

Generación: 2021-08-11 / 22:46:33

Periodo: JUNIO 2021 - OCTUBRE 2021

ESTUDIO DE PERFIL DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CARRERA: TECNOLOGIA SUPERIOR EN CONTABILIDAD

FECHA DE PRESENTACIÓN:	11	08	2021
	DÍA	MES	AÑO
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EGRESADO:			
SANGUCHO LUGMAÑA XAVIER ALEXANDER			
TÍTULO DEL PROYECTO:			
COMPARACION DE LOS METODOS DE COSTEO ENTRE UN NEGOCIO ELECTRONICO Y UN NEGOCIO TRADICIONAL (SPORTMARKET S.A.) DURANTE EL PERIODO DICIEMBRE 2020 - JUNIO 2021 EN LA CIUDAD DE QUITO.			
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	CUMPLE	NO CUMPLE	
- . OBSERVACIÓN Y DESCRIPCIÓN	☒	☐	
- . ANÁLISIS	☒	☐	
- . DELIMITACIÓN	☒	☐	
- . FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO	☒	☐	
- . FORMULACIÓN PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	☒	☐	

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS:**GENERALES:**

REFLEJA LOS CAMBIOS QUE SE ESPERA LOGRAR CON LA INTERVENCIÓN DEL PROYECTO:

SI

☒

NO

☐**ESPECÍFICOS:**

GUARDA RELACIÓN CON EL OBJETIVO GENERAL PLANTEADO:

SI

☒

NO

☐

JUSTIFICACIÓN:	CUMPLE	NO CUMPLE
IMPORTANCIA Y ACTUALIDAD	☒	☐
BENEFICIARIOS	☒	☐
FACTIBILIDAD	☒	☐

MARCO TEÓRICO:		
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	SI	NO
DESCRIBE EL PROYECTO A REALIZAR	☒	☐
TEMARIO TENTATIVO:	CUMPLE	NO CUMPLE
ANTECEDENTES, FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	☒	☐
ANÁLISIS Y SOLUCIONES PARA EL PROYECTO	☒	☐
APLICACIÓN DE SOLUCIONES	☒	☐
EVALUACIÓN DE LAS SOLUCIONES	☒	☐

TIPO DE INVESTIGACIÓN PLANTEADA

OBSERVACIONES: Se considera flexible según la información que se obtenga; es decir que podría modificarse la redacción o estructura del tema.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN UTILIZADOS:

OBSERVACIONES: Se considera flexible según la información que se obtenga; es decir que podría incrementarse los métodos de investigación utilizados.

CRONOGRAMA:

OBSERVACIONES: Se considera flexible según la información que se obtenga; es decir que podría variar en relación a los tiempos que demande conseguir o ubicar la información.

FUENTES DE INFORMACIÓN: Se exigirá que las fuentes de información sean relevantes y actualizados.

RECURSOS:	CUMPLE	NO CUMPLE
HUMANOS	☒	☐
ECONÓMICOS	☒	☐
MATERIALES	☒	☐

PERFIL DE PROYECTO DE GRADO:

ACEPTADO:

☒

NO ACEPTADO:

☐

el diseño de investigación por las siguientes razones:

a)

b)

c)

ESTUDIO REALIZADO POR EL ASESOR: Ing. Patricia Amgos

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR:

11 08 2021

DÍA MES AÑO

FECHA DE ENTREGA DE INFORME

	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LUIS NAPOLEÓN DILLON		Versión: 0.0
	MACROPROCESO: 01 FORMACIÓN	F. elaboración: 20/4/2018	
	PROCESO: 03 TITULACIÓN	F. última revisión: 18/6/2021	
	01 TRABAJO DE TITULACIÓN		
INSTRUCTIVO	PERFIL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		



CARRERA DE CONTABILIDAD DE COSTOS

TEMA:

Análisis de los costos de comercialización de los modelos: tradicional y el E-Commerce
en la empresa

SPORTMARKET S.A. del Distrito Metropolitano de Quito. Años 2019 y 2020.

PERFIL PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD DE COSTOS

CANDO PAREDES LEONARDO DAVID
SANGUCHO LUGMAÑA XAVIER ALEXANDER

Asesor:

Ing. Patricia Angos

QUITO, AGOSTO DEL 2021.

	INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LUIS NAPOLEÓN DILLON		Versión: 0.0
	MACROPROCESO: 01 FORMACIÓN	F. elaboración:	20/4/2018
Código: REG.FO31.29	PROCESO: 03 TITULACIÓN	F. última revisión:	18/6/2021
	01 TRABAJO DE TITULACIÓN		
INSTRUCTIVO	PERFIL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN		

1. Introducción

El tema propuesto se basa a la nueva forma de comercialización que se ha estado dando durante estos años y se ha consolidado como una plataforma muy fácil de usar, por otra parte, la forma tradicional de realizar esa actividad ha tenido un declive por factores comerciales dentro de la sociedad, un claro ejemplo la pandemia del COVID-19 que nos cambió a todos y dio un giro de 360 grados a la forma de comercializar y ofrecer productos.

Justificación Teórica

La mayor problemática en la actualidad es la forma de comercializar ya sea virtual o la tradicional y así ambos van a generar diferentes costos e ingresos, por una parte, pueden ser bajos y por otro altos, es así que se debe constatar cuál de las dos formas va ayudar al comerciante y en este caso SPORMARKET que nació tras ofrecer una facilidad de obtener varios tipos de marcas de zapatos, la investigación quiere dirigirse en dar a conocer como SPORMARKET se adaptó a su entorno y no desapareció como otro tipo de empresas, es así que el comparar los costos obtenidos antes y durante la pandemia ayudara a conocer que tipo de comercialización es mejor.

Justificación Metodológica.

La pandemia por COVID19 afectó significativamente la producción y el comercio de bienes y servicios en el Ecuador, debilitando los indicadores sociales de empleo, educación y salud pública. Según la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico, el 40% de empresas utilizan este modelo comercial priorizando la

gestión de canales virtuales y el despliegue de una cadena de valor que incluye: infraestructura, servicios TIC, seguridad, pagos en línea, logística comercial, marcos jurídicos y regulatorios, desarrollo de habilidades, entre otros. (MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES, 2021)

En el Ecuador, el número de usuarios y la demanda de productos a través de canales de comercio electrónico tuvieron un crecimiento impresionante en el contexto de la emergencia sanitaria, frente a las estadísticas registradas en años anteriores, según información de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico. Durante los meses de marzo y abril de este año, se registraron ventas mediante comercio electrónico por unos USD 500 millones, casi un recio de las ventas realizadas en todo el 2019. Considerando el éxito logrado, se organizan más ferias virtuales y otras estrategias. (UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL, 2020)

Justificación práctica.

El estudiar el tema propuesto va a ayudar a llegar una conclusión, cuál de las dos formas de comercialización es mejor según la actualidad y asimismo comparar los costos que intervienen a través de dicha actividad. Y dar a conocer varias interrogantes que varios comerciantes se han hecho al momento de querer adaptarse al comercio electrónico.

2. El problema de investigación

Los costos que conlleva un comercio tradicional a comparación de un comercio electrónico, es por eso

que se busca comparar los métodos de costeo de cada uno de ellos, es decir en el negocio tradicional, hay varios costos que intervienen, un claro ejemplo es que se necesita un lugar físico para la comercialización de los productos; en cambio en el comercio electrónico, no se necesita un espacio físico ya que existe la plataforma de internet pero a su vez pueden existir costos dentro de esta como es el de mantenimiento de la página web, entre estas características que sobresalen lo importante es conocer qué método ayuda a minimizar costos para comercializar y al mismo tiempo obtener una rentabilidad destacada. Por otra parte, la mejor forma de adaptarse a la nueva realidad tras la alerta sanitaria es el uso de una plataforma digital que ayuda a una forma de comercialización, aun así, puede tener pros y contras, por otra parte, la forma tradicional es mucho más conocida por todos y es por la que más optan.

La situación actual producto del Covid-19 está forzando a muchas empresas a repensar sus modelos de negocio; la nueva realidad está obligando a realizar compras habituales a través de transacciones electrónicas. Los negocios tradicionales, enfrentan nuevos retos para comercializar su producción, por lo que, sin duda, aquellas que son capaces de afrontar desafíos, generando cambios y avanzando hacia lo digital pueden adaptarse al escenario comercial del e-commerce. (Revista espacios, 2020)

El tema a estudiar se basa en la actualidad y la nueva forma de comercialización, tras la pandemia, por otra parte el comparar cuál de las dos tiene un menor o mayor costo e ingreso, para comprender el manejo y su factibilidad asimismo los resultados que se ha obtenido

desde que se adoptó el E-Commerce directamente la empresa SPORMARKET S.A. que maneja Bos.Club.

Con esto se va a dar una solución la cual sería escoger la mejor forma de comercialización, con el mejor costo, ingresos y por último que se adapte a las necesidades como también a la realidad que estamos viviendo en estos días.

La presente investigación se va a llevar acabo en la empresa SPORTMARKET S.A. del Distrito Metropolitano de Quito, la cual está trabajando con E-Commerce, pero antes de adaptarse a la realidad se manejaba tradicionalmente. Es por eso que se da la problemática de cual de ambos es más factible manejarlo.

Toro Torres, Dayana Valeria; Orellana Ulloa, Milca Naara (2019). **“Análisis del comercio electrónico frente al comercio tradicional diferencias y su efecto tributario.”**; Repositorio.utmachala

CUESTA LÓPEZ, MARÍA-JOSÉ; (2016). **“MERCADOS ELECTRÓNICOS: COMERCIO ELECTRÓNICO VS COMERCIO TRADICIONAL”**; Universidad de Jaén. Economía; Jaén: Universidad de Jaén.

Manzur Q. S. C, Rojas. O. L., Balcázar. A. & Rodríguez. E. A. P. (2020). **Choque del paradigma en el uso sobre el comercio tradicional vs comercio electrónico en México..** *Revista Dilemas Contemporáneos*, 2-9.

3. Materiales y Métodos

Para llevar a cabo esta investigación se ha decidido implementar un estudio descriptivo en donde se espera categorizar el nivel de uso del E-Commerce, tomando en cuenta el impacto y a su vez el nivel de aceptación de esta plataforma, con miras a futuro como una estrategia para una mejor competitividad entre las empresas.

El desarrollo de esta investigación se dará mediante un instrumento conocido como recopilación de datos, el cual tiene varias estrategias, pero la más conveniente para esta investigación es la encuesta, ya que, con la ayuda de esta, podemos canalizar de mejor manera la información y el nivel de uso del E-Commerce. Por lo tanto, esta estrategia se define como fuente de información primaria en esta investigación, ya que nos dará como resultado características en el uso del comercio electrónico en la actualidad y obtener un análisis más amplio sobre la inclinación que tienen las empresas al momento de elegir uno de los métodos de comercialización.

4. Recursos

Los recursos a utilizar en la investigación son recursos materiales, humanos y tecnológicos. A continuación, se detalla cuáles son estos recursos.

Recursos Humanos

Recursos Humanos	
1	Dos personas de sexo masculino cuya edad es de 23 años
2	Docente tutor del proyecto asignado
3	Gerente de la empresa SPORTMARKET S.A.

Recursos Materiales

RECURSOS MATERIALES		
1	COMPUTADORA PORTÁTIL	300,00
2	CUADERNOS	5,00
3	LAPICEROS	2,00
4	MOVILIZACIÓN	100,00
5	CELULARES (2)	300,00
6	IMPRESORA	150,00
TOTAL		857,00

Recursos Tecnológicos

RECURSOS TECNOLÓGICOS	
1	HOJA DE CÁLCULO EXCEL
2	GOOGLE FORMS
3	MICROSOFT WORD
4	INTERNET

El presupuesto estimado para la elaboración de esta investigación asciende a \$857.00 dólares, entre todos los recursos a utilizar en el proceso.

5. Cronograma

A continuación, se detalla cómo ha sido y cómo será el cronograma de actividades que se mantendrá en la realización de dicho proyecto, todo esto a través del Diagrama de Gantt, el cual ayuda a entender de mejor manera las actividades por realizar y el plazo establecido.

6. Bibliografía

MINISTERIO DE TELECOMUNICACIONES. (2021). *GOBIERNO DEL ENCUENTRO*. Obtenido de

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/e-l-e-commerce-la-estrategia-de-comercializacion-mas-popular-en-tiempos-de-pandemia/>

Revista espacios. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Revista espacios*, 19.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL. (28 de 09 de 2020). *UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL*. Obtenido de <https://www.uteg.edu.ec/el-auge-del-comercio-electronico-en-el-ecuador/>

Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planteamiento del tema																
Aprobación del tema																
Designación del tutor.																
Realización del Perfil																
Segundo Capitulo																
Tercer Capitulo																
Cuarto Capitulo																
Aprobación de borrador																