



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA DE DESARROLLO DE
APLICACIONES COLABORATIVAS Y SERVICIOS INFORMATICOS ACTIVATICS
SA.**

AUTOR/ A: AREVALO CEVALLOS CARLOS VICENTE

TUTOR/ A: PhD. Diego José Donoso Vargas

TUTOR TÉCNICO: Mg. Myriam Elizabeth Almache Pillajo

AÑO: 2017

Datos generales:

Tema:	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA DE DESARROLLO DE APLICACIONES COLABORATIVAS Y SERVICIOS INFORMATICOS ACTIVATICS SA
Estudiante:	CARLOS VICENTE AREVALO CEVALLOS
Carrera:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Tutor:	PhD. Diego José Donoso Vargas
Asesor Técnico:	Mg. Myriam Elizabeth Almaché Pillajo
Fecha:	Quito, 12 de febrero de 2017

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Carlos Vicente Arévalo Cevallos, CI 1104178726 autor/a del trabajo de graduación:

Plan de negocios para la empresa de Desarrollo de Aplicaciones Colaborativas y servicios informáticos ACTIVATICS SA, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 28 de agosto 2017

Atentamente.

Carlos Vicente Arévalo Cevallos

C.I. 1104178726

Agradecimiento.

Quiero dar gracias primero a Dios por ser en quien deposito mi fe y confianza para poder realizar este proyecto de fin de carrera. A mis padres por su amor incondicional, por estar siempre pendientes, inculcarme valores para ser una persona de bien y así para poder continuar y salir adelante día a día.

A mis hermanos por su paciencia y cariño, por ser un el gran apoyo y por luchar a mi lado.

Dios los bendiga y proteja siempre.

CARLOS VICENTE ARÉVALO CEVALLOS

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se da a conocer la viabilidad que tiene la empresa ACTIVATICS SA que brinda soluciones mediante sus Aplicaciones Colaborativas y servicios informáticas dentro de nuestra economía local, en donde la oportunidad de introducirse en el mercado empresarial está latente, ya que al brindar alternativas para la mejora de los negocios y al integrar tecnología da un mejor servicio al usuario. Su modelo de negocio está a la vanguardia de la innovación y sus desarrollos informáticos se realizan con la misma calidad que en países desarrollados.

Al elaborar su estructura organizacional, la empresa define los roles y funciones que corresponden a cada colaborador, de esta forma se comprometen a tener una responsabilidad grupal y a sentirse parte de la misma.

Dentro del plan de negocios se elabora las diferentes estrategias comerciales, que le permite a la empresa poder tener más planificación y dirección en la toma de decisiones, el conocer la demanda y oferta permite tener un mejor panorama del mercado.

Su plan de marketing está enfocado en darle un posicionamiento y diferenciación a la marca, de esta forma se genera presencia y crecimiento para poder convertirse en un líder del mercado.

Palabras Claves:

Aplicaciones, colaborativas, informáticos, desarrollo, servicio

ABSTRACT

The present project shows the viability of the company ACTIVATICS SA that provides solutions through its Collaborative Applications and IT services within our local economy, where the opportunity to enter the business market is latent, as providing alternatives to Improving business and integrating technology gives a better service to the user. Its business model is at the forefront of innovation and its software developments are performed with the same quality as in developed countries.

Keywords:

Applications, collaborative, computer, development, service

INDICE

Datos generales:	ii
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	iii
Agradecimiento.	iv
RESUMEN EJECUTIVO	v
ABSTRACT	6
INDICE	7
I. Problema de Investigación	18
II. Objetivo General	20
III. Hipótesis	20
CAPITULO I	21
1. MARCO TEORICO	21
1.1 Planificación	21
1.2 Plan de Negocios	21
1.2.1 Beneficios de un Plan de negocios.	21
1.2.2 Estructura del plan de negocios.....	22
1.3 Resumen ejecutivo.....	23
1.4 Descripción de la empresa.	23
1.5 Estudio de mercado	23
1.6 Planeación estratégica	24
1.6.1 Estructura organizacional.....	24
1.6.2 Misión y Visión	24
1.6.3 Valores	25
1.6.4 Análisis Situacional	25
1.7 Plan de marketing	26
1.7.1 Objetivos de Marketing.....	26
1.7.2 Demanda	26
1.7.3 Oferta	26

1.7.4	Mercado meta	26
1.7.5	Estrategia de Marketing (Marketing Mix).....	26
1.8	Plan de Operaciones	28
1.9	Plan Financiero.....	28
2.	MARCO CONCEPTUAL.....	30
	CAPITULO II.....	36
2	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
2.1	Diseño de la Investigación	36
2.2	Métodos de Investigación	36
2.2.1	Método probabilístico simple aleatorio.....	36
2.2.2	Población y Muestra	36
2.3	Instrumentos	40
2.3.1	La Encuesta	40
2.3.2	Análisis e Interpretación de Resultados	40
	CAPITULO III.....	44
3	LA PROPUESTA	44
3.1	Introducción.....	44
3.2	Aspecto legal.....	44
3.3	Estado actual	44
3.4	Planes futuros	45
3.5	Planificación Estratégica.....	45
3.5.1	Estructura organizacional.....	45
3.5.2	Detalle de las áreas de la estructura organizacional.....	47
3.5.3	Misión y visión de la empresa	52
3.5.4	Análisis Situacional – FODA.....	52
3.6	Plan de marketing	55
3.6.1	Objetivos de Marketing.....	55
3.6.2	Estudio de Mercado	55
3.6.3	Estrategia de Marketing	59

3.6.4	Marketing Mix.....	59
3.7	Plan de operaciones	65
3.7.1	Localización de la empresa	65
3.7.2	Oficinas y lugar de operaciones.....	66
3.7.3	Procesos.....	68
3.8	Plan Financiero.....	82
3.8.1	Evaluación de la empresa.....	82
3.8.2	Inversión Inicial.....	82
3.8.3	Activos Corrientes	83
3.8.4	Activos No Corrientes	84
3.8.5	Capital de Trabajo.....	86
3.8.6	Gastos Generales	86
3.8.7	Estudio de Ingresos	89
3.8.8	Punto de equilibrio.....	89
3.8.9	Modelo de negocio.....	89
3.8.10	Porcentaje de crecimiento	90
3.8.11	Ingresos	90
3.8.12	Costos de Ventas.....	91
3.8.13	Análisis Financiero	91
3.8.14	Estado de resultados	91
3.8.15	Flujo de Efectivo y Equivalentes	93
3.8.16	VAN	95
3.8.17	TIR	95
3.8.18	Tiempo de Recuperación.....	95
3.8.19	Balance General.....	96
4	CAPITULO IV	98

4.1	Conclusiones.....	98
4.2	Recomendaciones	98
5	Bibliografía.....	99
6	Anexos	102
6.1	Anexo No. 1 Encuesta dirigida a empresas y pymes	102

Índice de Tablas

Tabla 1	37
Tabla 2	41
Tabla 3	42
Tabla 4	43
Tabla 5	44
Tabla 6	53
Tabla 7	54
Tabla 8	55
Tabla 9	56
Tabla 10	56
Tabla 11	57
Tabla 12	58
Tabla 13	82
Tabla 14	83
Tabla 15	83
Tabla 16	84
Tabla 17	84
Tabla 18	85
Tabla 19	85
Tabla 20	86
Tabla 21	87
Tabla 22	87
Tabla 23	87
Tabla 24	88
Tabla 25	89
Tabla 26	90
Tabla 27	90
Tabla 28	90
Tabla 29	91
Tabla 30	92
Tabla 31	94

Tabla 32	95
Tabla 33	97
Tabla 34	103
Tabla 35	104
Tabla 36	105
Tabla 37	106
Tabla 38	107
Tabla 39	108
Tabla 40	109
Tabla 41	110

Índice de Figuras

Figura 1. Estructura Plan de negocios, Elaborado por: El Autor, Fuente: (Lastra, 2009)	22
Figura 2. Uso del Internet Elaboración: autor	41
Figura 3. Conocimiento de aplicaciones colaborativas, Elaboración: autor	42
Figura 4. Adquisición de plataformas colaborativas, Elaboración: autor	43
Figura 5. Estructura organizacional de la empresa, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	46
Figura 6. web marca Driver Transporte corporativo., Elaboración: Autor	60
Figura 7. web marca Driver Transporte corporativo, Elaboración: Autor	61
Figura 8. Logo Activatics SA Fuente, Elaboración: Autor	62
Figura 9. Logo Driver – Transporte Corporativo Fuente, Elaboración: Autor	63
Figura 10. Facebook ACTIVACTIS, Elaboración: Autor	64
Figura 11. Facebook Driver, Elaboración: Autor	64
Figura 12. Localización de la empresa, Fuente: Google Maps. Elaboración: Autor	65
Figura 13. Administración y Comercial, Elaboración autor.	66
Figura 14. Desarrollo de proyectos, Elaboración autor.	67
Figura 15. Flujo de servicios al cliente, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	69
Figura 16. Flujo de ventas, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	70
Figura 17. Flujo de facturación Fuente: Investigación Propia Elaboración: Autor	71
Figura 18. Flujo de cobranza Fuente: Investigación Propia , Elaboración: Autor	72
Figura 19. Flujo de compras, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	73
Figura 20. Flujo Pago a proveedores, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	74
Figura 21. Flujo de pago de impuestos, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	75
Figura 22. Flujo de pago a colaboradores, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	76
Figura 23. Flujo de desarrollo de aplicaciones, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	77
Figura 24. Flujo de soporte técnico, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor	78

Figura 25. Flujo de contratación de personal, Fuente: Investigación Propia Elaboración: Autor	79
Figura 26. Flujo de evaluación de desempeño, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor.....	80
Figura 27. Flujo de capacitación, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor.....	81
Figura 28. Tipo de empresa, Elaboración: autor	103
Figura 29. Actividad económica, Elaboración: autor	104
Figura 30. Tipo de Aplicaciones, Elaboración: autor	105
Figura 31. Uso de aplicaciones, Elaboración: autor	106
Figura 32. Página Web, Elaboración: autor	107
Figura 33. Medios de comunicación, Elaboración: autor.....	108
Figura 34. Aplicaciones colaborativas, Elaboración: autor.....	109
Figura 35. Aplicación para ventas, Elaboración: autor	110

INTRODUCCIÓN

El Plan de negocios para la empresa de Desarrollo de Aplicaciones Colaborativas y servicios informáticas ACTIVATICS SA. se orientará a que se pueda definir y asentar la parte administrativa, organizacional y de procesos que necesita la empresa para poder introducirse en el mercado, brindándole una mejor estabilidad que le permitirá seguir un orden y la orientará en la toma de decisiones.

Gracias al avance de la tecnología e innovación le va permite a la empresa que sea un aporte para el crecimiento de las pymes y grandes empresas, buscando mejorar sus procesos de atención al usuario, a la gestión de ventas y mejorar su productividad en el personal que realiza las diferentes funciones.

En la investigación realizada en el Ecuador se puede entender que el mercado es nuevo y que permite la integración de la empresa a competir. Pero sobre todo en los servicios que se va brindar a las pymes será de mucha ayuda y ventaja ya que la empresa cuenta con profesionales de alta calidad que entienden que los negocios se están lanzando al internet.

La revolución electrónica iniciada en la década de los años 70, constituye el punto de partida para el desarrollo creciente de la Era Digital, donde se hace visible la aparición gradual de la sinergia entre la tecnología, la electrónica, el software y las infraestructuras de telecomunicaciones. La asociación de éstas tres tecnologías da lugar a una concepción del proceso de la información, en el que las comunicaciones abren nuevos horizontes y paradigmas, comúnmente denominado como Servicio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (TIC).

Motivado a estos cambios, el hombre se ha visto en la necesidad de diversificar su entorno de necesidades con el fin de fomentar más comodidad y seguridad a la tecnología usada,

vinculándose cada día más con el crecimiento y desarrollo de las empresas y en la vida diaria de las personas.

En términos empresariales, hoy en día muchas entidades requieren de migrar sus servicios e infraestructura donde poseen un mejor soporte y disponibilidad, pues el valor de mantener una red privada actualmente según los requerimientos de las empresas, se hace cada día más costoso, y es aquí donde surge el término de Servicios en la Nube o más conocido como: Cloud Computing, el cual brinda servicios virtuales, servidores y almacenamiento en la Nube, donde los costos son más bajos que hostear los mismos servicios en un data center Local de la Empresa; ejemplo de estos servicios se encuentran AWS Amazon, Azure, entre otros, los cuales ofrecen facilidades y beneficios de obtener una disponibilidad de hasta un 99% de estabilidad de los servicios soportados por ellos y cuentan con diferentes sistemas de pago, enfocados a las necesidades de cada cliente.

No obstante, otro de los factores que más influyen en el apogeo tecnológico empresarial, es el posicionamiento de la empresa en buscadores como google, redes sociales, entre otros; el cual es el punto clave para dar a conocer el producto y/o servicio que se ofrece en mercado objetivo. Para lograr este objetivo, es necesario que la empresa cuente con un sitio o aplicación web bien estructurada a nivel de marketing y con gran adaptabilidad responsive, siendo uno de los ejes fundamentales por el gran auge en el uso de dispositivos móviles y la revolución de las aplicaciones Android; llamadas las sustitutas de las aplicaciones web en muchos entornos, brindando una mayor adaptabilidad y facilidades a los usuarios al hacer uso de las mismas, desde gestores de localización, tiendas online, entre otras.

Siguiendo el orden de ideas, otro de los campos con más amplitud de desarrollo de las TIC, es la innovación en la Conectividad Empresarial, ejemplo de ello son las Centrales Telefónicas y los gestores de proyectos que permite controlar todo el flujo de trabajo de las actividades por cada

departamento, el cual está integrado con herramientas de mensajerías pensadas para equipos de trabajo, donde los costos son muchos más bajos y con un alto rendimiento de comunicación oportuna dentro de la organización evidenciando el ahorro de tiempo y dinero entre los usuarios.

Por las razones anteriormente señaladas, ACTIVATICS SA es uno de los principales propulsores de este novedoso servicio que beneficia la comunidad empresarial, apoyando el proceso de informatización y/o migración de forma personalizada, con el objetivo de mejorar la calidad de los procesos productivos, asegurando y agilizando las gestiones organizacionales dentro de las empresas en constante crecimiento.

En base a esto la empresa ACTIVATICS SA ofrece las siguientes soluciones y servicios informáticos.

I. Problema de Investigación

En Ecuador actualmente la tecnología en comunicaciones informáticas, como el uso de plataformas colaborativas está empezando a formar parte del desarrollo y crecimiento de las pymes y empresas, por lo que el adquirir, comprar o suscribirse a uno de estos desarrollos tecnológicos informáticos está en una etapa de crecimiento, con el fin de disminuir sus costos y aumentar la productividad en sus equipos de trabajo, es la opción del momento.

Por lo mencionado anteriormente, es importante acotar que el pensamiento empresarial ecuatoriano en las pymes y empresas aún no está siendo incentivado en su totalidad al uso de nuevas plataformas colaborativas que impulsen su economía, así mismo el estar presentes en la internet mediante webs y aplicaciones móviles personalizadas con los servicios que brindan, el uso de las ventajas y beneficios que ofrecen la infraestructura Cloud computing no es aprovechada, sea esto debido a la carencia de personal capacitado y calificado para llevar a cabo estas actividades dentro de la organización o la falta de una empresa que les pueda brindar estos servicios de forma personalizada y especializada.

A pesar que Ecuador es reconocido como un país que implementa políticas públicas para el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación informáticas, ejecutadas y controladas por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL), aún se encuentra con atrasos en el uso de las mismas y en infraestructuras de comunicaciones, por lo cual afecta el desarrollo productivo (no hay accesos factibles a tecnologías eficaces), casi no existe la creación de empleos a jóvenes (por desconocimiento de tecnologías – no profesionales), que son la clave de aportación a nuevas tecnologías a escala mundial.

La falta de conocimiento del funcionamiento de estas plataformas y el monto de inversión en nuevas tecnologías informáticas es lo que genera una desconfianza por parte de las pymes y

empresas al momento de introducirse en el mundo de la internet. Sin embargo, esta representa una gran oportunidad para poder crear empresas que se dediquen y especialicen en estas áreas.

En la internet gracias a la globalización e innovación se ofrecen muchas de estas plataformas y a precios diferenciados, por lo que surge la necesidad de que, una empresa local que pueda asesor, brindar confianza y dar la seguridad al momento de adquirir estas plataformas, que brinde soluciones y servicios que puedan cubrir las necesidades que requieren las pymes y empresas para poder optimizar todos sus procesos.

- **Formulación del problema**

¿Qué elementos debe contener el Plan de negocios para que la empresa de Desarrollo de Aplicaciones ACTIVATICS SA sea factible tanto a nivel de mercado como financiero?

II. Objetivo General

Elaborar el Plan de negocios para la empresa de Desarrollo de Aplicaciones Colaborativas y servicios informáticas ACTIVATICS SA que le permite a la empresa gestionar estrategias en los procesos administrativos de planeación, organización, dirección y control.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el diseño de un plan de negocios para la empresa.
- Diagnosticar la situación actual de la empresa para evidenciar los problemas existentes.
- Estructurar el plan de negocios, en donde conste la estrategia organizacional, mix de mercadeo, operaciones y financiero.

III. Hipótesis

Mediante el plan de negocios para la empresa de desarrollo de aplicaciones colaborativas y servicios informáticos, permitirá brindar servicios de calidad y utilidad para las pymes y empresas

Variable Independiente: Plan de negocios de desarrollo de aplicaciones colaborativas y servicios informáticos.

Variable Dependiente: Servicio de calidad y utilidad

CAPITULO I

1. MARCO TEORICO

1.1 Planificación

Es la selección y organización de las acciones futuras que deberán ejecutar las personas que trabajan en la empresa y que, partiendo de los recursos que se prevé estarán disponibles, se estructuran armónicamente con miras al logro de determinados resultados, previendo el establecimiento de los mecanismos que permitan el control del cumplimiento de los mismos. (Bravo, El Plan de Negocios, 1994, pág. 60).

La planificación supone trabajar en una misma línea desde el comienzo de un proyecto, ya que se requieren múltiples acciones cuando se organiza cada uno de los proyectos.

1.2 Plan de Negocios

Es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Bravo, El Plan de Negocios, 1994, pág. 60) .

Es un documento escrito de unas 30 cuartillas que incluye básicamente los objetivos de tu empresa, las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que requieres para financiar tu proyecto y soluciones para resolver problemas futuros

1.2.1 Beneficios de un Plan de negocios.

Los negocios con planes escritos tienen más éxito. Este hecho solamente justifica el gasto y el trabajo de realizar un plan de negocios. (Droznes, 2005, pág. 3)

Es un sistema de trabajo imprescindible para facilitar la continuidad, desarrollo, crecimiento y rentabilidad de una empresa. (Bravo, El plan de negocios, 1994).

El beneficio puede ser usado como estrategia, también como prioridades para tomar en cuenta otros factores como crecimiento del negocio, el crecimiento financiero, esto nos permite establecer los fundamentos para revisar la evolución del negocio.

1.2.2 Estructura del plan de negocios.

A continuación, se detalla la estructura del plan de negocios.

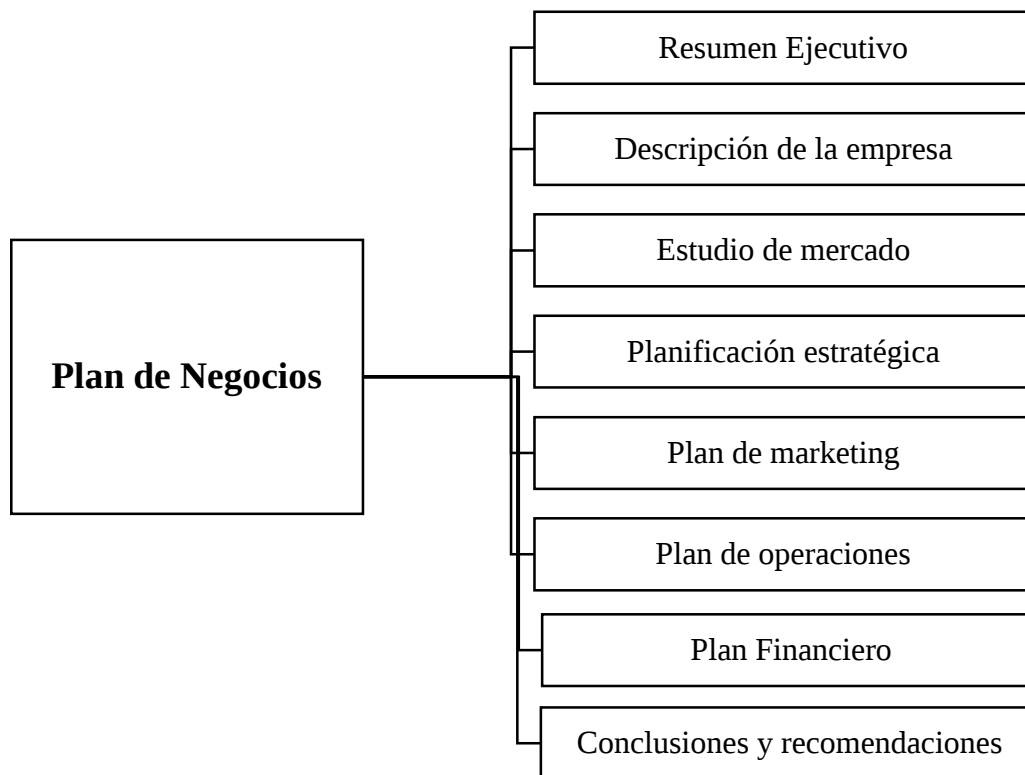


Figura 1. Estructura Plan de negocios, Elaborado por: El Autor, Fuente: (Lastra, 2009)

1.3 Resumen ejecutivo

Todo plan de negocios debe comenzar con una primera carátula con el nombre de la empresa, el nombre de los participantes en la formulación del plan de negocios y el período durante el cual se desarrolló el plan. Inmediatamente después, debe presentar el índice del documento y el resumen ejecutivo. El resumen ejecutivo, es una presentación breve de los aspectos más relevantes del plan de negocios que se ha elaborado. Esta presentación, cuya extensión máxima será de unas tres páginas, es la sección más importante del plan de negocios, pues muchas veces es la única que se lee. (Lastra, 2009).

Es la pieza fundamental que nos permitirá atraer al hipotético financiador hacia el resto de tu plan de empresa.

1.4 Descripción de la empresa.

Cuando el plan de negocios se realiza para una empresa que ya está funcionando, el primer capítulo del plan de negocios es la descripción de la empresa. En este caso, la descripción de la empresa deberá incluir una breve información de lo siguiente: (Lastra, 2009). La *descripción* de una *empresa* es su visión corporativa, e incluye: quién es usted, qué ofrecerá, qué necesidades de mercado intentará satisfacer las necesidades

- Historia de la empresa
- Aspecto legal
- Estado actual
- Planes futuros

1.5 Estudio de mercado

Dentro del estudio del mercado a realizar se tomarán en cuenta los siguientes aspectos que permitirán obtener datos relevantes del sector.

- Clientes (Demanda).
- Competencia (Oferta).
- Proveedores
- Macro ambiente
- Aspectos Demográficos.
- Aspectos Político – Legales.
- Aspectos Económicos.
- Estudio de demanda insatisfecha.
- Oportunidades y Amenazas

1.6 Planeación estratégica

1.6.1 Estructura organizacional

Estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad. (Strategor, 1988).

Elaborar la estructura de la empresa para definir los roles de cada uno de los encargados de los departamentos.

1.6.2 Misión y Visión

Para poder definir la misión y visión de la empresa se debe considerar factores como la filosofía de la empresa, describiendo el rol que marca la misma para lograr su visión dentro del mercado. (KOTHLER, F & ARMSTRONG. G, 2006)

Para ello es necesario que la empresa se guie con las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Que buscamos?

- ¿Qué hacemos?
- ¿Dónde lo hacemos?
- ¿Por qué lo hacemos?
- ¿Hacia dónde queremos llegar?

1.6.3 Valores

Son los elementos propios de la empresa y enfocan a su cultura organizacional tanto interna como externa.

1.6.4 Análisis Situacional

FODA, es un análisis escrito de las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas a una entidad empresarial. No sólo se debe utilizar un DAFO en la etapa de creación de la empresa, sino que también podría ser utilizado a lo largo de la vida de la empresa. Un FODA también puede ser escrito para la competencia para entender cómo desarrollar la comercialización y la mezcla de productos (CHASE, Administración de la producción de Operaciones, 2003)

1.7 Plan de marketing

1.7.1 Objetivos de Marketing

Establecer los objetivos que se plantea la empresa durante los próximos 5 años con base en las ventas que se generan.

1.7.2 Demanda

Se considera al número de productos sean estos tangibles o intangibles que requiere un determinado mercado para cubrir sus expectativas o requerimientos, y que están en capacidad de pagar un valor establecido (Kothler, 2006)

La demanda en este caso es un producto intangible que tiene un valor en base a la facturación de sus clientes.

1.7.3 Oferta

Para la economía la oferta está conformada por un número determinado de empresas que ofrecen en el mercado productos tangibles o intangibles en un determinado tiempo y a precios disponibles para los consumidores (Kothler, 2006)

En la oferta, el mercado local dispone de algunas empresas muy posicionadas que ofrecen servicios similares, aunque no iguales.

1.7.4 Mercado meta

Consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir (Kothler, 2006).

Aquí se define el mercado en donde la empresa puede presentar su oferta.

1.7.5 Estrategia de Marketing (Marketing Mix).

Definir las soluciones y servicios que ofrece la empresa basándose en los elementos que conforman el marketing mix.

1.7.5.1 Producto

- Hace referencia a las soluciones y servicios que ofrece la empresa para sus clientes, dentro de estos están las plataformas colaborativas y los servicios informáticos.

1.7.5.2 Precio

- Es el valor que se le da a las soluciones y servicios, cabe indicar que la empresa trabaja bajo el modelo de comisión mensual y desarrollo personalizado para lo cual se debe realizar un análisis previo del requerimiento del cliente y tomar en consideración:
- El alcance del proyecto, es decir el tiempo que demora en realizarse y el equipo de trabajo que se tenga que involucrar para desarrollar el mismo.
- Tecnologías a utilizar de acuerdo con el desarrollo solicitado en web y app, pueden ser nativas como programas de colaboración.
- Infraestructura en la nube, tiene que ver con la capacidad y almacenamiento que las pymes y las grandes empresas requieran usar para almacenar el desarrollo.

1.7.5.3 Plaza

- Definir a través de qué medios se va realizar la comercialización de las soluciones y servicios de la empresa, localización de los puntos de venta y la forma como llegan los mismos a los clientes.

1.7.5.4 Promoción

- Elaborar las estrategias para dar a conocer los servicios y soluciones que ofrece la empresa, para esto es necesario trabajar con los siguientes elementos:
- Branding: Creación de la marca corporativa
- Página web responsive de la empresa.
- Redes sociales: Facebook, Instagram. Twitter.
- Email marketing: que refiere al envío de correos con información relevante para atraer clientes.

1.8 Plan de Operaciones

Permite determinar todos los recursos necesarios que requiere la empresa para empezar a realizar sus operaciones.

1.8.1.1 Localización del negocio:

- Definir físicamente donde se va ubicar la empresa.

1.8.1.2 Procesos:

- Definir los procesos de:
- **Administrativos:** Ventas, finanzas, compras, pago a proveedores, pago de impuestos,
- **Técnicos:** Desarrollo de aplicaciones, soporte técnico,
- **Talento humano;** Contratación de personal, capacitación, servicio al cliente

1.9 Plan Financiero

Es una de las partes más importantes del plan de negocios ya que permitirá recoger datos e información con mucha importancia que sirven para analizar la viabilidad económica y financiera a corto, medio y largo plazo.

- **Flujo de caja proyectado.** Es el informe financiero que detalla los flujos de ingresos y egresos dentro de un periodo. Permite conocer la liquidez de la empresa para tomar decisiones en el futuro de la empresa.
- **Punto de equilibrio:** Va permitir determinar el nivel de ventas que requiere la empresa para cubrir sus costos totales y determinar la solvencia y la rentabilidad del mismo.
- **VAN:** Es el valor actual neto que se obtiene de la medición de los ingresos y los egresos, descontando la inversión inicial. Se puede determinar si el proyecto es viable siempre que el resultado sea positivo.
- **TIR:** Es la tasa interna de retorno en donde se puede validar la rentabilidad de la empresa.

- **Tiempo de recuperación de la Inversión:** Va permitir evaluar el tiempo y retorno de la inversión que realiza la empresa.

2. MARCO CONCEPTUAL

Android

Un sistema operativo que fue creado especialmente para teléfonos con pantalla táctil, los llamados de nueva generación o los inteligentes, las Tablet comunes y las que funcionan con líneas telefónicas. (Española, 2006)

Aplicaciones

Programa preparado para una utilización específica, como el pago de nóminas, el tratamiento de textos, etc. (Real Academia Española, 2017)

AWS Amazon

Es una colección de servicios de computación en la nube que en conjunto forman una plataforma de computación en la nube, ofrecidas a través de Internet por Amazon.com (Amazon AWS, 2017)

Azure

Es una creciente colección de servicios en la nube integrados que los desarrolladores y los profesionales de TI utilizan para crear, implementar y administrar aplicaciones a través de nuestra red global de centros de datos. (Azure, 2017)

Conectividad empresarial

Los servicios de conectividad empresarial ayudan a los profesionales de negocios a realizar un número de tareas desde sus computadoras a través del software diferentes softwares, como conectividad como tal, gestión de proyectos vinculados a las empresas, comunicación personalizada y fraccionada en departamentos, etc. (Española, 2006)

Datacenter

Es un centro de procesamiento de datos, una instalación empleada para albergar un sistema de información de componentes asociados, como telecomunicaciones y los sistemas de almacenamientos. (Española, 2006)

Desarrollo

Evolución de una economía hacia mejores niveles de vida. (Real Academia Española, 2017)

Google

Es una compañía estadounidense fundada en septiembre de 1998 cuyo producto principal es un motor de búsqueda creado por Larry Page y Sergey Brin. El término suele utilizarse como sinónimo de este buscador, el más usado en el mundo. (Española, 2006)

Hardware

Es la parte física de un ordenador o sistema informático, está formado por los componentes eléctricos, electrónicos, electromecánicos y mecánicos, tales como circuitos de cables y circuitos de luz, placas, utensilios, cadenas y cualquier otro material, en estado físico, que sea necesario para hacer que el equipo funcione. (Española, 2006)

Host

Es un nodo, un ordenador o un conjunto de ellos, que ofrecen servicios, datos... al resto de ordenadores conectados a la red, sea esta local o global como internet. (Española, 2006)

Hostear

El hosting, web hosting o alojamiento web es un servicio ofrecido por muchas compañías mediante el cual podemos poner una página web o un conjunto de datos en un servidor remoto para que puedan ser usados y/o consultados por usuarios de internet. (Española, 2006)

Infocentros Comunitarios

Son espacios comunitarios de participación y desarrollo, que garantizan el acceso inclusivo a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) de las poblaciones de parroquias rurales y urbanas marginales del Ecuador. (Española, 2006)

Infraestructura Cloud

La computación en la nube es un término general para denominar cualquier cosa que tenga que ver con la provisión de servicios de hospedaje a través de Internet. (Española, 2006)

IVR

Es un software capaz de recibir una comunicación telefónica entrante e interactuar con la persona a través de grabaciones de voz y el uso de opciones de teclado hasta llegar al sector o mensaje de destino. (Española, 2006)

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

Es el órgano rector del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el Ecuador. (Española, 2006)

Mi Pymes (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa")

Es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa. (Española, 2006)

Migración

Traslado de una aplicación de un ordenador a otro en condiciones de compatibilidad. Migrar es también elevar una versión de un producto software a otra de más alto nivel. (Española, 2006)

Nube Informática

El nombre que se le da en inglés es "Cloud computing" se trata de un servicio que funciona a través de internet que permite a los usuarios gestionar información y servicios de cualquier tipo: música, videos, en General y poderlos tener alojados en servidores dedicados. (Española, 2006)

Plan

Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla. (Real Academia Española, 2017)

PC

La computadora, ese equipo indispensable en la vida cotidiana de hoy en día que también se conoce por el nombre de computador u ordenador, es una máquina electrónica que permite procesar y acumular datos. (Española, 2006)

Pymes:

Es el conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. (Española, 2006)

Plataforma informática

Una Plataforma Informática es una potente herramienta de gestión empresarial conformada por un conjunto de hardware (servidores de bases de datos, servidores de aplicaciones, máquinas de respaldo, equipos de conectividad, etc..), software (framework, aplicaciones empresariales, módulos especializados, servicios, etc..), estándares internacionales, metodologías, servicios y mucho más, sobrepasando todo lo conocido hasta ahora como sistema informático tradicional. (Española, 2006)

Red cableada o cableado estructurado

Se conoce como cableado estructurado al sistema de cables, conectores, canalizaciones y dispositivos que permiten establecer una infraestructura de telecomunicaciones y red en un edificio. (Española, 2006)

Redes sociales

Son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. (Española, 2006)

Responsive

También conocido como Diseño Web Adaptable, es una técnica de diseño y desarrollo web que mediante el uso de estructuras flexibles (contenedores flexibles, imágenes y video flexibles) y junto con Media Queries especificados en CSS, logran adaptar un sitio web al entorno del dispositivo en el que se encuentre. (Española, 2006)

Servidor

Es un ordenador o máquina informática que está al “servicio” de otras máquinas, ordenadores o personas llamadas clientes y que les suministran a estos, todo tipo de información. (Española, 2006)

Smart City

Es una ciudad que integra las últimas tecnologías para crear un entorno más sostenible, llevado al ámbito mundial, serían muchas ciudades inteligentes haciendo uso de las tecnologías. (Española, 2006)

Sociedad del conocimiento

Se trata de un concepto que aparentemente resume las transformaciones sociales que se están produciendo en la sociedad moderna y sirve para el análisis de estas transformaciones. (Española, 2006)

Sociedad de la información

Es aquella en la cual las tecnologías que facilitan la creación, distribución y manipulación de la información juegan un papel importante en las actividades sociales, culturales y económicas. (Española, 2006)

Software

Es una palabra que proviene del idioma inglés, pero que, gracias a la masificación de uso, ha sido aceptada por la Real Academia Española. Según la RAE, el software es un conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar distintas tareas en una computadora. (Española, 2006)

Software nativo o aplicaciones nativas

Las aplicaciones nativas se denominan así porque se desarrollan en el lenguaje nativo del propio terminal. Dependiendo de la plataforma para la que queramos nuestra aplicación, desarrollaremos en un lenguaje específico para la misma. (Española, 2006)

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS)

Es el órgano de control y vigilancia que tiene afinidad con el Reg. De la Propiedad y con el Reg. Mercantil en donde se lleva el registro de Sociedades en base a las copias que los funcionarios respectivos del Reg. Mercantil deben remitirles. (Española, 2006)

Tablet

Es un dispositivo electrónico que tiene un tamaño intermedio entre el ordenador y el móvil. Sus características principales son las siguientes: su ligereza, su manejo intuitivo utilizando las manos, su elevada autonomía de uso y la no dependencia de otros accesorios complementarios. (Española, 2006)

TIC

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. (Española, 2006)

Tiendas online

Es un espacio dentro de un sitio web, en el que se ofrecen artículos a la venta. En un sentido amplio se puede describir a una tienda virtual como a una plataforma de comercio convencional que se vale de un sitio web para realizar sus ventas y transacciones. (Española, 2006)

Web

Es conocida como un documento de tipo electrónico, el cual contiene información digital, la cual puede venir dada por datos visuales y/o sonoros, o una mezcla de ambos, a través de textos, imágenes, gráficos, audio o vídeos y otros tantos materiales dinámicos o estáticos. (Española, 2006)

CAPITULO II

2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

El marco metodológico es la estructura fundamental que permite conocer sí el presente proyecto cubre las necesidades y las expectativas de los objetivos específicos planteados. La información resultante, se utiliza para mejorar los procesos y variables de la investigación, utilizando la estadística, que es capaz de descubrir los indicadores de calidad del esfuerzo buscado.

2.1 Diseño de la Investigación

El muestreo probabilístico es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados. (López, 2005)

2.2 Métodos de Investigación

2.2.1 Método probabilístico simple aleatorio

El muestreo aleatorio simple (M.A.S.) es la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco maestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra. (López, 2005)

2.2.2 Población y Muestra

Cualquier investigación o técnica requiere definir el universo a analizar, y por ende identificar cuál será la muestra representativa a emplear, para poder aplicar las reglas de interpretación a dicho estudio.

- **Población**

La población está determinada en base a la información proporcionada por el INEC (Instituto nacional de estadística y censos en donde se determina el número de empresas por provincia y participación nacional.

Por lo cual para efectos de este estudio se toma como información la población de empresas en la provincia de Pichincha 198.600 empresas que corresponden el 23.6% del Universo DIEE.

El total de empresas del universo DIEE, comprende todas las unidades económicas que registraron ventas en el SRI y/o registraron personal afiliado en el IESS o perteneciendo al RISE pagaron impuestos sobre sus ingresos en el SRI. (Empresas, 2015).

Tabla 1
Número de empresas por provincias y participación nacional.

Provincia	Nro. Empresas	% Total
TOTAL	842.936	100,0%
PICHINCHA	198.600	23,6%
GUAYAS	163.243	19,4%
MANABÍ	67.729	8,0%
AZUAY	50.537	6,0%
TUNGURAHUA	43.183	5,1%
EL ORO	42.078	5,0%
LOS RÍOS	29.607	3,5%
CHIMBORAZO	27.638	3,3%
IMBABURA	27.559	3,3%
LOJA	27.035	3,2%
COTOPAXI	26.082	3,1%
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	23.192	2,8%
ESMERALDAS	17.925	2,1%
CAÑAR	15.995	1,9%
SANTA ELENA	12.113	1,4%
BOLÍVAR	11.748	1,4%
CARCHI	11.259	1,3%
SUCUMBÍOS	9.664	1,1%
ORELLANA	7.709	0,9%
ZAMORA CHINCHIPE	7.152	0,8%
NAPO	7.024	0,8%
MORONA SANTIAGO	6.770	0,8%
PASTAZA	6.770	0,7%
GALÁPAGOS	6.137	0,4%

Elaborado por: Ecuador en cifras, Fuente: (Instituto nacional de estadísticas y censos, 2015)

- **Muestra**

Se considera a la muestra como el subconjunto de unidades de la población. Para el proyecto se realiza el cálculo aplicando el método probabilístico simple aleatorio con un margen de error del 5%.

- **Formula.**

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

En donde:

n: es el tamaño de la muestra.

Z: es el nivel de confiabilidad (1,96).

p: es la variabilidad positiva (0,9).

q: es la variabilidad negativa (0,1).

N: es el tamaño de la población

E: es la precisión o el error (5%).

Reemplazando valores:

$$n = \frac{1.96^2 (0.9*0.1) *198.600}{198.600(0.05)^2 + 1.96^2 (0.9*0.1)}$$

$$n = \frac{68.664,76}{496.85} = 138 \text{ encuestas}$$

2.3 Instrumentos

2.3.1 La Encuesta

La encuesta que se aplicará tomará una base de 138 empresas seleccionadas aleatoriamente de diferentes tipos pymes y empresas con el fin de identificar la probabilidad que adquieran los servicios de ACTIVATICS SA.

El diseño de la encuesta será realizado a personal con cargos gerenciales en pymes y empresas, con preguntas dicotómicas y de opción múltiple, contará con 11 preguntas divididas en dos segmentos, el primero para identificar los perfiles empresariales: tamaño y tipo de empresa, y el segundo se compone de preguntas con las cuales se pretende reafirmar el mercado potencial y tendencias de consumo de desarrollos informáticos.

El diseño de la encuesta será con preguntas dicotómicas y de opción múltiple, esto con el fin de poder identificar con más exactitud los objetivos contemplados en el presente proyecto investigativo. En el anexo A se muestra el modelo de la encuesta donde se recabó la información plasmada de las tabulaciones.

2.3.2 Análisis e Interpretación de Resultados

En cuanto al análisis y procesamiento de los datos recopilados en pymes y empresas en la ciudad de Quito provincia de Pichincha obteniendo los siguientes resultados con su respectivo análisis.

A continuación, se detallan 3 preguntas que son las más relevantes y que permiten asentar la viabilidad del proyecto.

Más información Anexo No 1

Pregunta N°1. ¿Considera que el uso de medios en internet está cambiando la forma de realizar las ventas y servicio para llegar a nuevos clientes?

Tabla 2

Uso del Internet

Considera que el uso de medios en internet estan cambiando la forma de realizar las ventas y llegar a nuevos clientes?	Frecuencia	Porcentaje %
Si	118	85,51%
No	20	14,49%
Total	138	100,00%

Elaboración: Autor, Fuente: Investigación Propia

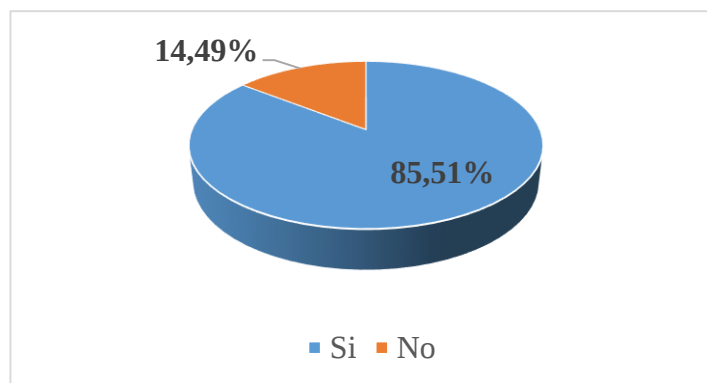


Figura 2. *Uso del Internet* Elaboración: autor

Interpretación

La mayoría de las encuestas indican que las empresas hacen uso de medios de internet, lo cual permite valorar que existen un gran porcentaje de empresas que requieren de servicios y soluciones informáticas.

Pregunta N°2 ¿Conoce lo que es una aplicación colaborativa que permite ayudar a las empresas vender productos, bienes y servicios?

Tabla 3

Conocimiento de aplicaciones colaborativas

Conoce lo que es una aplicación colaborativa que ayuda a vender productos,bienes y servicios ?	Frecuencia	Porcentaje %
Si	78	56,52%
No	60	43,48%
Total	138	100,00%

Elaboración: Autor, Fuente: Investigación Propia

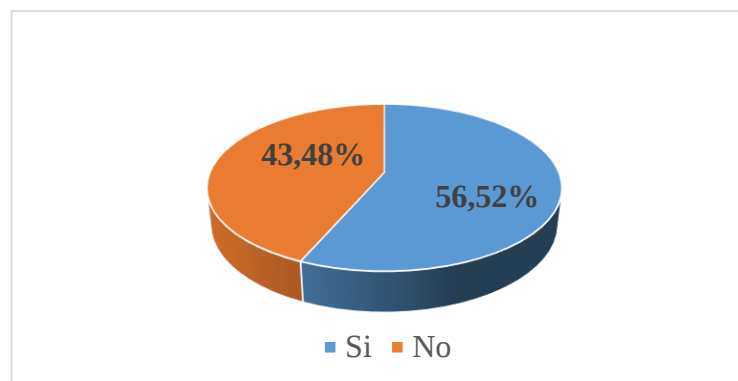


Figura 3. *Conocimiento de aplicaciones colaborativas, Elaboración: autor*

Interpretación

La mayoría de las encuestas indican que tienen conocimientos de aplicaciones colaborativas lo cual indica que hay oportunidad para que la empresa ACTIVATICS SA pueda ofrecer sus aplicaciones colaborativas.

Pregunta N° 3. ¿Estaría la empresa interesada en adquirir una aplicación colaborativa web o móvil para llegar a nuevos clientes?

Tabla 4

Adquisición de plataformas colaborativas

Estaría la empresa interesada en adquirir una aplicación colaborativa web o móvil para llegar a nuevos clientes?	Frecuencia	Porcentaje %
Si	124	89,86%
No	14	10,14%
Total	138	100,00%

Elaboración: Autor, Fuente: Investigación Propia

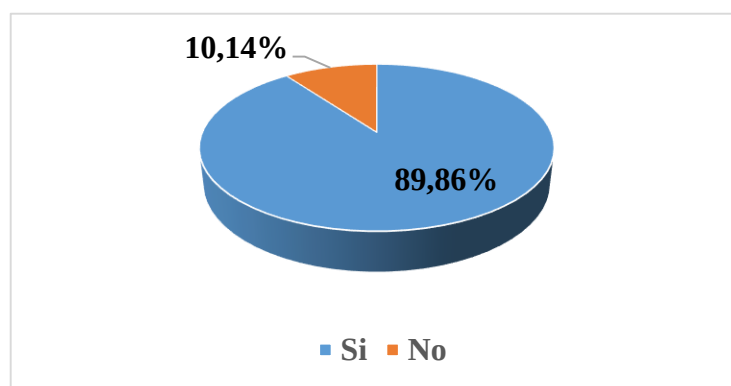


Figura 4. *Adquisición de plataformas colaborativas, Elaboración: autor*

Interpretación

La mayoría de las empresas encuestadas indican que, si desean adquirir una aplicación colaborativa lo que web o móvil para poder incrementar sus ventas y brindar una mejor experiencia en servicio al cliente.

CAPITULO III

3 LA PROPUESTA

3.1 Introducción

Su fundador es un emprendedor que desarrollo sus habilidades en grandes multinacionales donde se formó, y por las que paso compartiendo sus habilidades y conocimientos en la mejora y crecimiento de las mismas, estas son empresas que brindan servicios basados en tecnología de telecomunicaciones, hasta que encontró una oportunidad en el mercado ecuatoriano y se lanzó al emprendimiento desarrollando plataformas colaborativas, basándose en modelos de negocios ya existentes en otros países pero buscando adaptarlos localmente.

3.2 Aspecto legal

La empresa se funda legalmente el 21 marzo del 2016, siendo sus principales accionistas:

Tabla 5

Aspecto legal, participación de socios

Accionistas	Cargo	Participación socios
Carlos Vicente Arévalo Cevallos	Gerente General	60%
Richard Virgilio Arévalo Cevallos	Presidente	40%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.3 Estado actual

La empresa actualmente está en 3 etapas buscando su crecimiento y gozando de salud financiera:

- Comercializando sus plataformas colaborativas.
- Buscando mercado para ofreceres sus servicios informáticos.
- Desarrollando nuevas plataformas.

3.4 Planes futuros

Los planes a futuro son consolidarse en el mercado y ser la mejor opción para todos sus clientes que requieran de sus soluciones y servicios.

Así mismo seguir desarrollando nuevas aplicaciones colaborativas que permiten conectar el servicio con el usuario, y crear experiencias nuevas que es lo que ayuda a las empresas de éxito a estar en vanguardia.

3.5 Planificación Estratégica

3.5.1 Estructura organizacional

La empresa actualmente de acuerdo a las soluciones y servicios que brinda tiene la siguiente estructura organizacional.

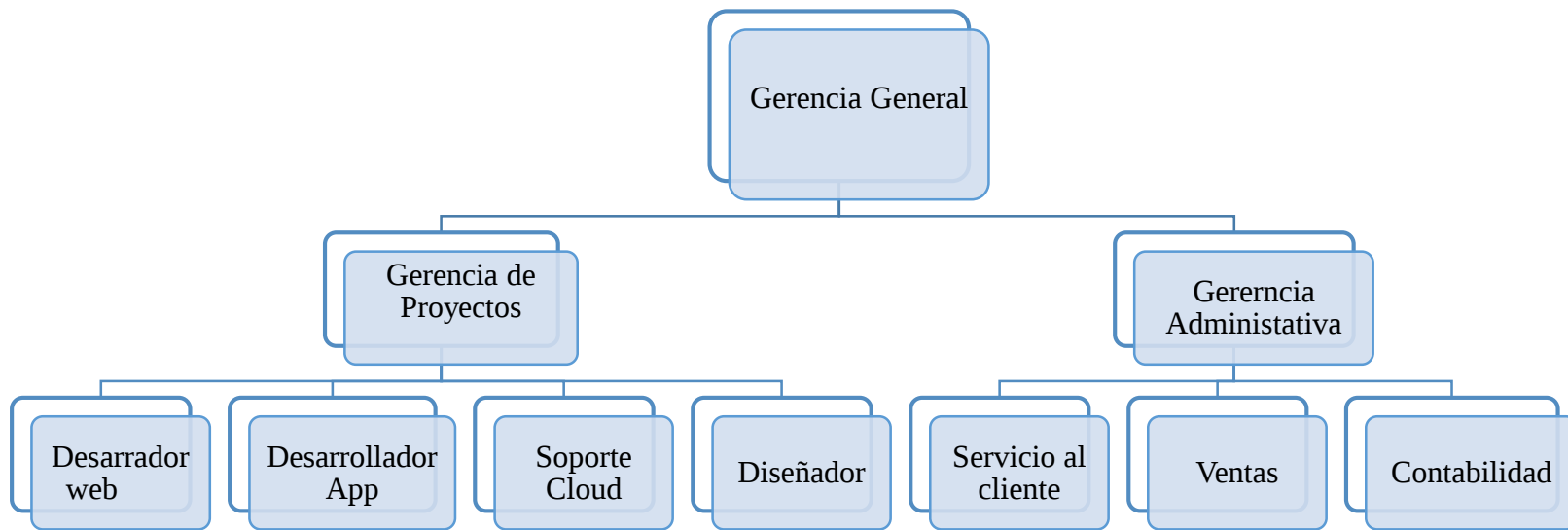


Figura 5. Estructura organizacional de la empresa, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

La estructura organizacional se realiza con base en las áreas que requiere la empresa para realizar sus operaciones.

3.5.2 Detalle de las áreas de la estructura organizacional.

3.5.2.1 Gerencia General

- **Perfil**

Estudios en Administración, Marketing o afines,

- **Funciones**

Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado.

- **Competencias**

Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo

Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.

3.5.2.2 Gerencia Administrativa

- **Perfil**

Estudios en Administración, Marketing o afines

- **Funciones**

Trabajar con la gerencia general de la mano en las actividades planificada.

Administrar y controlar que los recursos de la empresa se distribuyan correctamente.

- **Competencias**

Controlar las actividades planificadas, analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

3.5.2.3 Servicio al cliente

- **Perfil**

Estudios en Administración, Marketing o afines

- **Funciones**

Atender a los seguimientos de clientes vía telefónica, web y por mail.

Dar soporte a las demás áreas que requieran incluido gerencias.

- **Competencias**

Servicio al cliente

Atención personalizada

3.5.2.4 Ventas

- **Perfil**

Estudios en Marketing, Comunicación, Administración

- **Funciones**

Aumentar la cartera de clientes

Contactar, agendar y visitar a nuevos prospectos

- **Competencias**

Liderazgo en gestión de ventas

Autogestión y creatividad para apertura nuevos mercados

3.5.2.5 Contabilidad

- **Perfil**

Estudios en Contabilidad y Auditoría.

- **Funciones**

Llevar la contabilidad de la empresa

Manejo de portales impuestos SRI, obligaciones IESS, Ministerio de Trabajo y SUPERCIAS.

Realizar cobranzas a los clientes

Pagos a proveedores

Roles de pago

Emisión de cheques a proveedores y colaboradores.

- **Competencias**

Conocimiento contable

Análisis y resolución de problemas

3.5.2.6 Gerencia de proyectos

- **Perfil**

Estudios en Administración, Marketing, Sistemas, Telecomunicaciones

- **Funciones**

Planificar, dirigir y controlar los proyectos nuevos de la empresa

Dar seguimiento a los proyectos existentes

- **Competencias**

Conocimiento en proyectos

Dirección de equipos de trabajo

3.5.2.7 Desarrollador web

- **Perfil**

Estudios en Sistemas, Telecomunicaciones o afines

- **Funciones**

Desarrollo de base de datos BD.

Desarrollo de aplicaciones web

Pruebas y soluciones

- **Competencias**

Conocimiento de aplicaciones nativas.

Análisis y solución de problemas

Trabajo en equipo bajo tareas asignadas

3.5.2.8 Desarrollador App

- **Perfil**

Estudios en Sistemas, Telecomunicaciones o afines

- **Funciones**

Desarrollo de base de datos BD.

Desarrollo de aplicaciones web

Pruebas y soluciones

- **Competencias:**

Conocimiento de aplicaciones nativas.

Análisis y solución de problemas

Trabajo en equipo bajo tareas asignadas

3.5.2.9 Soporte Cloud

- **Perfil**

Estudios en Sistemas, Telecomunicaciones o afines

- **Funciones**

Administrador de los servidores en la nube.

- **Competencias**

Análisis y solución a problemas

Orientación a resultados

3.5.2.10 Diseñador

- **Perfil**

Estudios en Diseño gráfico o multimedia

- **Funciones**

Encargado del diseño de la marca y publicidad de la empresa

Gestor de las redes sociales

- **Competencias**

Manejo de herramientas Design

Creatividad y compromiso en cada proyecto

3.5.3 Misión y visión de la empresa

3.5.3.1 Misión

Lograr que las empresas en donde prestamos nuestros servicios tengan acceso a soluciones y servicios a medida, con la más avanzada tecnología en desarrollo informático, a precios accesibles que les permitan incrementar su competitividad y productividad.

3.5.3.2 Visión

Ser la empresa de tecnología de desarrollo e innovación con más rápido crecimiento en el mercado de la Informática, convirtiéndonos en un socio estratégico para la mejora continua de nuestros clientes.

3.5.4 Análisis Situacional – FODA

El presente análisis FODA nos permite evaluar la situación estratégica de la empresa y tomar decisiones del curso a seguir.

3.5.4.1 Fortalezas

- Equipo de trabajo consolidado y comprometido con la visión de la empresa.
- Aplicaciones ya desarrolladas e implementadas.
- Metodologías de desarrollo ágiles que con conocimiento y herramientas necesarias permiten que los desarrollos sean más eficientes.

3.5.4.2 Debilidades

- Estructura organizacional no definida correctamente
- Falta de un plan de marketing a seguir para posicionamiento de la marca.
- Inversión baja en publicidad digital.

3.5.4.3 Oportunidades

- Servicios innovadores y nuevos en el mercado para ventas y atención y a clientes.
- Clientes potenciales en busca de crecimiento
- Mercado no saturado que ofrezcan estos servicios.

3.5.4.4 Amenazas

- Competidores locales y extranjeros con aplicaciones similares que cada vez tienen más presencia en la internet.
- Cambio de políticas económicas en apoyo a empresas extranjeras que brinden servicios similares.
- Ingreso de nuevas tecnologías en desarrollo informático que generen un cambio en el proceso de desarrollo

3.5.4.5 Operacionalización de la misión y visión de la empresa

Tabla 6

Operacionalización de la Misión

Elemento	Directriz	Impacto	Indicadores	Valor ideal
Lograr que las empresas en donde prestamos nuestros servicios tengan acceso a soluciones y servicios a medida	Mantener los niveles de competencia en desarrollo informático.	Venta de aplicaciones web y móviles disponibles para el uso inmediato.	Cantidad Ventas de aplicaciones / Aplicaciones desarrolladas	100%
Con la más avanzada tecnología en desarrollo informático	Usando aplicaciones actualizadas y a la vanguardia, para el desarrollo de aplicaciones	Profesionales especializados en desarrollo de software que cumplen eficientemente con los requerimientos.	Cantidad Rotación de personal / Cantidad Profesionales contratados	100%
A precios accesibles que les permitan incrementar su competitividad y productividad.	Costo más económico en servicios y soluciones de acuerdo al mercado local e internacional	Aplicaciones web y móviles con precios bajo suscripción mensual.	Comisión por uso de aplicación/ Precio de aplicación	100%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

Tabla 7

Operacionalización de la Visión

Elemento	Directriz	Impacto	Indicadores	Valor ideal
Ser la empresa de tecnología de desarrollo e innovación con más rápido crecimiento en el mercado de la Informática	Cumpliendo la misión de forma eficiente y estar actualizada en los nuevos requerimientos que solicite los clientes o el mercado.	Tener un posicionamiento de las marcas que sea reconocido en el mercado local	Ventas(dólares) de la empresa / Ventas (dólares) del mercado	100%
Convirtiéndonos en un socio estratégico para la mejora continua de nuestros clientes.	Desarrollando aplicaciones amigables y que aporten en los procesos de venta y atención al cliente	Incremento de usuarios que usen las aplicaciones web y móviles	Número de Proyectos implementados /número Proyectos requeridos	100%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.6 Plan de marketing

3.6.1 Objetivos de Marketing

- Desarrollar las estrategias que permitan que la empresa se posicione en el mercado.
- Incrementar el porcentaje de las ventas dentro de los 5 primeros años en un 3.8% anual de acuerdo al incremento de ventas según el informe del INEC. (INEC, 2015)

3.6.2 Estudio de Mercado

3.6.2.1 Análisis de la necesidad de este servicio (demanda)

El análisis de la demanda se realizó con la finalidad de identificar cuáles son los clientes potenciales, mercado meta y establecer el número de servicios que no ha sido captado por la oferta de los competidores.

3.6.2.2 Mercado Total

El mercado potencial está definido por la cantidad de empresas registradas en la provincia de Pichincha 198.600 (Empresas, 2015)

3.6.2.3 Mercado potencial

Se considera para este estudio de mercado aquellas empresas que generan volúmenes de ventas De 2´000.001 en adelante y con más de 100 colaboradores (Empresas, 2015). esto con la finalidad de poder encontrar un mercado potencial.

Tabla 8

Mercado Potencial

Provincia	Mediana empresa "B" 33,6%	Grande empresa 37,2%	Total
PICHINCHA	66.730	73.879	140.609

Elaborado por: El autor, Fuente: (Instituto nacional de estadísticas y censos, 2015)

Tabla 9

Número de empresas por tamaño de empresa y participación nacional.

Clasificación de las empresas	Volúmenes de ventas anuales	Personal ocupado
Micro empresa	Menor a 100.000	1 A 9
Pequeña empresa	De 100.001 a 1'000.000	10 A 49
Mediana empresa	De 1'000.001 a 2'000.000	50 A 99
Mediana empresa	De 2'000.001 a 5'000.000	100 A 199
Grande empresa	De 5'000.001 en adelante	200 en adelante

Elaborado por: INEC, Fuente: (Instituto nacional de estadísticas y censos, 2015)

Se define el mercado potencial al sumar los volúmenes de ventas anuales de las Medianas empresas “B” con las Grandes empresas.

3.6.2.4 Mercado Meta

Estas serían las empresas que buscan contratar servicios de plataformas colaborativas

En relación a la pregunta 4 de la encuesta el 89.86% de las empresas estarías dispuestas adquirir los servicios.

Tabla 10

Mercado Meta

Información	Cantidad
Mercado potencial	140.609
Empresas interesadas	89,86%
Mercado meta	126.351

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.6.2.5 Oferta potencial

En la oferta potencial se busca conocer las empresas que participan de este mercado, por lo que se identifican los competidores directos e indirectos.

3.6.2.6 Competidores Directos

Son las empresas que tiene su ubicación en la ciudad de Quito, al igual que la empresa ofrecen servicios y soluciones en desarrollo y poseen un gran porcentaje en la participación y ranking de las mejores empresas según (Superintendencia de Compañías, 2015)

Tabla 11

Competidores directos

Competencia Directa	Año	Ingresos	Utilidad	Utilidad / Ingresos
Kruger	2.016	11712506	1.781.292	15,21%
Adexus	2.016	6665790	71.497	2,50%
Bayteq	2.016	2860699	71.497	2,50%
Activatics	2.016	128596	13.503	10,50%

Fuente: (Superintendencia de compañías, 2015), Elaboración: Autor

Cabe mencionar que los porcentajes de ingreso y utilidad corresponden al ranking de las mejores 100 empresas del país en las diferentes actividades económicas por lo tanto no representan el 100%.

3.6.2.7 Competidores Indirectos

Hace referencias aquellas empresas que están en el mercado en ciudades aledañas como Guayaquil y Cuenca, que prestan servicios en desarrollo de software.

Tabla 12

Competidores indirectos

Competencia Indirecta	Año	Ingresos	Utilidad	Utilidad / Ingresos
Eclipsoft S.A.	2016	2870477	422.861	14,73%
Filestorage	2016	4141127	709.368	17,13%
Digitec	2016	10555077	823.013	7,80%

Fuente: (Superintendencia de compañías, 2015), Elaboración: Autor

Los porcentajes de ingreso y utilidad corresponden al ranking de las mejores 100 empresas del país en las diferentes actividades económicas por lo tanto no representan el 100%. (Superintendencia de compañías, 2015)

3.6.3 Estrategia de Marketing

Para poder definir las estrategias que la empresa va a implementar es necesario conocer todas las soluciones y servicios que la empresa ofrece.

3.6.4 Marketing Mix

3.6.4.1 Producto

- **Plataformas colaborativas**

Son aplicaciones colaborativas desarrolladas en web y apps móvil que están diseñadas con la finalidad de conectar los productos, bienes y servicios que ofrece una empresa con un cliente que busca adquirirlo.

Para efecto de este plan de negocios se toma en cuenta la siguiente plataforma colaborativa.

- **Driver – Transporte corporativo.**

Es una marca de la empresa, es una aplicación web (despachador) y móvil (app) que conecta servicios de Transporte corporativo, el mismo se oferta a las diferentes empresas a nivel local.

En caso de una empresa requiera como servicios se ofrece:

- Desarrollo Aplicaciones Web
- Desarrollo Aplicaciones Móviles
- Social Media Solutions
- Cloud Computing.

3.6.4.2 Precio

El ingreso es bajo comisión, es decir se cobra una comisión (25%) valor mensual por la facturación que realiza el servicio. El (75%) corresponde a los conductores

- **Driver – Taxi Ejecutivo** Comisión por servicio 25%

3.6.4.3 Plaza

La matriz de ACTIVATICS SA se encuentra en la ciudad de Quito, Avda. Mañosca OE1-67 y 10 de agosto.

- **Localización online**

Para la distribución y ofertas de las soluciones y servicios se ha optado por utilizar la web y redes sociales, en donde un asesor atiende solicitudes de los posibles clientes en línea y también mediante un formulario de contacto.

Activatics – Tecnología e innovación

Su página web es el primer contacto con sus clientes, la cual es responsive, es decir se adapta a las pantallas de un computador Pc o portátil como a un celular móvil

- **Página web:** www.activatics.ec

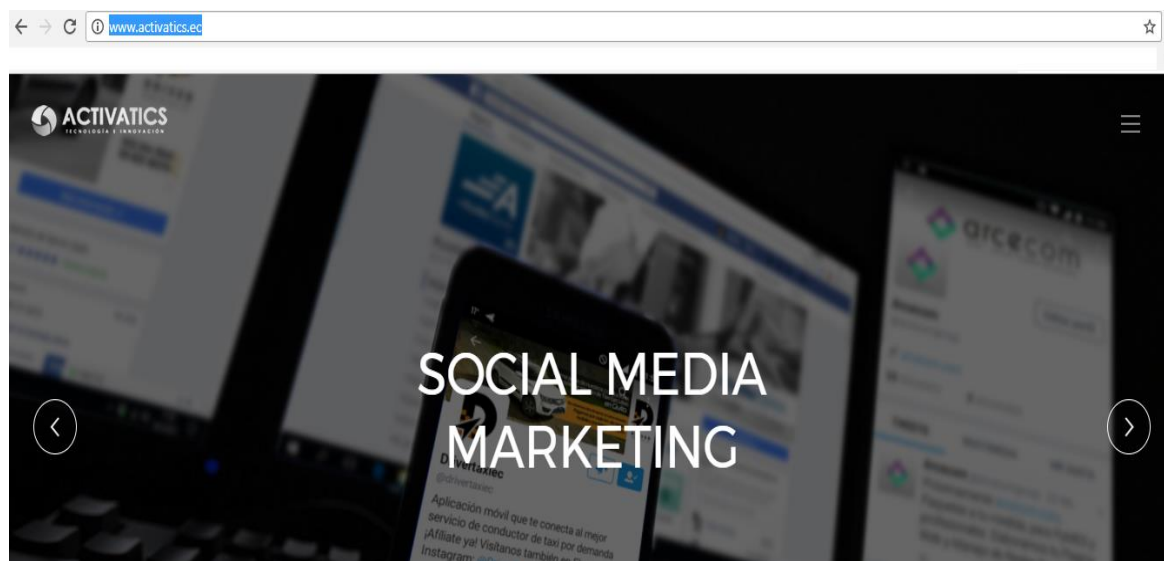


Figura 6. web marca Driver Transporte corporativo., Elaboración: Autor

Driver – Transporte corporativo

- Página web: www.driver.ec

Su página web permite darse a conocer con sus clientes, es responsive, es decir se adapta a las pantallas de un computador Pc o portátil como a un celular móvil



Figura 7. web marca Driver Transporte corporativo, Elaboración: Autor

3.6.4.4 Promoción

Dentro de las estrategias para dar a conocer los servicios y soluciones que ofrece la empresa se tiene las siguientes:

3.6.4.5 Branding: Creación de la marca corporativa

La empresa ACTIVATICS SA y su marca tienen realizado el logo que las representa.



Figura 8. Logo Activatics SA Fuente, Elaboración: Autor

- El logo usa una paleta en sus colores en azul que muestra seguridad y confianza (<http://www.puromarketing.com>, 2016), tiene un enfoque en tecnología, su significado refiere una mezcla de palabras entre Activar tu marca y Tics por medio de la tecnología.
- Su slogan: “Desarrollamos experiencia tecnológica”, con la cual se busca dar a conocer que sus plataformas siguen tendencias actuales.

Así mismo se diseñó el logo de Driver.



Figura 9. Logo Driver – Transporte Corporativo Fuente, Elaboración: Autor

- El logo usa una paleta en sus colores amarillo que significa innovación, seguridad, confianza y el negro que refiere a formal, exclusivo (<http://www.puromarketing.com>, 2016) enfocado en un servicio de transporte privado y diferenciador.
- Su slogan “Te llevamos a tu destino”, con lo cual se busca dar a conocer seguridad, exclusividad y confort.

3.6.4.6 Redes sociales: Facebook,

La empresa usa las redes sociales para crea más posicionamiento de su marca, como inicio utiliza Facebook. En un futuro debe también promocionarse a través de LinkedIn, ya que sus servicios son BtoB, es decir de empresa a empresa.

Facebook Activatics

- Publicaciones 3 veces por semana tanto en la página de cada marca como en grupos personalizados dentro de las redes.
- Publicaciones pagadas de forma mensual con un alcance de 250.000



Figura 10. Facebook ACTIVACTIS, Elaboración: Autor

Facebook Driver

- Publicaciones 3 veces por semana tanto en la página de cada marca como en grupos personalizados dentro de las redes.
- Publicaciones pagadas de forma mensual con un alcance de 250.000



Figura 11. Facebook Driver, Elaboración: Autor

3.7 Plan de operaciones

3.7.1 Localización de la empresa

La empresa tiene sus oficinas en la Mañosca OE1-67 y 10 de agosto de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, cuenta con un espacio de 150m² repartidos en las oficinas de cada área.

Todos sus desarrollos y bases de datos BD están almacenados en Amazon AWS y su conexión es remota.



Figura 12. Localización de la empresa, Fuente: Google Maps. Elaboración: Autor

3.7.2 Oficinas y lugar de operaciones

La empresa cuenta con sus oficinas física en donde se distribuye las estructuras organización en 2 partes.

- **Administración y Comercial**

Aquí desarrollan sus funciones la Gerencia general, contabilidad, marketing & ventas y servicio al cliente.

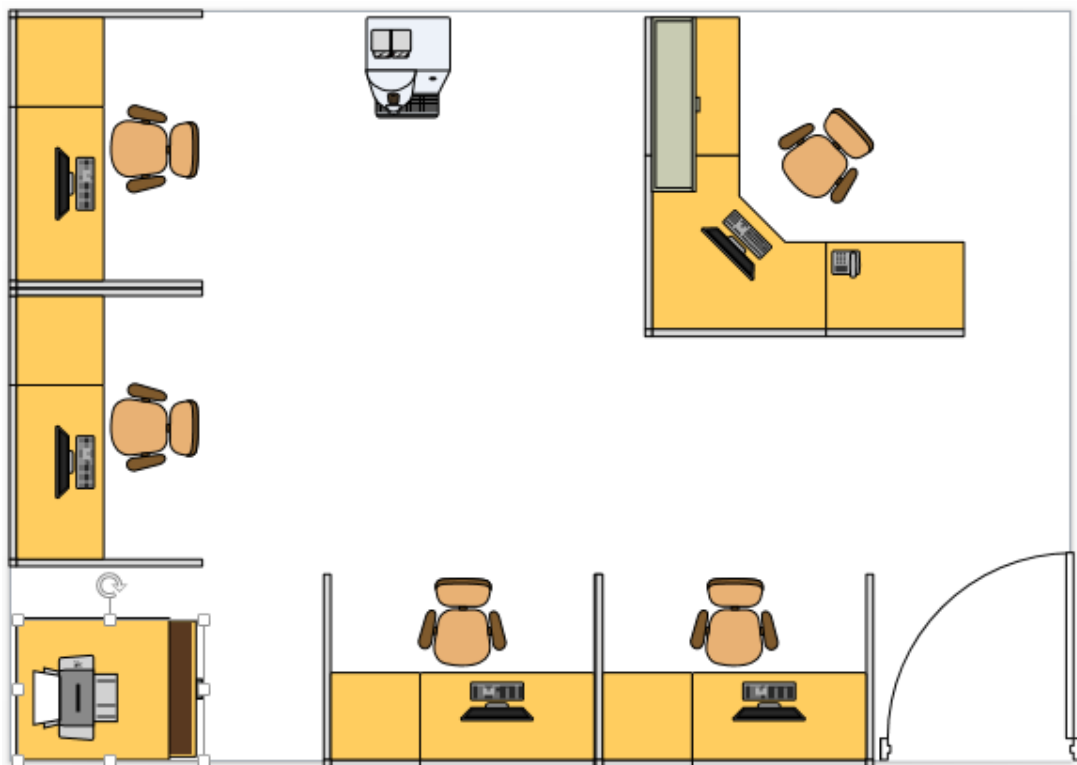


Figura 13. *Administración y Comercial, Elaboración autor.*

- **Desarrollo de proyectos**

Aquí desarrollan sus funciones el líder de proyectos, desarrolladores de software y diseñador multimedia.

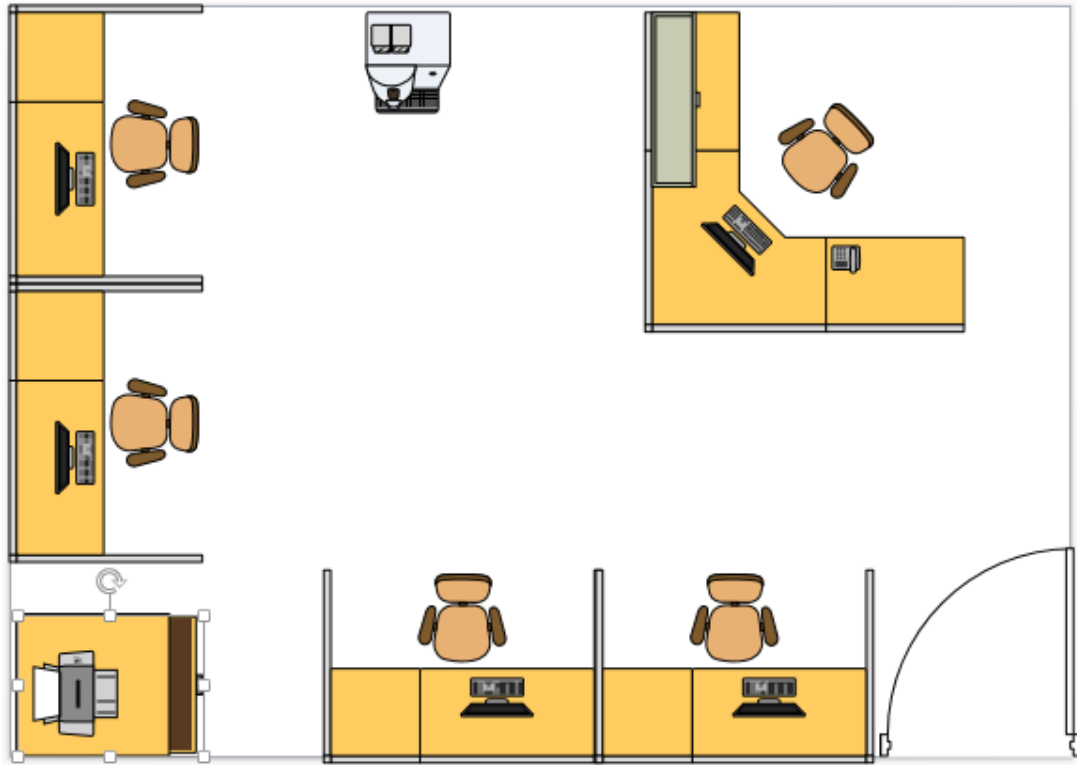


Figura 14. *Desarrollo de proyectos, Elaboración autor.*

3.7.3 Procesos

3.7.3.1 Procesos Administrativos

A continuación, se detalla los procesos que la empresa debe seguir por medio de flujos que indican las actividades que tiene cada gestión a realizarse.

3.7.3.2 Proceso de Servicio al cliente

- Recepción de la llamada
- Cliente se contacta vía Pbx, mail, y otros medios que cuenta la empresa.
- Se analiza el requerimiento o consulta
- Se comunica la solución de la misma
- Se escala a otra área si la solución no es viable directamente
- Se comunica a cliente la solución del requerimiento
- Finalización de la llamada

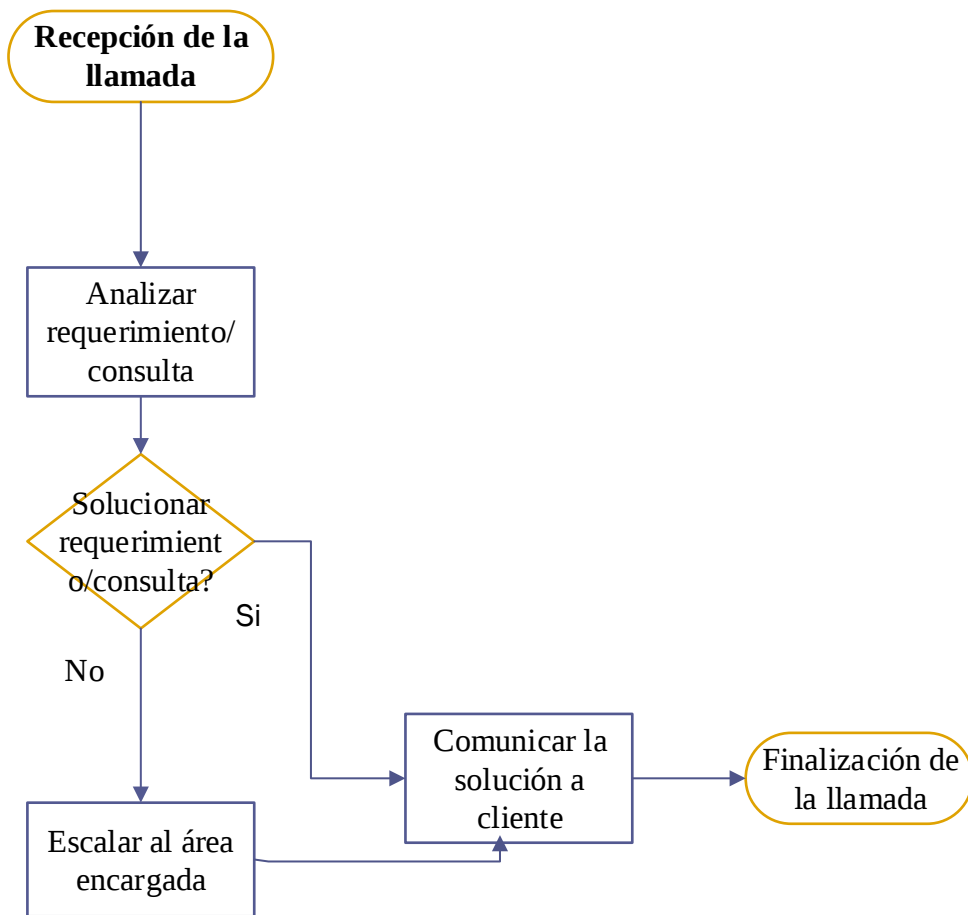


Figura 15. *Flujo de servicios al cliente*, Fuente: *Investigación Propia*, Elaboración: *Autor*

3.7.3.3 Proceso Ventas

- Iniciar
- Contactar Empresas
- Ofrecer plataformas colaborativas y servicios informáticos
- Agendar cita Gerente
- Visitar a Gerente
- Hacer Demostración
- Informar políticas
- Venta del servicio
- Firmar contrato
- Finalización de la llamada

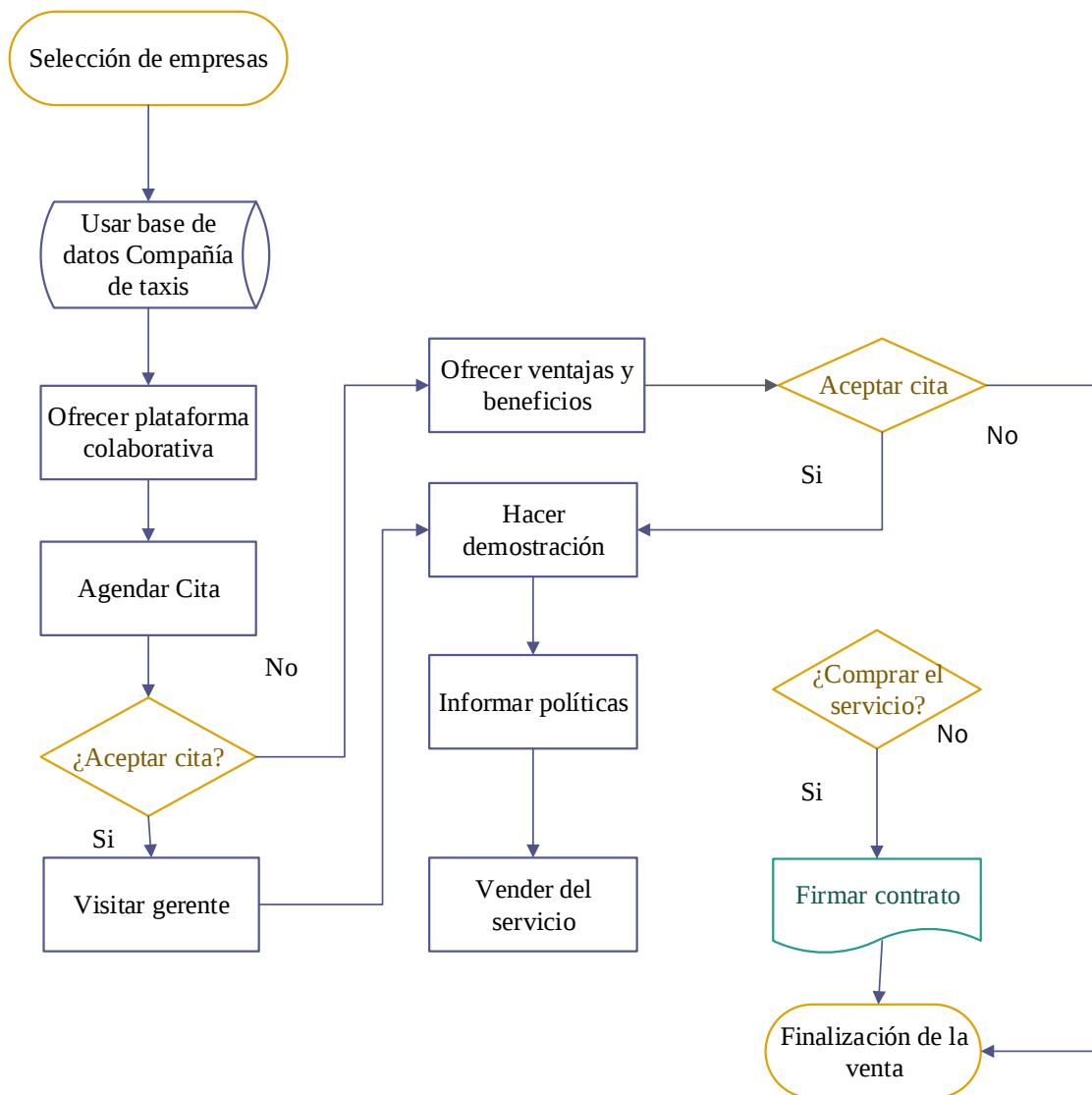


Figura 16. *Flujo de ventas*, Fuente: *Investigación Propia*, Elaboración: *Autor*

3.7.3.4 Proceso de Contabilidad

- Proceso de facturación
- Generar reporte
- Revisión de reporte
- Aprobación de gerencia
- Emitir facturas
- Finalización de facturación

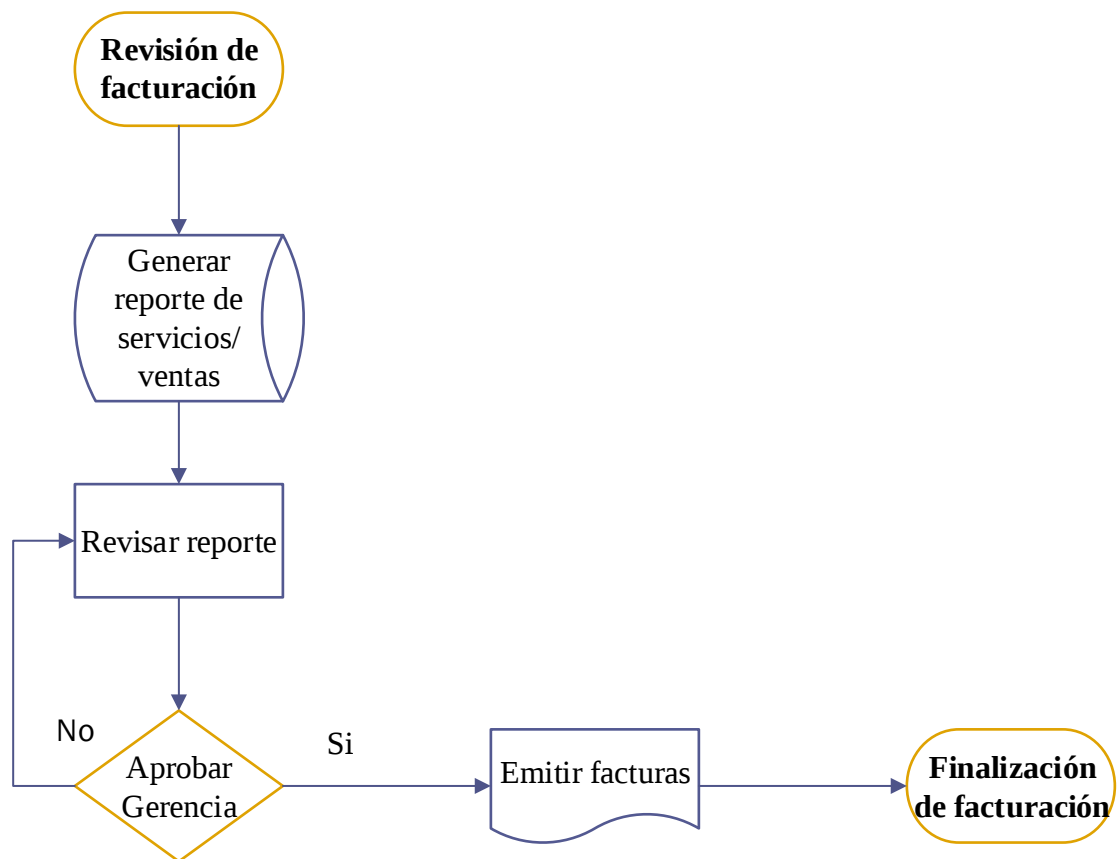


Figura 17. Flujo de facturación Fuente: Investigación Propia Elaboración: Autor

3.7.3.5 Proceso de cobranzas

- Revisión de cuentas por cobrar
- Facturar pendientes de pago
- Notificar a cliente vía mail, llamada
- Solicitar fecha de pago
- Confirmar pago
- Registrar pago
- Finalización de cobranzas

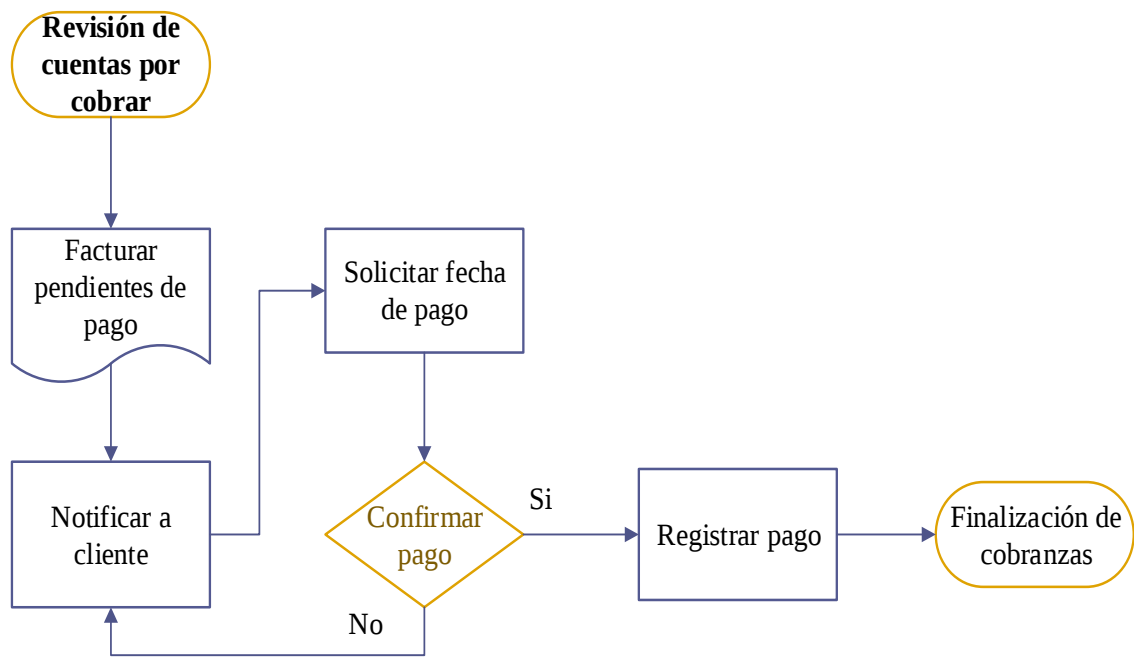


Figura 18. *Flujo de cobranza Fuente: Investigación Propia , Elaboración: Autor*

3.7.3.6 Proceso de compras

- Elaboración de listado
- Hacer Requerimiento de compra
- Aprobación de gerencia – Comunicar motivos de negación
- Buscar proveedores
- Solicitar proformas
- Aprobación de gerencia – Comunicar motivos de negación
- Realizar pago
- Recibir producto o servicio
- Finalización de la compra

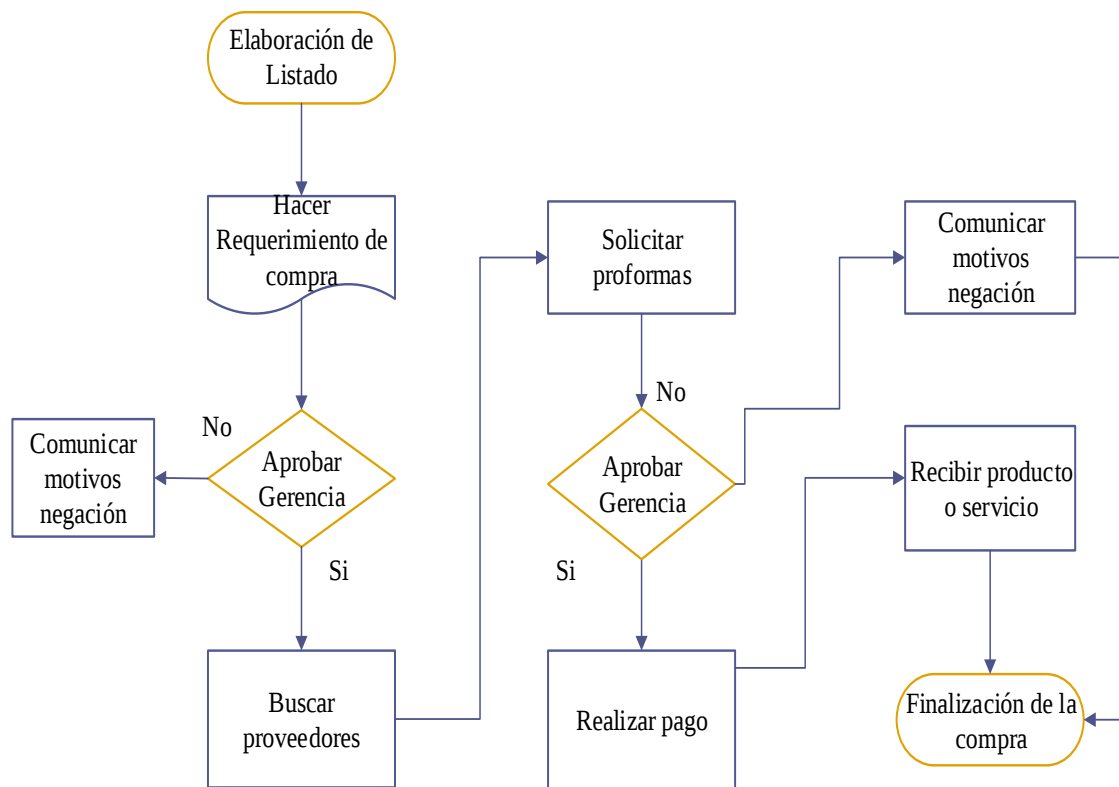


Figura 19. Flujo de compras, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.7.3.7 Proceso pago a proveedores

- Revisión de las cuentas por pagar
- Revisar facturas de pago
- Facturas correctas
- Informar a gerencia
- Aprobación de gerencia
- Emitir documento de pago
- Realizar pago
- Finalización de los pagos

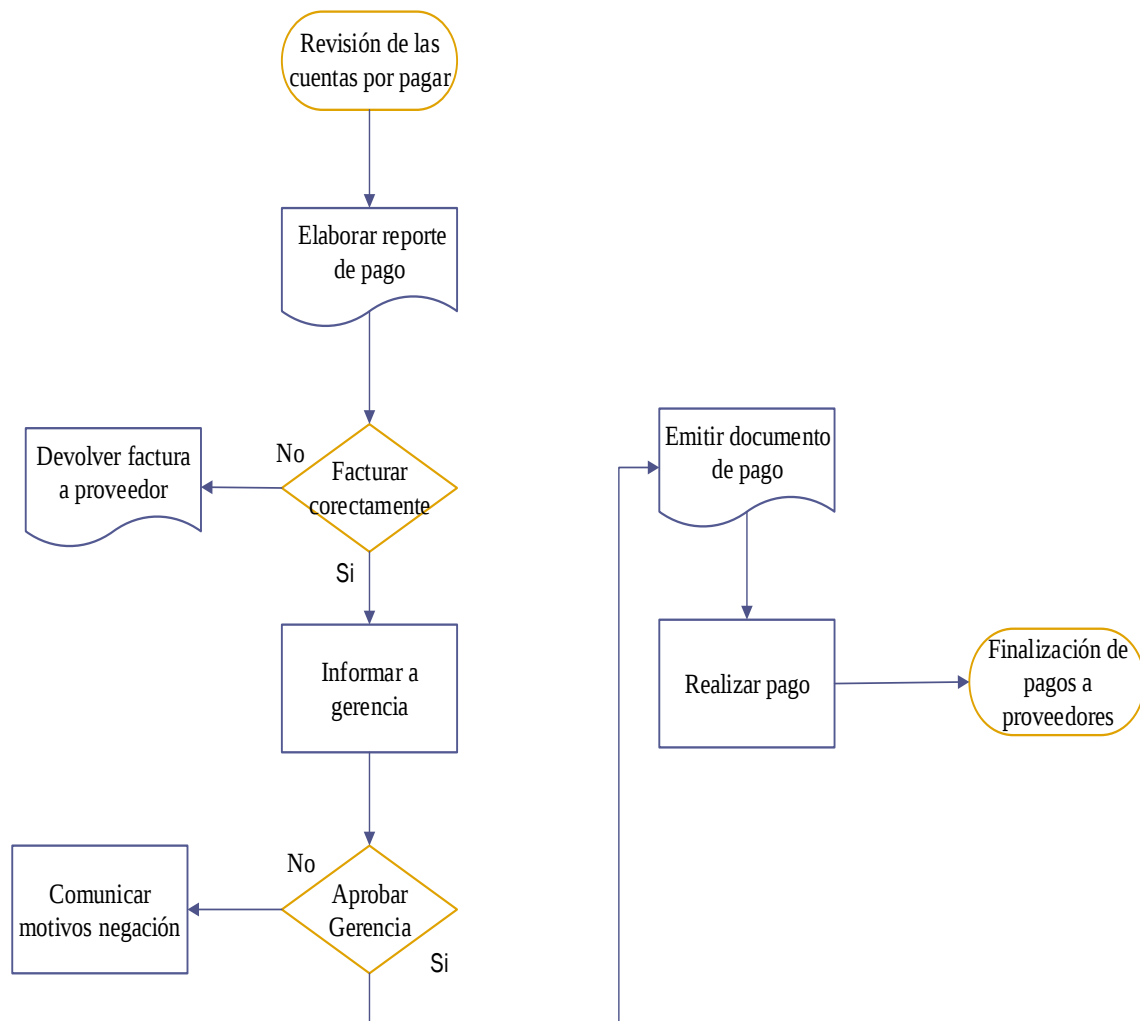


Figura 20. Flujo Pago a proveedores, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.7.3.8 Proceso pago de impuestos

- Documento de impuesto de SRI
- Aprobación de gerencia – Comunicar motivos de negación
- Realizar pago
- Archivar pago
- Fin

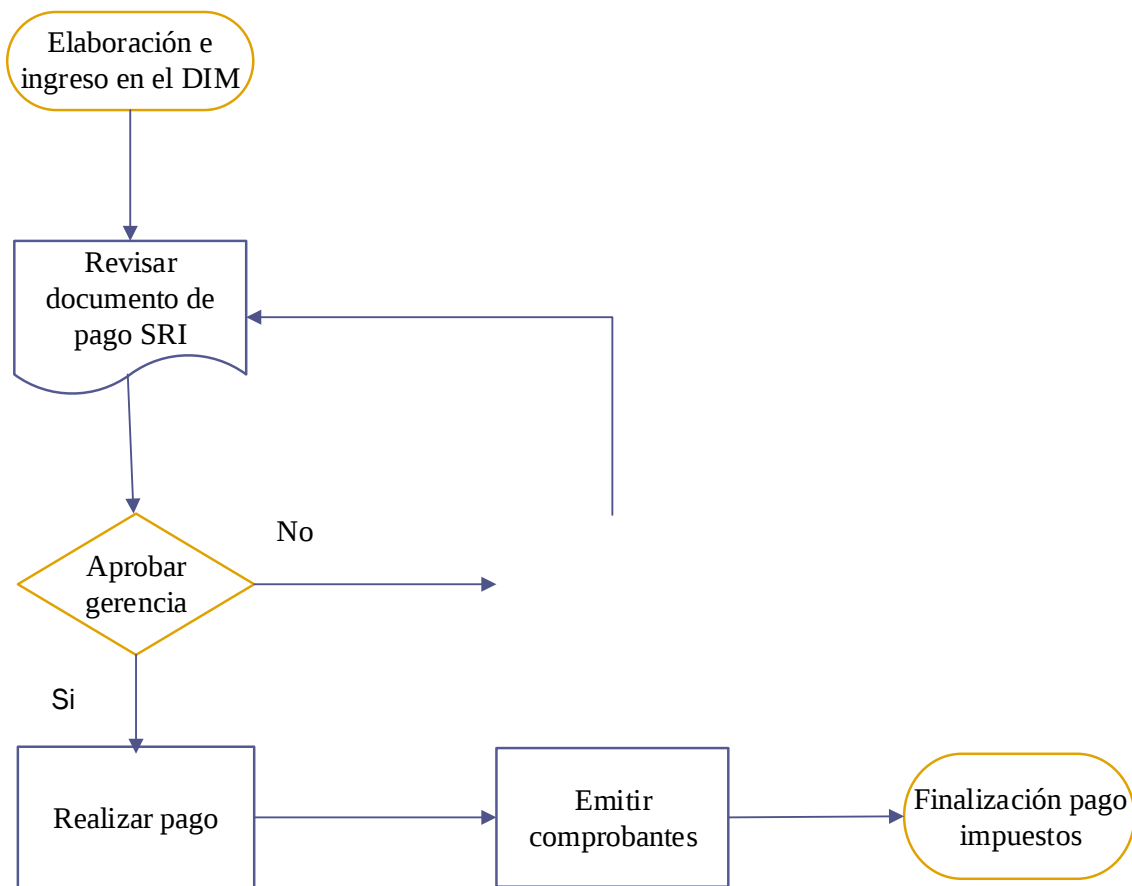


Figura 21. *Flujo de pago de impuestos, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor*

3.7.3.9 Proceso pago a colaboradores

- Revisión de sueldos
- Generar Rol de pagos
- Revisar rol de pagos
- Aprobación de gerencia – Comunicar motivos de negación
- Realizar pago
- Finalización de

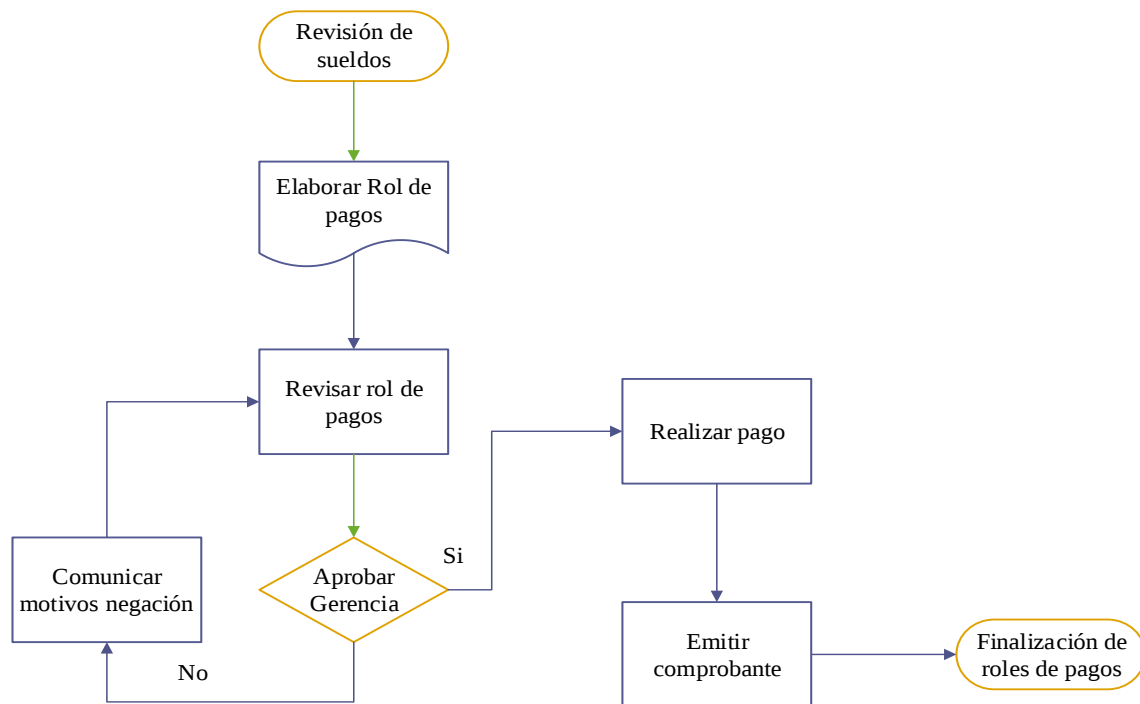


Figura 22. *Flujo de pago a colaboradores*, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.7.3.10 Desarrollo de aplicaciones

- Generación de nueva aplicación
- Requerimiento Desarrollo aplicación
- Analizar aplicación
- Aprobación de gerencia – Comunicar motivos de negación
- Documentar desarrollo
- Diseñar aplicación
- Desarrollar aplicación
- Realizar pruebas
- Aplicación lista
- Corregir errores
- Subir al servidor, Implementar
- Capacitar a los usuarios

- Finalización y seguimiento

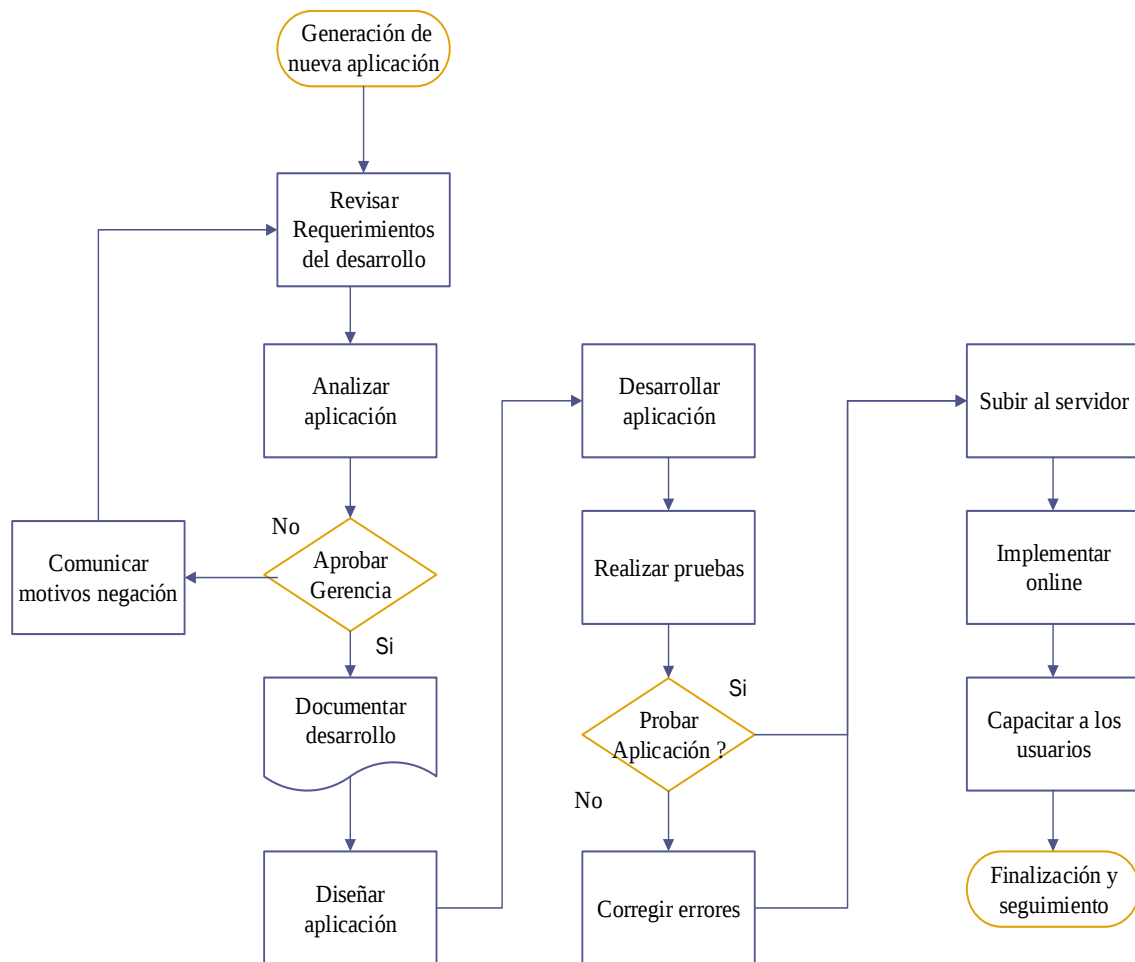


Figura 23. Flujo de desarrollo de aplicaciones, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.7.3.11 Proceso Soporte Técnico

- Revisión de problemas
- Reportar Consulta/ Error
- Asignar encargados
- Revisar causas y soluciones
- Corregir errores
- Realizar pruebas
- Problema solucionado
- Informar solución

- Finalización del problema

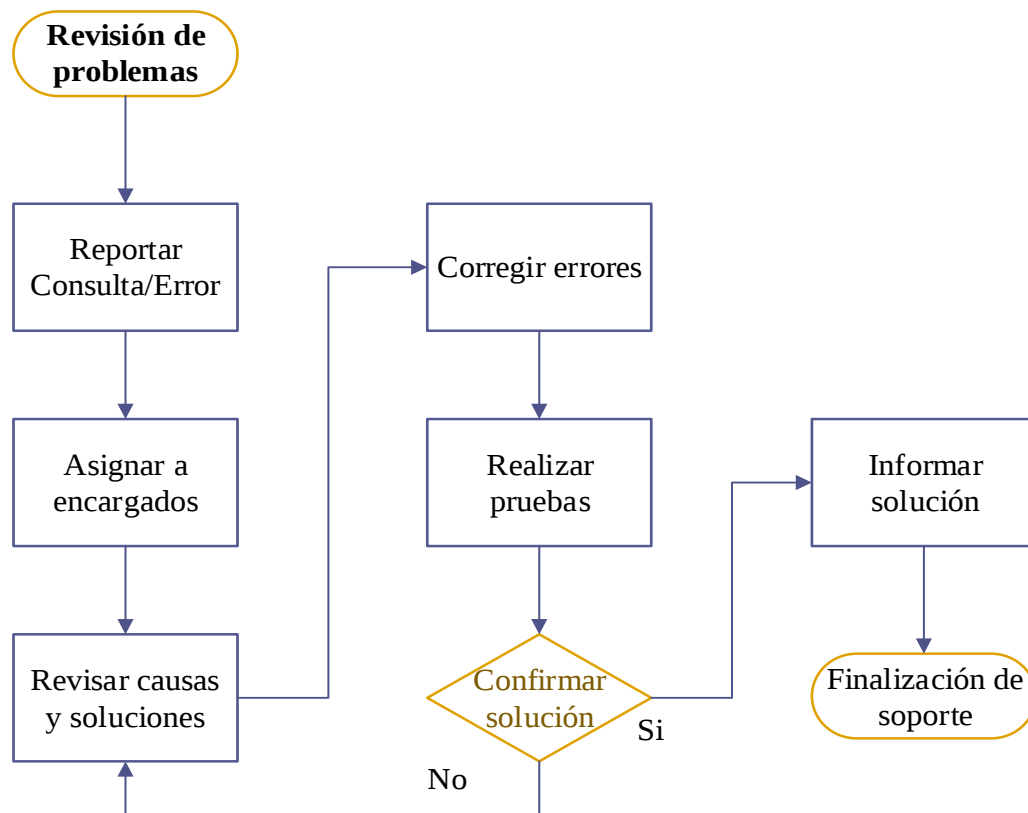


Figura 24. *Flujo de soporte técnico*, Fuente: *Investigación Propia*, Elaboración: *Autor*

3.7.3.12 Talento humano

- **Selección y Contratación de personal**
 - Revisión de vacantes
 - Requerimiento de personal
 - Evaluar requerimiento
 - Aprobación de gerencia – Comunicar motivos de negación
 - Anuncia vacante, Analizar hojas de vida
 - Seleccionar precandidatos
 - Entrevistar candidatos
 - Contratar
 - Firmar contrato de prueba
 - Finalización de gestión

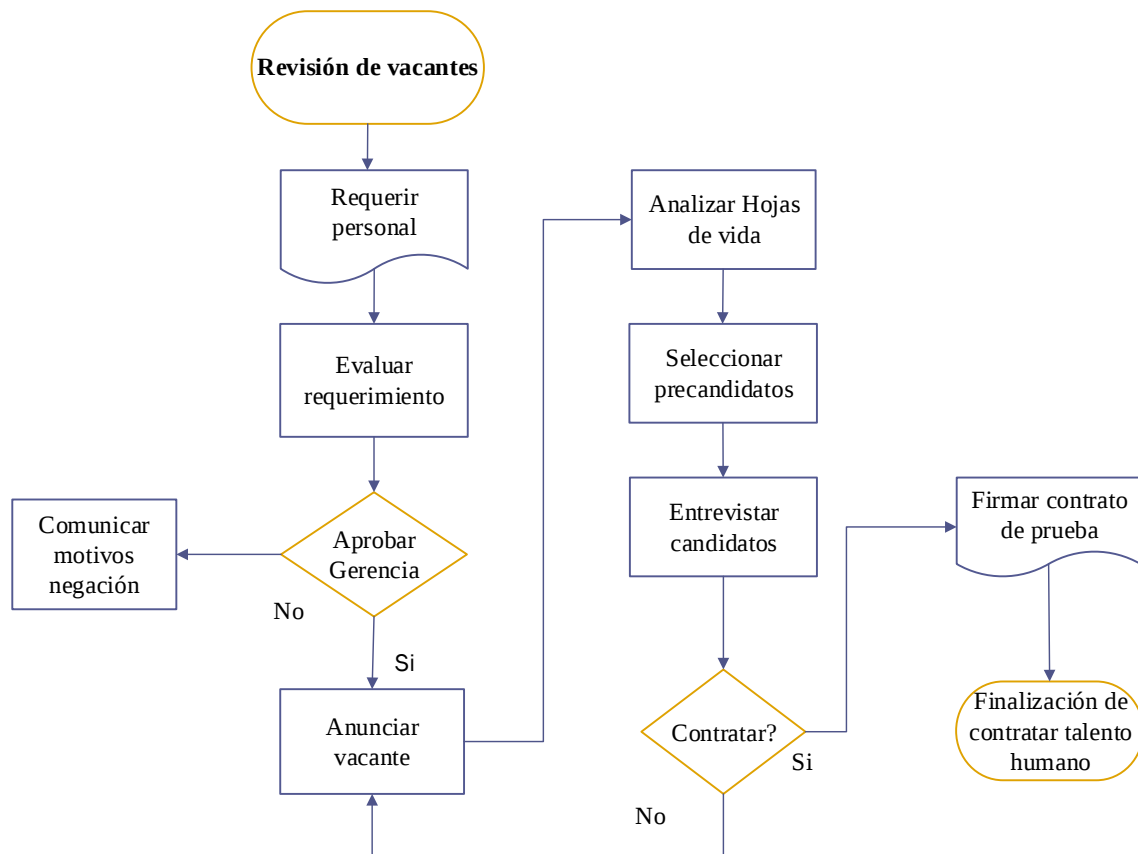


Figura 25. *Flujo de contratación de personal*, Fuente: Investigación Propia Elaboración: Autor

3.7.3.13 Evaluación de Desempeño

- Revisión de gestión
- Elaborar Evaluación de desempeño
- Analizar resultados
- Retroalimentar a colaboradores
- Dar seguimiento
- Finalización de la evaluación

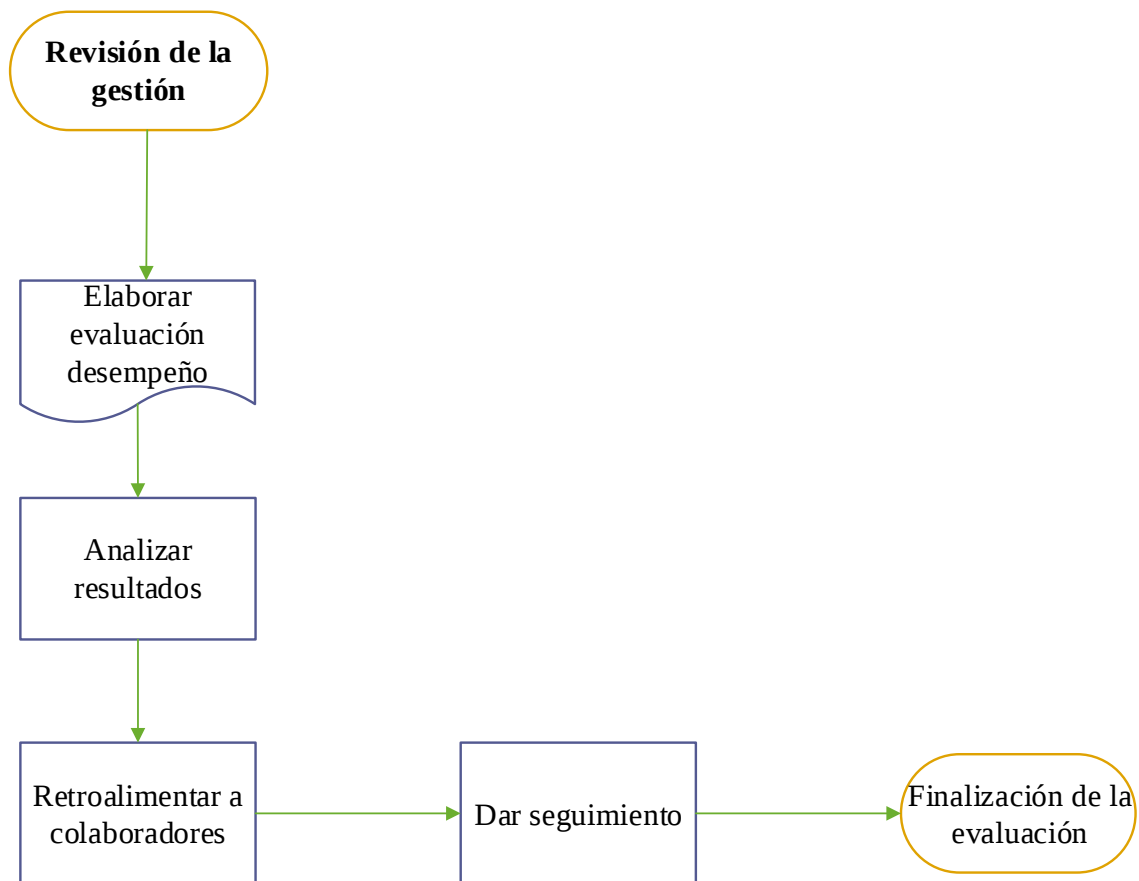


Figura 26. *Flujo de evaluación de desempeño, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor*

3.7.3.14 Capacitación

- Revisión de capacitación
- Elaborar Requerimiento de capacitación
- Evaluar requerimiento
- Aprobación de gerencia
- Comunicar motivos de negación
- Enlistar Participantes
- Realizar capacitación
- Evaluar resultado
- Finalización de capacitación

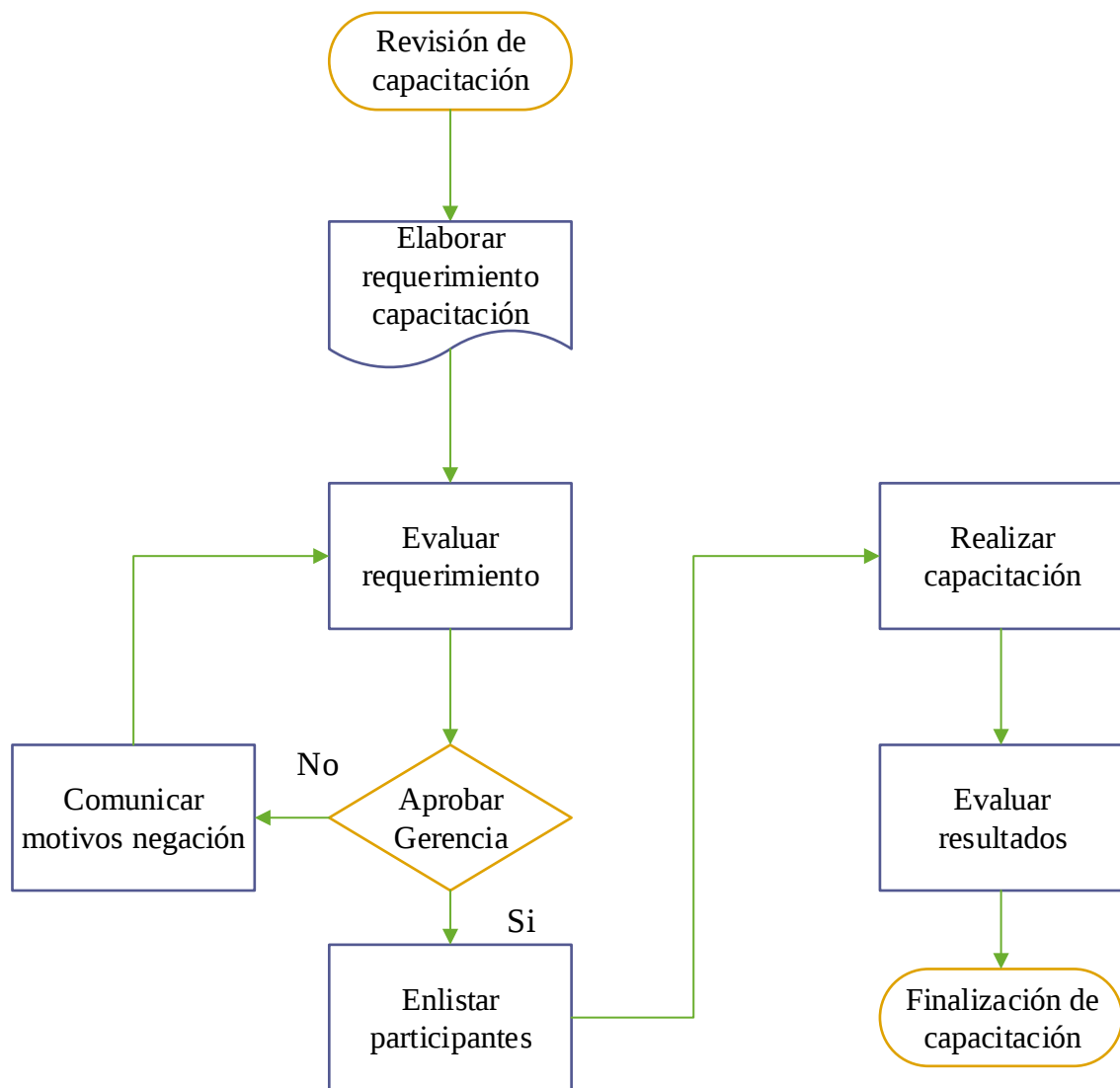


Figura 27. *Flujo de capacitación*, Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8 Plan Financiero

3.8.1 Evaluación de la empresa.

Actualmente la empresa no cuenta con un Plan Financiero que le permita tomar decisiones y establecer estrategias, por lo que se requiere estructurar y elaborar el mismo, de esta forma se obtenga información relevante para su crecimiento y evolución.

Cabe indicar que para este plan financiero se toma en cuenta una de las marcas de la empresa Driver Transporte corporativo con la que se trabajar contable y financieramente.

3.8.2 Inversión Inicial.

La empresa requiere una inversión inicial de activos fijos que le permita fortalecerse y adecuar sus instalaciones para poder iniciar sus operaciones, tales como Gastos diferidos, tal como se detalla en la tabla.

Tabla 13

Inversión inicial

Inversión inicial	Año 0
Constitución Legal	550,00
Aporte social	90.632,08
Equipos de oficina	457,00
Equipos de computación	6.800,00
Muebles y enseres	2.500,00
Recursos Software	22.078,00
Total Inversión inicial	123.017,08

Fuente: *Investigación Propia, Elaboración: Autor*

3.8.3 Activos Corrientes

3.8.3.1 Constitución Legal, Aporte social y Capital social.

- **La constitución legal** corresponde a la Constitución de la empresa, Patente municipal y Gastos de Notaría.

Tabla 14

Constitución Legal.

Constitución Legal	Cantidad	Precio	Valor
Constitución	1	450,00	450,00
Patente Municipal	1	50,00	50,00
Notaria	1	50,00	50,00
Total Constitución Legal			550,00

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

El aporte social y el capital social refiere a lo que aportan los socios y con esto la empresa no requiere de préstamos bancarios. adicional incluye el valor con que fue constituida la empresa \$800 dólares.

Tabla 15

Aporte social y Capital social.

Aporte social	Cantidad	Precio	Valor
Capital social	1	800,00	800,00
Aporte de socios	1	89.832,08	89.832,08
Total Aporte social			90.632,08

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.4 Activos No Corrientes

3.8.4.1 Muebles y enseres de oficina

Se considera todos los modulares necesarios para la estación de trabajo del colaborador, esto comprende un escritorio con cajonera, silla giratoria. Además, cuenta con una mesa para reuniones generales, así como un archivador y silla giratoria.

Tabla 16

Muebles y enseres de oficina

Muebles y enseres	Cantidad	Precio	Valor
Escritorios	10	150,00	1.500,00
Sillas	10	40,00	400,00
Mesa de reunión	1	200,00	200,00
Archivador	2	200,00	400,00
Total Muebles y enseres			2.500,00

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.4.2 Equipos de oficina

Son los suministros que la empresa requiere como herramienta adicional que permite que los colaboradores puedan desarrollar sus funciones.

Para esto se ha considerado de acuerdo al número de colaboradores la compra de distintos equipos de oficina.

Tabla 17

Equipo de oficina

Equipos de oficina	Cantidad	Precio	Valor
Calculadora	1	10,00	10,00
Papelera	1	10,00	10,00
Basurero	3	5,00	15,00
Grapadora	2	3,00	6,00
Perforadora	2	3,00	6,00
Mouse	10	5,00	50,00
Teléfono ip	2	80,00	160,00
Otros	1	200,00	200,00
Total Equipos de oficina			457,00

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.4.3 Recursos Tecnológicos Software

La empresa requiere tener el desarrollo de su plataforma colaborativa y sus servidores en donde pueda almacenar la información de todos los proyectos que se desarrollen, por eso ha optado por trabajar con cloud con Amazon AWS, esta empresa le permite estar en online 24/7 y de esta forma evitar el gasto en servidores físicos. Cuenta con una central telefónica virtual que le permite poder recibir llamadas y mantener un mejor contacto con sus clientes. El dominio se adquirió con la empresa que vende servicios Goddady USA.

Tabla 18

Recursos Software

Recursos Software	Cantidad	Precio	Valor
Desarrollo plataforma colaborativa	1	21.000,00	21.000,00
Amazon AWS servidores virtuales	1	500,00	500,00
Elastix central virtual	1	500,00	500,00
Dominio empresa	2	39,00	78,00
Total Recursos Software			22.078,00

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.4.4 Equipos de computación

Para esto la empresa cuenta con laptops y PC de escritorio. También cuenta un servicio de Servidores Virtuales Cloud Amazon AWS lo cual le permite estar en línea 24/7. La impresora forma parte de los equipos necesarios por la empresa para sus operaciones.

Tabla 19

Equipos de computación

Equipos de computación	Cantidad	Precio	Valor
Laptos	6	700,00	4.200,00
Pc escritorio	4	500,00	2.000,00
Impresora	2	300,00	600,00
Total Equipos de computación			6.800,00

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.5 Capital de Trabajo

Son los gastos que tiene la empresa para realizar sus gestiones anuales entre los que tenemos: gastos administrativos, gastos de marketing & ventas, entre otros gastos.

La proyección se realiza a 5 años y se toma en cuenta un aumento anual basado en la inflación en el país del 1.10 % anual según. (INEC, 2015).

Tabla 20

Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	39.309,63	39.742,04	40.179,20	40.621,17	41.068,00	41.519,75
Gastos de Marketing	46.922,45	47.438,59	47.960,42	48.487,98	49.021,35	49.560,59
Otros Gastos	3.600,00	3.639,60	3.679,64	3.720,11	3.761,03	3.802,40
Total Capital de Trabajo	89.832,08	90.820,23	91.819,26	92.829,27	93.850,39	94.882,74

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.6 Gastos Generales

3.8.6.1 Gastos Administrativos,

La empresa al momento trabaja con los colaboradores necesarios para su operación, entendiendo lo que requiere se detalla el gasto de sueldos y salarios administrativos, se debe tomar en cuenta que cada año los mismos tienen un aumento en el que se considera la inflación en el país del 1.10 % anual según. (INEC, 2015).

Dentro de Gastos administrativos se toma en cuenta: Sueldos y salarios, Servicios básicos, Alquiler de oficina, Suministros de oficina, y contratación de servicio cloud (la nube).

Tabla 21

Gastos Administrativos.

Gastos Administrativos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	39.309,63	39.742,04	40.179,20	40.621,17	41.068,00	41.519,75

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.6.2 Gastos Marketing & Ventas

Son los gastos que la empresa requiere para prospectar, vender y fidelizar sus servicios, aquí se incluye los sueldos y salarios del Gerente comercial, marketing, vendedores, diseñador web y desarrollado web con quienes se creara el contenido online que requiere la empresa.

La proyección se realiza a 5 años y se toma en cuenta un aumento anual basado en la inflación en el país del 1.10 % anual según. (INEC, 2015).

Tabla 22

Gastos Marketing & Ventas

Gastos de Marketing	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Marketing	46.922,45	47.438,59	47.960,42	48.487,98	49.021,35	49.560,59

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.6.3 Otros gastos

Estos gastos corresponden al mantenimiento mensual que requiere la plataforma y los servidores que permiten a la empresa y sus clientes poder trabajar con normalidad.

La proyección se realiza a 5 años y se toma en cuenta un aumento anual basado en la inflación en el país del 1.10% anual según. (INEC, 2015).

Tabla 23

Otros Gastos

Otros Gastos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Otros Gastos	3.600,00	3.639,60	3.679,64	3.720,11	3.761,03	3.802,40

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

Depreciación

Refiere a la disminución del valor que tienen en el tiempo los equipos de oficina, equipos de computación, muebles de oficina adquiridos por la empresa cada año.

- Los equipos de oficina tienen una vida útil de 10 años con una disminución de valor del 10% de forma anual.
- Los equipos de computación tienen una vida útil de 3 años con una disminución de valor del 33.33% de forma anual.
- Los muebles y enseres tienen una vida útil de 10 años con una disminución de valor del 10% de forma anual.

Tabla 24

Depreciación

Depreciación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de oficina	-	45,70	45,70	45,70	45,70	45,70
Equipos de computación	-	2.266,67	2.266,67	2.266,67	-	-
Muebles y enseres	-	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Total Depreciación		2.562,37	2.562,37	2.562,37	295,70	295,70

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.7 Estudio de Ingresos

En este estudio se analizará los ingresos, costos de ventas, punto de equilibrio, calculo proyección de ventas que la empresa va generar en los próximos 5 años.

Cabe indicar que el aumento anual corresponde al 3.8% de crecimiento de las empresas en Ecuador. (Empresas, 2015)

Así mismo se toma en cuenta el porcentaje de la mejor de oportunidad en el mercado que es del 7% en una póliza según (<https://www.dinersclub.com.ec/portal/>, 2017)

3.8.8 Punto de equilibrio

Para realizar el punto de equilibrio se toma en referencia el capital de trabajo \$ 89.832,08 que requiere la empresa de forma anual para poder cubrir sus gastos y esto multiplicado por 4 veces siendo un total de facturación requerida de 359.328,32 anual.

Tabla 25

Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	Valor
Capital de trabajo	89.832,08
Incremento de facturación	4,00
Facturación requerida	359.328,32

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.9 Modelo de negocio

Hacer referencia a la forma como la empresa genera su ingreso con base en la facturación requerida, de lo cual el 25% corresponde de ingreso a la empresa y el 75% a sus colaboradores internos que son los conductores.

Tabla 26

Modelo de negocio

Modelo de negocio	Valor
Facturación requerida	359.328,32
Ingreso 25%	89.832,08
Costo de ventas 75%	269.496,24

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.10 Porcentaje de crecimiento

Para poder tener un porcentaje aceptable de incremento en las ventas anuales se lo realiza con base el porcentaje de crecimiento anual 3.8 % según (Empresas, 2015) y el mejor porcentaje de pago en una póliza que es del 7% según (Club, 2017) dando un total del 10.80% a incrementarse de forma anual.

Tabla 27

Porcentaje de crecimiento

Porcentaje de crecimiento	Valor
Crecimiento Anual	3,80%
Crecimiento empresa	7,00%
Total crecimiento	10,80%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.11 Ingresos

Los ingresos de la empresa refieren a la proyección de ventas dentro de los objetivos de plan de marketing, siendo esto en la plataforma en funcionamiento y comercialización: Driver Transporte corporativo, es decir el 25% de la facturación anual calculada anteriormente.

Tabla 28

Ingresos con proyección de ventas 5 años

Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	-	398.135,78	441.134,44	488.776,96	541.564,87	600.053,88

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.12 Costos de Ventas

Los costos de ventas corresponden a la facturación que realizan los colaboradores que trabajan en la plataforma y corresponde al 75% de los servicios prestados.

Tabla 29

Costos de Ventas

Costo de ventas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de ventas	-	272.460,70	275.457,77	278.487,80	281.551,17	284.648,23

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.13 Análisis Financiero

Para el Análisis Financiero del proyecto de la empresa se tomará en cuenta la tasa de inflación correspondiente al Ecuador en el mes de mayo del 1.10 % (INEC, 2015) y el crecimiento de las empresas 3.8% (Empresas, 2015)

3.8.14 Estado de resultados

Este resumen de datos es muy clave en la gestión financiera de la empresa ya que no da información sobre la utilidad neta al final del periodo proyectada a 5 años.

Tabla 30

Estado de resultados

Ingreso Ventas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Driver Transporte corporativo	-	398.135,78	441.134,44	488.776,96	541.564,87	600.053,88
Costo de ventas						
Driver Transporte corporativo	-	272.460,70	275.457,77	278.487,80	281.551,17	284.648,23
Utilidad Bruta	-	125.675,08	165.676,68	210.289,16	260.013,71	315.405,65
Gastos Generales						
Gastos de Administración	39.309,63	39.742,04	40.179,20	40.621,17	41.068,00	41.519,75
Gastos de Marketing & Ventas	46.922,45	47.438,59	47.960,42	48.487,98	49.021,35	49.560,59
Otros Gastos	3.600,00	3.639,60	3.679,64	3.720,11	3.761,03	3.802,40
Depreciación	-	2.562,37	2.562,37	2.562,37	295,70	295,70
Total de gastos generales	89.832,08	93.382,60	94.381,62	95.391,63	94.146,09	95.178,44
Utilidad antes de impuestos	-89.832,08	32.292,48	71.295,05	114.897,53	165.867,62	220.227,21
Impuestos a las ganancias (25%)	-	8.073,12	17.823,76	28.724,38	41.466,90	55.056,80
Utilidad Neta	-89.832,08	24.219,36	53.471,29	86.173,15	124.400,71	165.170,41
Utilidad / Ingresos	-	6,08%	12,12%	17,63%	22,97%	27,53%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.15 Flujo de Efectivo y Equivalentes

El flujo de efectivo corresponde al dinero que entra y sale de la empresa, lo que permite comprender los movimientos financieros.

Está relacionado con las actividades de operación, inversión y financiación lo cual permite convertir la visión estratégica de la empresa.

Cabe mencionar que la empresa tiene una financiación propia que es un aporte de los socios que la integran por lo que no requiere de préstamos bancarios.

Tabla 31

Flujo de efectivo y sus equivalentes

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividades de operación						
(+) Ventas	-	398.135,78	441.134,44	488.776,96	541.564,87	600.053,88
(-) Costo de ventas	-	272.460,70	275.457,77	278.487,80	281.551,17	284.648,23
(-) Gastos de administración	39.309,63	39.742,04	40.179,20	40.621,17	41.068,00	41.519,75
(-) Gastos de venta y mercadotecnia	46.922,45	47.438,59	47.960,42	48.487,98	49.021,35	49.560,59
(-) Otros gastos	3.600,00	3.639,60	3.679,64	3.720,11	3.761,03	3.802,40
(-) Impuestos a las ganancias	-	8.073,12	17.823,76	28.724,38	41.466,90	55.056,80
Flujos netos actividades de operación	-89.832,08	34.854,85	73.857,42	117.459,89	166.163,32	220.522,91
Actividades de inversión						
(+/-) Adquisición de muebles y enseres	2.500,00	-	-	-	-	-
(+/-) Adquisición de Equipos de oficina	457,00	-	-	-	-	-
(+/-) Adquisición de Equipos de computación	6.800,00	-	-	-	-	-
(+/-) Adquisición Recursos Software	22.078,00	-	-	-	-	-
(+/-) Adquisición de constitución legal	550,00	-	-	-	-	-
Flujos netos de actividades de inversión	32.385,00	-	-	-	-	-
Efectivo y equivalentes de efectivo	-122.217,08	34.854,85	73.857,42	117.459,89	166.163,32	220.522,91

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.16 VAN

Como podemos analizar el proyecto es viable y el valor del van que se obtiene es de \$ 468.747,44 y está por encima de la tasa máxima de rendimiento 11.83% (Banco Central dle Ecuador, 2017)

3.8.17 TIR

La tasa de rendimiento que genera el proyecto es 73.83 % y está por encima de la mejor oportunidad del mercado que es el 7% (Club, 2017)

3.8.18 Tiempo de Recuperación

El proyecto tiene un tiempo de recuperación de la inversión de 2 años, para ello es necesario cumplir con los objetivos de ventas que se plantean

A continuación, se detallan los cuadros que corresponden a todo el análisis realizado como el flujo de efectivo, VAN, TIR y Tiempo de recuperación.

Tabla 32

Herramientas Financieras

Herramienta Financiera	Valor
Tir	61,53%
Van	331.537,12
Tasa requerida	7,00%
Tiempo de recuperación	2 años

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

3.8.19 Balance General

EL balance general permite conocer la situación financiera de la empresa, datos importantes como los Activos corrientes, no corrientes, Pasivos a corto plazo y el Patrimonio.

Tener en cuenta como se está distribuyendo el efectivo de la empresa, cuanto corresponde a los inversionistas y con base en esto, tomar decisiones gerenciales que puedan dar una mejor administración, control y dirección de la empresa.

Tabla 33

Balance General

ACTIVO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente						
Efectivo y equivalentes de efectivo	90.632,08	125.486,93	199.344,35	316.804,24	482.967,56	703.490,47
Activo no corriente						
Muebles y enseres	2.500,00	2.250,00	2.000,00	1.750,00	1.500,00	1.250,00
Equipos de oficina	457,00	411,30	365,60	319,90	274,20	228,50
Equipos de computación	6.800,00	4.533,33	2.266,67	-	-	-
Recursos Software	22.078,00	-	-	-	-	-
Total activo no corriente	31.835,00	7.194,63	4.632,27	2.069,90	1.774,20	1.478,50
Total Activos	122.467,08	132.681,56	203.976,61	318.874,14	484.741,76	704.968,97
PASIVO						
Pasivo corriente						
Pasivo a corto plazo	89.832,08	90.820,23	91.819,26	92.829,27	93.850,39	94.882,74
Depreciaciones	-	2.562,37	2.562,37	2.562,37	295,70	295,70
Pasivo no corriente						
Pasivo a largo plazo						
Total Pasivo	89.832,08	93.382,60	94.381,62	95.391,63	94.146,09	95.178,44
PATRIMONIO						
Capital social	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Aportaciones Sociales	31.835,00	3.644,11	34.937,57	105.222,61	223.632,35	388.467,62
Utilidad Neta		34.854,85	73.857,42	117.459,89	166.163,32	220.522,91
Total Patrimonio	32.635,00	39.298,96	109.594,99	223.482,51	390.595,67	609.790,52
Total Pasivo + Patrimonio	122.467,08	132.681,56	203.976,61	318.874,14	484.741,76	704.968,97

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor.

4 CAPITULO IV

4.1 Conclusiones

- Se fundamentó teóricamente el plan de negocios, con lo cual la empresa puede tener un panorama más claro para la toma de decisiones que se le planteen en un futuro.
- Se diagnosticó los problemas que existen dentro de la empresa, por lo que se elaboró la estructura organizacional, que le permite tener una mejor planeación, administración, control y organización, logrando así cumplir con los objetivos planteados.
- Se desarrolló las estrategias que aportan a la organización en marketing mix, así mismo el plan de operaciones en donde se definen las funciones de todos los colaboradores de la empresa.
- Además, se valida que de acuerdo a los resultados en las herramientas financieras como TIR, VAN la empresa es viable al cumplir con los objetivos de ventas.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda a la Gerencia General implementar la estructura organizacional y los procesos detallados, hacer una evaluación semestral en base a los resultados obtenidos en relación al mejoramiento de la empresa,
- Se recomienda a la Gerencia General se estar a la vanguardia en las tendencias de marketing ya que el mercado de tecnología es cambiante y se rige bajo la satisfacción de los usuarios, por lo que requiere estar pendiente.
- Así mismo se recomienda Gerencia General Trabajar en los costos de inversión que le permita a la empresa definir prioridades al momento de generar un nuevo proyecto o aplicación colaborativa, así como buscar reducir los costos que se generan y de esta forma poder tener mejor utilidad.

5 Bibliografía

- Amazon AWS. (2017). Obtenido de <https://aws.amazon.com/es/>
- Azure. (2017). Obtenido de <https://azure.microsoft.com/es-es/overview/what-is-azure/>
- BACA, U. (2013). *“Preparación y Formulación de proyectos”*. Bogotá: Ed. Norma.
- Banco Central dle Ecuador. (2017). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec>.
- BARRENO, L. (2010). *MANUAL DE FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*. Quito,.
- Bernal César & Sierra Hernán. (2008). *Proceso Administrativo*. Ed. Pearson Educación, Prentice Hall.
- Bravo, J. (1994). *El plan de negocios*. MADRID, España: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Bravo, J. (1994). *El Plan de Negocios*. MADRID, España: Ediciones Diaz de Santos.
- CARVAJAL, L. (2013). *“Metodología de la Investigación. Curso General y Aplicado”*, (17ª edición). ., Pág. 35. Cali – Colombia: Editorial Fald.
- CEFE. (2008). *Seminario dse Administracion de la producción*. Quito.
- CHASE, A. J. (2003). *“Administración de la producción de Operaciones”*, Pág. 119-130,. México,: Ed. Mc Graw Hill,.
- CHASE, A. J. (2003). *Administración de la producción de Operaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Club, D. (2017). <https://www.dinersclub.com.ec/portal/>.
- Corral.M,C., Gil. P. M., Velasco.C. R. y Serrano C. (Octubre de 2011). *La importancia del programa de inducción, en las empresas del sector servicio*. Revista El Buzón de Pacioli, Número Especial 74: . Obtenido de <http://www.itson.mx/publicacio>
- Droznes, L. (2005). *Manual para un plan de negocios*. Buenos Aires, AR: Autodesarrollo .
- Empresas, D.-D. d. (2015). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>.
- ESCUELA POLITECNICA NACIONAL. (2008, Pag. 25). *GERENCIA FINANCIERA*. QUITO: EPN.
- Española, D. d. (2006). <http://www.rae.es>. Obtenido de <http://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-esencial-de-la-lengua-espanola>
- FRED R, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Editorial Pearson Educación. Quinta Edición.

<http://www.puromarketing.com>. (2016). Obtenido de <http://www.puromarketing.com/27/25250/psicologia-logo-color-forma-dicen-empresas.html>

INEC. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>

INEC. (2016). <https://www.google.com/search?q=GRAFICOS+ESTADISTICOS+DE+DATOS+DEL+INEC+DE+LA+POBLACION+DE+CHILLOGALLO&client=firefox-b&sa=X&noj=1&tbm=isch&tbo=u&source=univ&ved=0ahUKEwjuzPG6-vjUAhXKPiYKHQ4JAZUQsAQIMw&biw=979&bih=472>.

Instituto nacional de estadísticas y censos. (2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

KOTHLER, F & ARMSTRONG. G. (2006). *Principios de Marketing*. Bogota: Mc Graw Hill.

Kothler, F. (2006). *Estrategias de Marketing*. México: Ed. Mc Graw Hill.

Lastra, E. (2009). *PLAN DE. LIMA, PERU*: Nathan Associates .

López, C. P. (2005). *Muestreo Estadístico*. Pearson.

M. Hammer y J. Champy . (2012). *Reingeniería de Procesos*. Bogotá: Mc Graw Hill .

Metodo de Linea Recta . (2016). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos15/depreciacion-fiscal/depreciacion-fiscal.shtml>

OLCESE, Aldo, RODRÍGUEZ, M. Ángel, ALFARO, Juan. (2008). *Manual De La Empresa Responsable y Sostenible*. Madrid: Mc Graw Hill. Primera Edición. España.

PAREDES & ASOCIADOS CIA. Ltda. (2008). “*Seminario internacional sobre Administración de Recursos Humanos basada en competencias*” . Buenos Aires: Ed. Luz.

PORTER, M. (2000). *Estrategia Competitiva. Primera Edición*. . México: Editorial Patria. .

PROCESOS. (2016). Obtenido de http://www.academia.edu/8280083/PROCESO_PARA_LA_INSCRIPCION_DE_UNA_COMPANIA

Real Academia Española. (2017). Obtenido de <http://dle.rae.es>

RODRÍGUEZ, V. (2009). *Metodología de la Investigación*. Quito: SERTEMAV.

RODRIGUEZ, V. H. (2010). *Metodologia de la Investigación*. Quito: Ed. SERTEMAV.

- RON, F. (2010). *Metodologia de la Investigación*. Quito: EPN.
- SAPAG Chain, N. y. (2003, Pág. 23). *PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*,. México,: Mac Graw Hill Interamericana, cuarta edición.
- SAPAG, C. N. (2007). “*Formulación y Evaluación de Proyectos*”, Pág. 15. Madrid: Ed. Prentice Hall.
- STANTON, W. (2009). “*Fundamentos de Mercadotecnia*”. México: Mc. Graw Hill.
- Strategor. (1988).
- Strauss, Anselm y Corbin, Juliet,. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*, . Madrid: Editorial Universidad de Antioquia, .
- Superintendencia de compañías. (2015). Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec>
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Pág, 15. (2010). “*Ley de Compañías*”,. Quito: SBS.
- Superintendencia de Compañías, V. y. (2015). <http://www.supercias.gob.ec/portalscvts/>.
- WESTON, B. (2006). *Gerencia Financiera*. Bogotá: Norma.
- WESTON, B. (2006, Pag. 47). *Gerencia Financiera*. Bogotá: Norma.

6 Anexos

6.1 Anexo No. 1 Encuesta dirigida a empresas y pymes

Marque con una equis "X" la opción que usted considere:

1.- Elija a que Tipo corresponde su empresa	Frecuencia	Porcentaje %
Pymes		
Empresa		
Total		

2.- Qué tipo de Actividad Económica realizan?	Frecuencia	Porcentaje %
Transporte		
Comercial		
Servicios		
Total		

mas frecuencia en la empresa?	Frecuencia	Porcentaje %
Microsoft Office		
Correo electrónico corporativo		
Programas informáticos		
Total		

estas aplicaciones informáticas?	Frecuencia	Porcentaje %
Comercial		
Talento Humano		
Finanzas y Contabilidad		
Total		

5.- La empresa cuenta con una página web?	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Total		

para tener contacto con sus clientes ?	Frecuencia	Porcentaje %
Correo Electrónico		
Redes Sociales		
Página web		
Total		

están cambiando la forma de realizar las ventas y	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Total		

que ayuda a vender productos, bienes y servicios ?	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Total		

9.- ¿Tienen en la empresa alguna aplicación colaborativa?	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Total		

10.- ¿Qué tipo de aplicaciones colaborativas hacen uso en su empresa para las ventas ?	Frecuencia	Porcentaje %
Web		
Móvil		
Ninguna		
Total		

aplicación colaborativa web o móvil ?	Frecuencia	Porcentaje %
Si		
No		
Total		

Pregunta N° 4 ¿Seleccione el tipo de categoría de su empresa?

Tabla 34

Tipo de empresa

Tipo de empresa	Frecuencia	Porcentaje %
Pymes	78	56,52%
Empresa	60	43,48%
Total	138	100,00%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

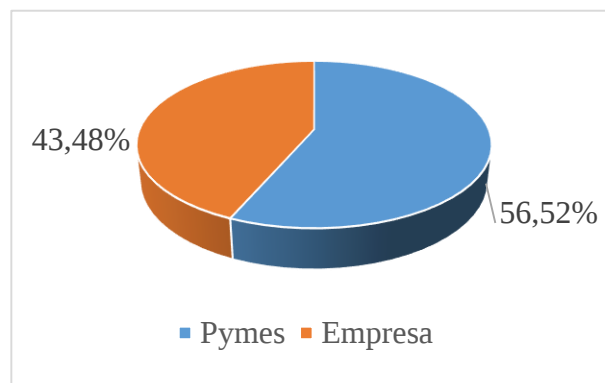


Figura 28. *Tipo de empresa, Elaboración: autor*

Interpretación

Según los datos obtenidos la mayoría de empresas son pymes con lo que en base a esto podemos entender que nuestra muestra está conformada por Empresas.

Pregunta N°5 ¿Qué Actividad Económica realiza su empresa?

Tabla 35

Actividad económica

Actividad Económica	Frecuencia	Porcentaje %
Transporte	65	47,10%
Comercial	45	32,61%
Servicios	28	20,29%
Total	138	100,00%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

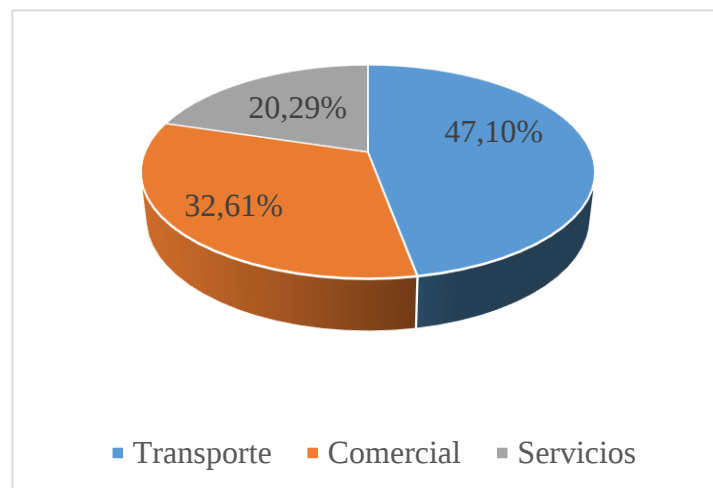


Figura 29. Actividad económica, Elaboración: autor

Interpretación

Los datos obtenidos se pueden validar que la muestra está compuesta por empresas que se dedican al Transporte, otras son empresa Comerciales y otras brindan otro tipo de servicios.

Pregunta N° 6 ¿Qué tipo aplicaciones informáticas usan con más frecuencia en la empresa?

Tabla 36

Tipo de Aplicaciones

¿Que tipo aplicaciones informáticas usan con mas frecuencia en la empresa?	Frecuencia	Porcentaje %
Microsoft Office	85	61,59%
Correo electrónico corporativo	37	26,81%
Programas informáticos	16	11,59%
Total	138	100,00%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

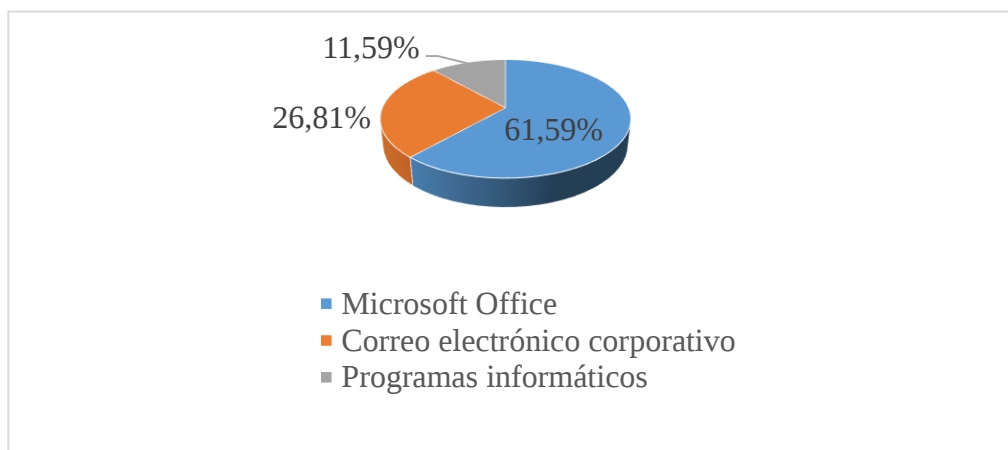


Figura 30. Tipo de Aplicaciones, Elaboración: autor

Interpretación

En las empresas hacen más uso de aplicaciones como Microsoft Office, el Correo electrónico corporativo, y otros usan aplicaciones propias por lo que es una oportunidad para la empresa de generar ventas con sus marcas

Pregunta N° 7 ¿En qué áreas de la empresa hacen uso de estas aplicaciones informáticas?

Tabla 37

Uso de aplicaciones

¿En qué áreas de la empresa hacen uso de estas aplica	Frecuencia	Porcentaje %
Comercial	78	56,52%
Talento Humano	39	28,26%
Finanzas y Contabilidad	21	15,22%
Total	138	100,00%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

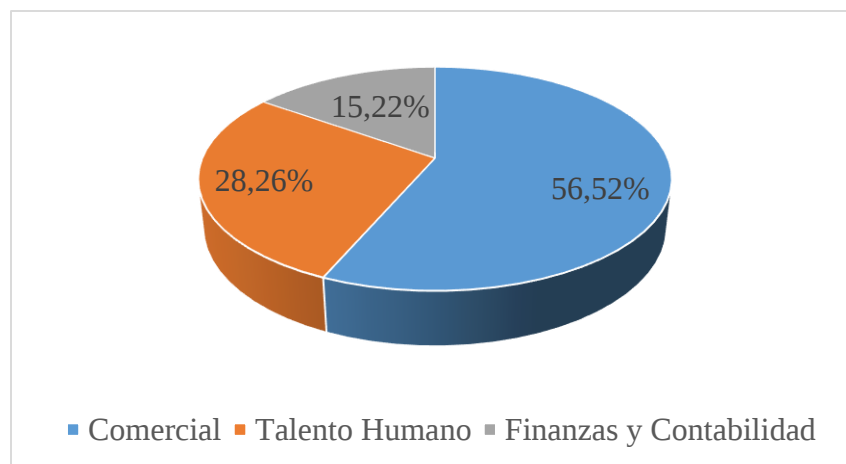


Figura 31. Uso de aplicaciones, Elaboración: autor

Interpretación

En base a los resultados obtenidos las áreas que más usan aplicación son las Comerciales, lo que permite dar una dirección al momento de desarrollar una nueva aplicación.

Pregunta N° 8 ¿La empresa cuenta con una página web

Tabla 38

Página Web

La empresa cuenta con una página web?	Frecuencia	Porcentaje %
Si	35	25,36%
No	103	74,64%
Total	138	100,00%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

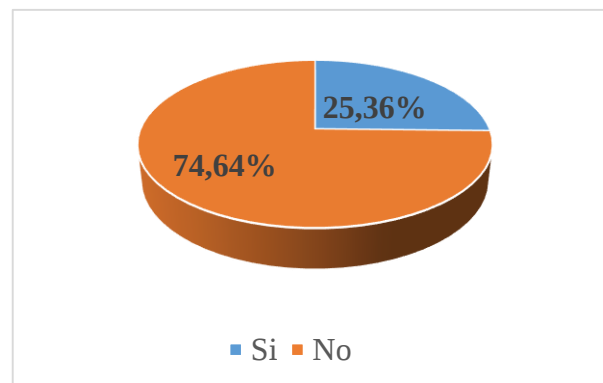


Figura 32. Página Web, Elaboración: autor

Interpretación

Según los datos obtenidos la mayoría de las empresas no cuenta con una página web mientras, esto permite ver las oportunidades de nuevos clientes al ofertar las soluciones y servicios de la empresa.

Pregunta N° 9 ¿Que medios de comunicación usa la empresa para tener contacto con sus clientes?

Tabla 39

Medios de comunicación

¿Que medios de comunicación usa la empresa para tener contacto con sus clientes ?	Frecuencia	Porcentaje %
Correo Electrónico	75	54,35%
Redes Sociales	28	20,29%
Página web	35	25,36%
Total	138	100,00%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

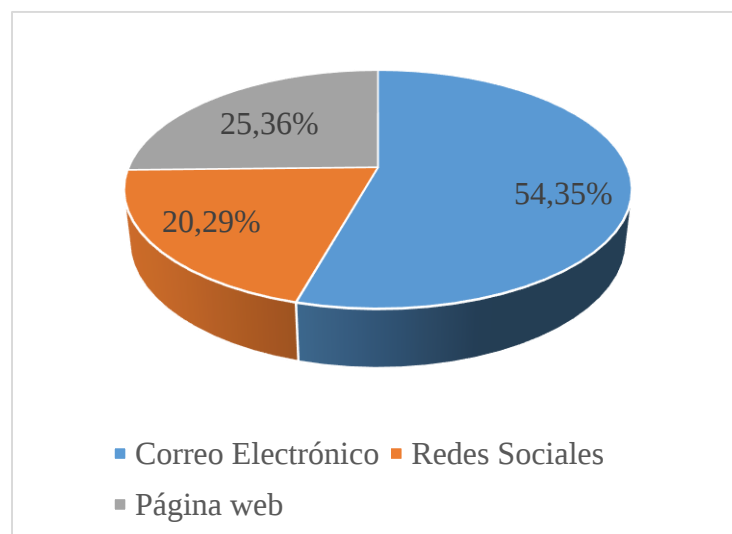


Figura 33. *Medios de comunicación, Elaboración: autor*

Interpretación

En base a los datos obtenidos se puede concluir que la mayoría de las empresas usan el correo electrónico como medio de comunicación con sus clientes

Pregunta N° 10 ¿Cuentan en la empresa alguna aplicación colaborativa?

Tabla 40

Aplicaciones colaborativas

Cuentas en la empresa alguna aplicacion colaborativa?	Frecuencia	Porcentaje %
Si	32	23,19%
No	106	76,81%
Total	138	100,00%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

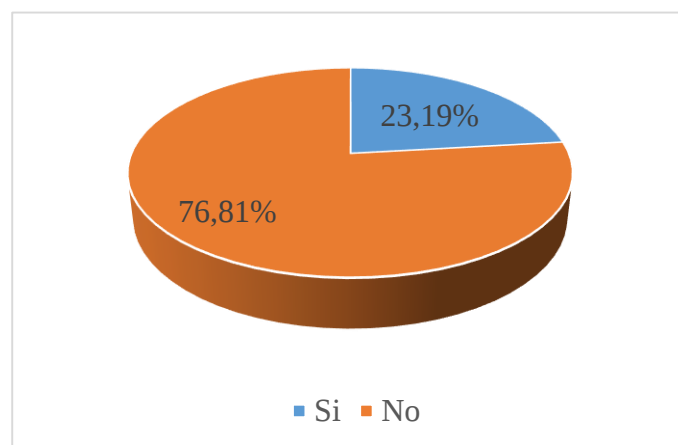


Figura 34. *Aplicaciones colaborativas, Elaboración: autor*

Interpretación

La mayoría de las empresas indican que si tiene al menos 1 aplicación colaborativo mientras que una minoría indica que no hace uso ni tampoco la tienen.

Pregunta N °1 1 ¿Qué tipo aplicaciones colaborativas hacen uso en su empresa para las ventas?

Tabla 41

Aplicación para ventas

Que tipo aplicaciones colaborativas hacen uso en su empresa para las ventas ?	Frecuencia	Porcentaje %
Web	26	18,84%
Móvil	6	4,35%
Ninguna	106	76,81%
Total	138	100,00%

Fuente: Investigación Propia, Elaboración: Autor

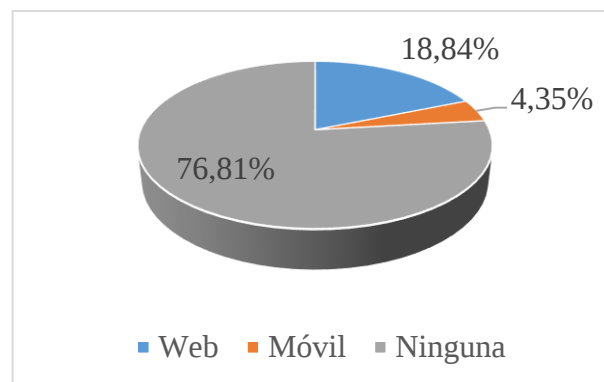


Figura 35. *Aplicación para ventas, Elaboración: autor*

Interpretación

Como podemos visualizar la mayoría de las empresas no cuenta con una aplicación para ventas web o móvil, lo que nos da la oportunidad de ofrecer las soluciones y servicios de la empresa.