones claras, y la complejidad de la instalación y el mantenimiento de los sistemas domóticos (Ignacio R., Matías; López-Amo, 2017).

Según los autores, Ignacio R. y López-Amo (2017), hablan en su artículo sobre el desarrollo y la implementación de sistemas de automatización del hogar, también conocidos como domótica. Se cubre la historia de la tecnología, incluyendo sus orígenes en Japón y Estados Unidos, así como su adopción en Europa. La tecnología ha evolucionado desde sus inicios en la década de 1970, cuando se desarrollaron los primeros sistemas de control de iluminación y climatización. Desde entonces, la tecnología ha avanzado significativamente, y hoy en día existen sistemas comerciales que pueden controlar prácticamente cualquier función en el hogar. Los sistemas de automatización

del hogar se han vuelto cada vez más populares en todo el mundo, y se espera que el mercado siga creciendo en los próximos años. Los sistemas comerciales están disponibles en una amplia gama de precios, desde sistemas básicos para hogares pequeños hasta sistemas más avanzados.

Sin embargo, se puede inferir que una de las razones que causan el retraso de la implementación de esta tecnología, puede ser el costo de los sistemas domóticos, ya que, existen sistemas comerciales disponibles en una amplia gama de precios. También, podemos decir que las empresas de la competencia están implementando una gama de productos en la línea de domótica dentro de sus negocios, por lo que se convierte en un desafío para la empresa al momento de ganar participación en el mercado.

En consecuencia, podemos decir que la domótica es una tecnología emocionante que tiene el potencial de mejorar significativamente la comodidad, la seguridad y la eficiencia energética en el hogar. Con la integración de servicios adicionales, como sensores, telefonía y televisión, utilizando cables de fibra óptica, la tecnología tiene aún más potencial para mejorar la vida de las personas.

### **Objetivo General**

Determinar la factibilidad y viabilidad del plan de negocio, para el posicionamiento de la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, enfocado en un segmento del mercado cuencano, que permita obtener rentabilidad, garantizando la sostenibilidad y posicionamiento de la empresa.

### **Objetivos específicos:**

- Hacer una propuesta de modelo de negocio para la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, posicionándola en el mercado de la ciudad de Cuenca – Ecuador, mediante la diversificación de productos inteligentes para el hogar en el área de la domótica.
- Crear una propuesta de un plan de marketing estratégico, enfocado en el mercado cuencano que permita su posicionamiento en la mente de los consumidores.



- Proponer un plan de dirección estratégica empresarial para la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, logrando establecer estrategias claras para su desarrollo enfocado en el mercado cuencano.
- Diseñar una estratégica financiera que exponga la viabilidad del plan de negocio para la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, enfocado en el mercado de la ciudad de Cuenca, mediante una investigación de mercado y un estudio de precios de la competencia.

## **CAPÍTULO 1 - Análisis Estratégico e Identificación del Modelo de Negocio**

En el primer capítulo del presente análisis, se identificó la idea de modelo de negocio y se realizó un análisis estratégico de la situación de la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY. Se estableció la misión, visión, los objetivos estratégicos y los valores con los que la empresa se guiará en sus operaciones. Así también, se elaborará un análisis DAFO con las principales debilidades y amenazas de los diferentes aspectos internos que afectan la empresa, del mismo modo, las fortalezas y oportunidades de los aspectos externos que pueden afectar su entorno y sus operaciones.

Con estos aspectos se pudo realizar un gráfico de las estrategias rectoras, en donde se observó que la empresa se encuentra en el cuadrante superior de Inversión Plena y Reingeniería, indicando que el proyecto puede ser viable, luego de efectuar mejoras en algunas áreas de la empresa, a través de la implementación de estrategias rectoras que permitan la viabilidad del proyecto.

Del mismo modo, se realizó un análisis CANVAS, determinando los aspectos más importantes a tomar en cuenta como son: 1. socios clave, 2. actividades clave, 3. propuesta de valor, 4. relación que se debe tener con los clientes, 5. se determinó la segmentación de mercado, es decir, el mercado objetivo al cual quiere llegar la empresa con los productos y servicios que comercializa. Además, se realiza una segmentación del mercado objetivo en la ciudad de Cuenca, enfocada en: a) familias con ingresos medio y medio-alto. b) estudiantes de grado y posgrado de 20 a 50 años; y, c) jóvenes solteros(as) que trabajen en instituciones financieras, empresas públicas o privadas, y/o con sus emprendimientos propios. 6. se estableció los recursos clave con los que debe contar la

organización, 7. de igual manera, los canales que se van a utilizar para realizar sus campañas de publicidad y promoción. 8. los costos en los que la empresa debe incurrir para su funcionamiento; y, 9. las fuentes de ingreso que va a tener la empresa por sus operaciones comerciales. Este esquema nos ayuda a tener una visión clara de la situación de la misma.

## **CAPÍTULO 2 - Estrategia de Marketing**

Este capítulo, se enmarca en la estrategia de marketing aplicada a la línea de negocio de la empresa, que ofrece productos tecnológicos y dispositivos inteligentes para el hogar dentro del campo de la domótica. La idea de negocio es posicionar a la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, en el mercado cuencano, fortaleciéndola a través de la comercialización, instalación, reparación y mantenimiento de dichos productos, brindando un servicio personalizado, oportuno y con servicio a domicilio. Se utiliza la matriz de atractividad-competitividad de McKinsey-GE para evaluar el atractivo del mercado y se destaca la importancia de centrarse en la satisfacción del cliente y brindar un servicio de calidad personalizado. Se resalta, además, la importancia de invertir selectivamente en segmentos de mercado y grupos de interés estratégicos para la empresa, ofreciendo una ventaja competitiva para obtener rentabilidad y un crecimiento sostenido.

Se establece una frase para el posicionamiento de la empresa "Un mundo de innovación tecnológica para ti", con el que los clientes pueden identificarla.

De la misma manera, se presentan perfiles de consumidor prototipo y se realiza un Journey Map, para establecer los puntos de dolor en la experiencia de compra en cada etapa. Se propone una estrategia inicial de las 4P del marketing, enfocada en un servicio técnico de calidad, oportuno y eficiente, así como en la comercialización de la cartera de productos tecnológicos y dispositivos inteligentes en el área de la domótica.

Se establece un precio basado en el valor agregado del servicio y la percepción del cliente, así como, una estrategia de fijación de precios para permitir un precio competitivo y justo para el cliente. Se propone una tienda física - showroom y una tienda online para la distribución de los productos, de la misma manera, alianzas estratégicas con empresas de mensajería para la entrega a domicilio.

Finalmente, se proponen estrategias de promoción multicanal, que incluyen ventas personales, marketing directo, publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas, enfocadas en cada segmento de mercado, utilizando herramientas de comunicación integradas de marketing y técnicas de fidelización para brindar la mejor atención y experiencia al cliente.

### **CAPÍTULO 3 - Planificación Estratégica**

En el capítulo III, se analiza el proceso de planificación estratégica que consiste en revisar la organización de manera integral, llevando a cabo un análisis de entorno para redefinir los objetivos estratégicos a largo plazo, desarrollando un plan de acción estratégica para cumplirlos, desplegar procedimientos y acciones a corto plazo que conduzcan en dirección al cumplimiento de las metas propuestas, para luego evaluar el resultado.

En cuanto a los roles estratégicos de la planificación estratégica, se puede mencionar qué ventaja competitiva está ligada con la posición de la organización en el mercado, es decir, la empresa PC Life, tiene una ventaja competitiva al brindar un servicio personalizado al cliente durante todo el proceso. Por lo tanto, la empresa ha optado por una estrategia de diferenciación, para lograr una ventaja competitiva, brindando un servicio personalizado y a domicilio, permitiendo atender al segmento de mercado de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes.

Así mismo, se deben considerar factores críticos como: asociatividad, análisis de las tendencias de los clientes, investigación profunda y objetiva del mercado, construcción de la marca, servicio como apalancamiento de diferenciación; y, por último, mejora del modelo y concepto de empresa.

De la misma manera, en cuanto a la integración de los recursos estratégicos con la desagregación empresarial, se deben establecer los recursos estratégicos enfocados a la empresa en C1. Las tres áreas que se escogieron son: área Comercial, área de Marketing y área de Recursos Humanos, para lo cual se plantearon tres objetivos, dos estrategias y un procedimiento por cada una de las áreas escogidas.

Además, se desarrollan las estrategias en función de los once objetivos estratégicos que son: participación de mercado, incremento de ventas, crecimiento, ventajas competitivas, posicionamiento, reputación corporativa, desarrollo de marca, desarrollo de nuevos productos, creación de valor, rentabilidad y fidelización. Por último, se realiza un análisis del entorno empresarial con el modelo PESTALL que incluye el ámbito político, económico, social, tecnológico, ambiental, legal y laboral con sus oportunidades y amenazas en cada una de ellas.

#### **CAPÍTULO 4 - Plan Financiero**

En este capítulo, se realizó un plan financiero, en el cual se efectuó una cuantificación del plan de negocios en términos económicos; es decir, cuáles son las inversiones que necesita realizar la empresa para poner en marcha el negocio, determinando la inversión inicial que necesita la empresa para poner en marcha el negocio, así mismo, establecer los costos administrativos, de ventas y financieros en los que la empresa debe incurrir.

De la misma manera, también se toman en consideración los egresos que son derogaciones de dinero que la empresa realiza para el pago de los gastos operacionales de administración y ventas, depreciaciones, amortizaciones, gastos financieros, etc., es decir, los costos fijos y variables que la empresa debe realizar para el correcto desenvolvimiento de sus obligaciones.

Con esta información se realiza un estado de pérdidas y ganancias, para ver la situación financiera de la empresa, cuyo propósito es realizar un análisis para ver si la empresa es rentable y presenta utilidades al final del año fiscal. Determinando el punto de equilibrio. Luego se realiza el estado de situación financiera proyectado, elaborando el estado de situación general de la empresa, con información recopilada de los activos corrientes, no corrientes y diferidos, los pasivos u obligaciones que tiene la empresa a corto y largo plazo, así como, el patrimonio con el que cuenta, como es el capital social

Se elabora también el flujo de caja libre, donde se mide los movimientos de efectivo que la empresa tiene en el corto, mediano y largo plazo; en donde se presenta de manera resumida los ingresos y egresos incurridos por la empresa, lo que permite evaluar al plan de negocios y con el cual se calculó el TIR, el VAN, el WACC. También se realiza

el Flujo de Financiación, para ver si la empresa tiene un beneficio tributario, Además de Flujo para el Inversionista, para ver los flujos esperados de entrada y salida de dinero que fueron invertidos en el proyecto y el tiempo de recuperación.

Por último, se realizó el cálculo de los índices financieros de: liquidez, operación, endeudamiento y rentabilidad, para su interpretación.

## Conclusiones

1. En el presente estudio se demuestra que es indispensable que la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, sea una empresa constituida formalmente, ya que de esta manera contribuirá para que la empresa pueda ser competitiva en el mercado local, para lo cual es necesario desarrollar estrategias para fortalecer las áreas críticas de la empresa, enfocándonos en el fortalecimiento de las áreas de talento humano, así como de comercialización y ventas; para luego establecer los recursos materiales que la empresa necesita para su operación y por último, tener presentes los sistemas o recursos no materiales, que se requieren para su correcto desenvolvimiento.
2. La dirección estratégica empresarial ha sido fundamental para el desarrollo del presente análisis de la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY. Gracias a la metodología propuesta, se ha logrado obtener una visión clara del mercado en el que la empresa opera y cómo debe dirigirse. El estudio ha sido enriquecedor y ha proporcionado una comprensión clara del sector industrial al que pertenece la empresa, centrándose en el modelo de negocio, la segmentación y otros recursos para atender a los clientes. La implementación de una nueva estructura organizacional, una adecuada selección de personal, junto con un plan de capacitación, permitirá mejorar los procesos, aprovechando la ventaja competitiva de la empresa y buscando la fidelización de los clientes.
3. Para el crecimiento de PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, se sugiere establecer alianzas estratégicas con empresas importadoras y mayoristas a nivel local, nacional e internacional para ofrecer una tecnología de última generación y personalizada. Estas medidas permitirán a la empresa mantenerse competitiva en el mercado y satisfacer las necesidades de sus clientes con productos de calidad a

precios accesibles. Es importante establecer relaciones a largo plazo con las empresas importadoras para asegurar la continuidad del abastecimiento y ofrecer un servicio de calidad a los clientes.

4. Para el crecimiento y desarrollo de PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, es importante buscar fuentes de financiamiento. Asimismo, se recomienda establecer alianzas estratégicas con instituciones financieras y/o inversionistas que puedan proporcionar financiamiento a la empresa; así como llevar a cabo el plan estratégico financiero y las estrategias para utilizar los recursos financieros de manera efectiva. Al obtener financiamiento, la empresa podrá invertir en la expansión de su línea de productos, mejorar sus procesos y servicios, y mantenerse competitiva en el mercado. Es importante que la empresa trabaje en conjunto con los financiadores para garantizar el éxito de su proyecto y cumplir con las expectativas de rentabilidad y crecimiento.
5. Es importante establecer convenios con empresas de entrega de paquetería para brindar una atención oportuna al cliente. Así mismo, la realización de campañas de promoción y publicidad ayudará a la empresa a alcanzar una buena reputación de marca, tanto en su tienda física especializada como en la tienda virtual. La implementación de nuevas estrategias de marketing es fundamental para llegar a nuevos clientes, mientras que un buen servicio al cliente es crucial para retener a los clientes actuales y generar recomendaciones positivas. Con estas medidas, la empresa podrá mantenerse competitiva en el mercado y ofrecer un servicio de calidad a sus clientes.
6. Según el análisis de la población ecuatoriana de la provincia del Azuay y del cantón de Cuenca, se puede concluir que las personas de los estratos medio y medio-alto realizan compras de productos tecnológicos y dentro de su presupuesto consideran un rubro para consumo de los hogares para gastarlo en bienes y servicios diversos; además, el uso de tecnologías como aparatos tecnológicos y dispositivos inteligentes para el hogar, va en incremento gracias al internet de las cosas, que facilita múltiples tareas dentro de los hogares. La eficacia y facilidad

en el uso de la tecnología y los dispositivos inteligentes para el hogar brindan comodidad al usuario y optimizan el tiempo en las personas.

7. Luego del análisis financiero, se puede afirmar que el crecimiento anual es posible y viable con una inversión inicial y la reingeniería de la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY, permitiendo cubrir los costos y gastos operacionales y obteniendo una ganancia económica. Por medio del análisis de los estados de Pérdidas y Ganancias y sus proyecciones, se pudo determinar que la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY es rentable y presenta utilidades las cuales se van incrementando cada año. El Balance General nos muestra que los activos y pasivos están en equilibrio, permitiendo que la empresa sea más sólida en el tiempo.
8. El Flujo de Caja Libre es muy favorable y muestra la disponibilidad de dinero para que la empresa pueda desenvolverse en el mercado y sus operaciones. Además, el cálculo del Valor Actual Neto (VPN) de \$1,058,980.20, y la tasa interna de retorno (TIR) es de 109% son favorables para la empresa, lo que indica que vale la pena invertir en el proyecto. En resumen, el plan de negocios de PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY es viable económicamente y financieramente, presentando indicadores muy atractivos y una inversión inicial que justifica la inversión en el proyecto.
9. De igual manera podemos concluir que el análisis del Flujo de Financiación muestra una ventaja tributaria y un TIR del 11.81%, lo cual es favorable tanto para la empresa como para el banco que gana el 15.75%. Además, la ventaja tributaria existente permite que el estado pague el 3.94% restante del TIR. Por otro lado, el análisis del flujo para el inversionista muestra que el proyecto es muy beneficioso, ya que le dará una tasa interna de retorno TIR del 142.64%, lo cual indica que los flujos esperados de entrada y salida de dinero se recuperarán rápidamente. En resumen, el proyecto es rentable tanto para la empresa como para los inversionistas, lo que lo hace una inversión atractiva y segura.
10. Luego del análisis con los índices financieros de liquidez, se pudo determinar que la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY cuenta con una buena

liquidez para enfrentar sus obligaciones frente al pasivo y tiene un control del capital de trabajo neto operativo. Los indicadores de operación permiten tener una proyección para el abastecimiento de productos y personal para la atención de los clientes. En cuanto a los índices de endeudamiento, se puede observar que va en disminución cada año, permitiendo una recuperación para la empresa. Por último, en el análisis de los índices de rentabilidad, se puede afirmar que la empresa tiene una utilidad y rendimientos beneficiosos con un incremento cada año, lo cual es positivo para la empresa en términos de rentabilidad. En resumen, los índices demuestran que PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY puede ser una empresa sólida y rentable en su gestión financiera.

### **Recomendaciones**

1. Basados en el presente estudio, es recomendable que la empresa PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY cuente con el suficiente capital de trabajo para poder llevar a cabo su reestructuración. Es fundamental que la empresa mantenga una adecuada liquidez para poder gestionar sus operaciones de manera efectiva y brindar un servicio oportuno y de calidad a sus clientes. Para ello, se sugiere que la empresa realice una planificación financiera adecuada y lleve a cabo una gestión eficiente de su capital de trabajo. Asimismo, se recomienda que la empresa mantenga una adecuada gestión de sus inventarios, compras y cuentas por cobrar para mantener una buena proyección y abastecimiento de productos y personal para la atención de sus clientes, de esta manera, se podrá mantener su solidez financiera y seguir creciendo en el mercado.
2. Se recomienda realizar un estudio de mercado de manera periódica para determinar las marcas y modelos que están en tendencia en el mercado y los sistemas operativos más recientes. La expansión o diversificación de la línea de productos también es una opción para aumentar la facturación de la empresa para el próximo año.
3. Se recomienda realizar vínculos comerciales con empresas importadoras directas de tecnología internacionales, nacionales y locales, que permitan ofrecer una



tecnología de última generación con productos personalizados y a precios competitivos

4. Basados en el análisis realizado, se recomienda que PC Life SOLUTIONS & TECHNOLOGY cuente con una tienda física o showroom y tienda online desde el inicio de sus actividades. Es importante que ambas estén ordenadas, con personal capacitado y brinden un servicio óptimo y oportuno a los clientes. De esta manera, la empresa podrá fortalecer su imagen y lograr una buena participación en el mercado, lo que permitirá un crecimiento sostenido. El contar con una tienda física y una tienda online permitirá llegar a un mayor número de clientes para ofrecerles una experiencia de compra más completa. Por lo tanto, se sugiere que la empresa realice una inversión adecuada en su infraestructura y personal para brindar un servicio de calidad y lograr una posición destacada en el mercado.

## Referencias

- García Vázquez, E., & González Santos, A. I. (2020). Solución de iluminación eficiente energéticamente para una vivienda sustentable. *Ingeniería Energética*, 41(2), 1–11. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59012020000200001&lang=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59012020000200001&lang=en)
- Millán-Anglés, S., García-Santos, A., Jiménez-Leube, F. J., & Higuera-Rincón, O. (2014). Estudio de la influencia de la automatización en el proyecto arquitectónico. *Informes de La Construcción*, 66(534). <https://doi.org/10.3989/ic.12.081>
- Henríquez, M. R., & Palma, P. A. (2011). Control automático de condiciones ambientales en domótica usando redes neuronales artificiales. *Información Tecnológica*, 22(3), 125–139. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642011000300014>
- Corredor-Sánchez, F. R., González-Sanabria, J. S., & Mendoza-Moreno, M. Á. (2021). Internet of Things at the Service of Bioconstruction. *Revista Facultad de Ingeniería*, 30(55).
- Escobar Gallardo, E., & Villazón, A. (2018). Sistema de monitoreo energético y control domótico basado en tecnología internet de las cosas. *Investigación & Desarrollo*, 18(1), 103-116.
- E. A., Illera Bustos, M. J., Sepúlveda Mora, S. B., Guevara Ibarra, D., & Medina Delgado, B. (2016). Sistema de control domótico de bajo costo: un respaldo a la generación ecológica de energía eléctrica en Colombia. *Tecnura*, 20(49), 120-132.
- Ignacio R., Matías; López-Amo, M. (2017). *Domótica. Una panorámica*.