



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:  
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES TECNOLÓGICOS  
EN LA CIUDAD DE MACHALA.**

**AUTORA:  
GUERRERO SILVA JESSICA RAQUEL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO  
ACADÉMICO DE:  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TUTORA:  
CORNEJO ROBAYO JAZMÍN ANGÉLICA**

**GUAYAQUIL, ECUADOR  
2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Ing. Jessica Raquel Guerrero Silva, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas.

**TUTORA**

---

**Ec. Cornejo Robayo, Jazmín Angélica, MBA**

**REVISOR**

---

**Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano, Ph.D.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Econ. Lapo Maza, María del Carmen, Ph.D.**

**Guayaquil, 02 de Agosto del 2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Guerrero Silva, Jessica Raquel

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios integrales tecnológicos en la ciudad de Machala”, previo a la obtención del Título obtención del Grado Académico de Magister en Administración de Empresas, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 02 de Agosto del 2018**

**LA AUTORA**

---

**Ing. Guerrero Silva, Jessica Raquel**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
SISTEMA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Guerrero Silva, Jessica Raquel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios Integrales tecnológicos en la ciudad de Machala”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 02 de Agosto del 2018

**LA AUTORA**

---

**Ing. Guerrero Silva, Jessica Raquel**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecimiento muy especial a ese maravilloso Ser; Dios quien me dio la fuerza y la sabiduría para seguir adelante y terminar algo que me parecía imposible, en no desmayar ante las adversidades y hacer que este sueño se haga realidad, a mi esposo, a mis queridos padres y hermanos, familiares y amigos, que supieron comprender el esfuerzo que estaba realizando, una vez más gracias a ellos por el apoyo brindado.

**Jessica Guerrero Silva**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por bendecirme, guiarme y permitirme seguir cumpliendo mis sueños.

A mi hijo que es mi inspiración a mi esposo, a mis padres, hermanos y a mi familia, por su desinteresado apoyo y amor, pilares fundamentales en la obtención de este título.

**Jessica Guerrero Silva**

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN .....	1
ANTECEDENTES.....	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	6
JUSTIFICACIÓN .....	8
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
HIPÓTESIS.....	11
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL .....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
ADMINISTRACIÓN.....	12
TEORÍAS ADMINISTRATIVAS.....	13
TEORÍAS HUMANÍSTICAS.....	16
TEORÍA DEL ÉXITO DE LA EMPRESA.....	24
TEORÍA DE RECURSOS Y CAPACIDADES.....	25
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN.....	26
MARCO CONCEPTUAL.....	27
EMPRENDIMIENTO.....	27
PLAN DE NEGOCIOS.....	28
TIC'S.....	31
MANTENIMIENTO BÁSICO DE COMPUTADORES.....	33
RED DE COMPUTADORAS .....	34
LEASING.....	34
LA CAPACITACIÓN IN-HOUSE.....	34
APLICACIÓN DE ESCRITORIO.....	35
APLICACIÓN WEB.....	35
SEGURIDAD INFORMÁTICA.....	36
CLOUDING Y VIRTUALIZACIÓN DE SERVICIOS.....	37
CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL. ....	38
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	43
MERCADO META .....	43
MACRO – SEGMENTACIÓN.....	44
MICRO – SEGMENTACIÓN.....	45
PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	45
DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	46
TÉCNICAS DE MUESTREO.....	46
SELECCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	46
INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	48

CAPITULO IV: ASPECTOS TÉCNICOS.....	54
INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	55
ANÁLISIS PESTA .....	55
ASPECTO POLÍTICO.....	55
ASPECTO ECONÓMICO.....	56
ASPECTO SOCIAL .....	57
ASPECTO TECNOLÓGICO.....	58
ASPECTO AMBIENTAL .....	59
COMPETENCIA - ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER. ....	61
PROPUESTA.....	64
MISIÓN .....	65
VISIÓN .....	65
OBJETIVOS .....	65
ORGANIGRAMA .....	66
TIPO DE SERVICIOS.....	69
INSTALACIONES .....	72
CARACTERÍSTICAS DE LA INSTALACIÓN.....	72
UBICACIÓN DE LA INSTALACIÓN.....	73
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.....	74
CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING E INVERSIONES. ....	78
ANÁLISIS INTERNO.....	79
CADENA DE VALOR.....	79
DIAGNÓSTICO. ....	81
ANÁLISIS DAFO.....	81
MARKETING MIX PROPUESTO. ....	82
PRODUCTO.....	82
PRECIO. ....	83
PLAZA.....	83
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	84
INVERSIONES. ....	86
ACTIVOS FIJOS.....	86
ACTIVOS DIFERIDOS. ....	86
FINANCIAMIENTO.....	87
PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	87
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	88
GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	89
SUELDOS Y SALARIOS.....	89
FLUJO DE EFECTIVO .....	90
ESTADO DE RESULTADOS.....	91
FACTIBILIDAD PRIVADA TIR, VAN Y PRI.....	92
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) .....	92
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	93
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI) .....	93
PUNTO DE EQUILIBRIO.....	93



RESPONSABILIDAD SOCIAL .....	94
AMIGABLE CON EL MEDIO AMBIENTE.....	95
COMPROMETIDO CON TEMAS SOCIALES.....	96
CONCLUSIONES .....	97
RECOMENDACIONES.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	102
APÉNDICE.....	107

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Número de empresas por tipo, de acuerdo al directorio de empresas y establecimientos (DIEE) 2015 .....	7
Tabla 2 Mercado Meta. ....	44
Tabla 3 Valoración – PESTA.....	60
Tabla 4 Análisis PESTA. ....	60
Tabla 5 Características de Instalación.....	72
Tabla 6 Detalle del Activo Fijo.....	86
Tabla 7 Detalle del Activo Diferido.....	87
Tabla 8 Detalle de la Inversión. ....	87
Tabla 9 Detalle del Financiamiento. ....	87
Tabla 10 Precios por Servicio .....	88
Tabla 11 Ingresos .....	88
Tabla 12 Detalle del Costo Fijo y Variable.....	89
Tabla 13 Costos por Servicio .....	89
Tabla 14 Detalle del Gasto Administrativo.....	89
Tabla 15 Detalle del Sueldo y Salario.....	90
Tabla 16 Estado de Flujo de Caja .....	90
Tabla 17 Flujo de Efectivo Neto .....	90
Tabla 18 Estado de Resultados del Proyecto .....	91
Tabla 19 Detalle del VAN, TIR, PRI, TMAR .....	93
Tabla 20 Detalle del Punto de Equilibrio.....	94

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1	Número de empresas por tipo.....	9
Figura 2	Investigación de Mercado - Análisis Pesta.....	55
Figura 3	Análisis de la Fuerza de Porter.....	61
Figura 4	Organigrama de INTELSIS.....	66
Figura 5	Distribución del espacio.....	73
Figura 6	Distribución del espacio en 3D.....	73
Figura 7	Espacio para el Área de Ventas.....	75
Figura 8	Espacio para el Área Técnica.....	76
Figura 9	Espacio para el Área de Capacitaciones.....	77
Figura 10	Análisis DAFO.....	82
Figura 11	Logo de INTELSIS.....	83
Figura 12	Hoja volante de INTELSIS.....	85
Figura 13	Punto de equilibrio.....	94

## **RESUMEN**

La empresa INTELSIS es una empresa familiar que será creada debido a la oportunidad que brinda el mercado de la ciudad de Machala, con el objetivo de proporcionar servicios integrales tecnológicos, esta iniciativa nace debido a que actualmente las TIC's juegan un papel muy importante dentro las PYMES, la adopción de las mismas dentro de una empresa hoy en día ya sea esta pequeña o mediana, obviamente acompañada de capacitación al personal operativo y administrativo. En el trabajo desarrollado se encuentra el detalle de los servicios que brindará, así como el estudio del mercado hacia las empresas pequeñas y medianas, mediante la investigación de campo y el instrumento de la encuesta y entrevista se conoció más acertadamente las necesidades para orientar el servicio hacia la satisfacción de las mismas. Por lo tanto se establecen estrategias comerciales con la finalidad de incrementar las ventas de los servicios que brindará la empresa. Para el proyecto se precisa de capital de trabajo el cual permitirá la adquisición de activos y adecuación para la infraestructura de las áreas, de tal manera que al proyectar sus flujos los resultados fueron favorables asegurando el éxito de la puesta en marcha de la propuesta. Beneficiando de esta manera a las empresas proporcionando un servicio integral para el mejoramiento de los procesos que brinden, así como también mejorando el rendimiento y la pérdida de tiempo que les generaba al contratar a los potenciales proveedores de los diferentes servicios requeridos.

Palabras claves: PYMES, SERVICIOS INTEGRALES, TIC'S, INTELSIS,  
SOLUCIONES TECNOLÓGICAS.

## **ABSTRACT**

The company INTELSIS is a family business that will be created due to the opportunity offered by the market of the city of Machala, with the aim of providing comprehensive IT services, this initiative is born because TIC'S currently play a very important role in PYMES, the adoption of the same within a company today either small or medium, obviously accompanied by training to operational and administrative staff. In the work developed is the detail of the services that will provide, as well as the study of the market to small and medium enterprises, through field research and the instrument of the survey and interview was more accurately known needs to guide the service towards the satisfaction of them. Therefore, commercial strategies are established in order to increase the sales of the services that the company will provide. For the project, working capital is required which will allow the acquisition of assets and adaptation for the infrastructure of the areas, in such a way that when projecting their flows the results were favorable ensuring the success of the implementation of the proposal. Thus benefiting companies by providing a comprehensive service for the improvement of the processes they provide, as well as improving performance and the loss of time generated by contacting the service.

Keywords: PYMES, INTEGRAL SERVICES, TIC'S, INTELSIS,

TECHNOLOGICAL SOLUTIONS

## **Introducción**

Las tecnologías de información y comunicación han cambiado la forma en la que interactúa el mundo, sus avances no solo permiten una rápida transmisión de datos, sino que transforman las relaciones de producción, comercio, planificación y desarrollo de diversas actividades productivas, el desarrollo de las TIC's acortan distancias, reduce costos, optimiza recursos y brindan herramientas que hace muchos años atrás parecían inimaginables.

En el Ecuador existen alrededor de 1.700 empresas relacionadas al sector comercial y servicio con ingresos superiores de 100.000 dólares al año, estas empresas reportan ingresos totales de 7.209 millones a diciembre de 2015, lo que representa un 7.2% del total de PIB ecuatoriano, en promedio la rentabilidad de este sector se ubica en el 11% en relación a sus ingresos, rendimiento superior al 7.7% representados por las mil empresas más grandes del país.

En el Ecuador, en función de sus actividades se puede dividir a las empresas que conforman el ranking TIC's en dos grandes grupos: empresas relacionadas a telecomunicaciones y compañías inmersas en Hardware, Software y Servicios. Para el caso de telecomunicaciones, pese a presentar un número menor de participantes, su importancia como sector estratégico es palpable, por lo que las 60 empresas más grandes representan el 62% del total de ingresos del sector TIC's, mientras que para el sector Hardware, Software y Servicios (1.280 empresas), se presenta un ranking de las 250 mayores instituciones más grandes de este subsector, que representa el 30% del total del sector. La relevancia de este sector se revela en este ranking TIC's con un total de 310 empresas, que representa el 93% (Zabala, 2016).

Por otra parte, el presente plan de negocio analiza la viabilidad de un proyecto emprendedor, el cual consiste en la creación de una empresa de servicios integrales de informática, la misma que tendrá aplicación en el mundo actual, y se puede observar en la manera en que funcionan las empresas modernas, las cuales, se encuentran en un mundo donde los mercados y la manera de negociar evolucionan constantemente, y donde las condiciones para sobrevivir, mantenerse y trascender en el medio son cada vez más difíciles, la competencia es más dramática y el proceso de evolución de los mercados es vertiginoso e implacable con aquellas empresas que no pueden adaptarse a tales condiciones condenándolas a su extinción. Por lo anterior, se hace de vital importancia que toda empresa evalúe sus procesos constantemente, proteja su información, genere proyectos de mejoramiento permanentemente que le ayuden a ser más competitivas e innovadoras y que les permitan mantenerse en pie en un mundo globalizado por las Tic's.

El objeto de estudio es la Empresa integradora de servicios informáticos que permitirá mejorar y dar viabilidad a cada uno de los procesos, la misma que brindará lo siguiente: Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos informáticos; análisis, diseño e implementación de red de comunicaciones; leasing y venta de equipos informáticos; capacitaciones online, aula o inhouse; desarrollo de aplicaciones empresariales en entorno escritorio y web; estudios de seguridades informáticas; instalación de IDS e IPS, análisis forenses. El campo de acción estará ubicado en el centro de la ciudad de Machala. Para la realización del presente plan de negocio se detalla a continuación los diferentes capítulos:

Capítulo I.- Marco Teórico / Fundamentación Teórica: En el mencionado capítulo se recoge toda la teoría principal del tema de estudio, así como todos los factores involucrados en el mismo, permitiendo dar realce al objeto de investigación.

Capítulo II.- Marco Referencial: En el presente capítulo se documentan antecedentes de estudios previos realizados y que están relacionados con el objeto de investigación, sean estos dentro del ámbito local, nacional o internacional.

Capítulo III.- Metodología y Resultados: En este capítulo se establece la metodología de investigación aplicada, así como lo relacionado con la implementación de la misma, así como su adaptación a la realidad del entorno.

Capítulo IV.- Propuesta: Se establece la propuesta de intervención, estrategias, productos, soluciones tecnológicas, aplicaciones técnicas, se realiza la descripción del modelo, o programa, estrategia, solución tecnológica, y fundamentación de su pertinencia, factibilidad, utilidad, en dependencia del caso en cuestión. La validación de la propuesta puede ser empírica o teórica, en cualquiera de los dos casos, requiere de una adecuada fundamentación.



## **Antecedentes**

La informática u ordenador, no es un invento de alguien en particular, sino el resultado evolutivo de ideas y realizaciones de muchas personas relacionadas con áreas tales como la electrónica, la mecánica, los materiales semiconductores, la lógica, el álgebra y la programación. Cuando se refiere a la informática, se está hablando de la necesidad de recursos humanos capacitados, de los cambios en la forma de trabajar y los nuevos empleos, de las nuevas posibilidades de desarrollo individual y hasta de aprendizaje con la inserción del ordenador; hablar de la informática es hablar de educación.

Es importante señalar, que promover la utilización de la computadora es imprescindible para contribuir con la mejora de la calidad de la Educación, debido a que permite a la persona, mediante la comprensión de los códigos de las nuevas tecnologías, entender el mundo en que vive, adaptarse activamente a la sociedad y ser conscientes de que el conocimiento aquí y ahora, es dinamizador del crecimiento y herramienta fundamental para el cambio y la transformación social.

Para el óptimo desarrollo de la actividad de la empresa se considera de vital importancia conocer la situación económica que atraviesa actualmente el país al igual que la situación económica internacional que afecta, sin olvidarse de conocer la influencia del ámbito específico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), ya que con dicha información se conocerá el panorama económico al cual se enfrentará la empresa y en la que tiene que desarrollar su negocio.

Desde hace algunas décadas, las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) han jugado un papel significativo, y cada vez son más

demandadas por quienes forman parte de la Sociedad de la Información y del Conocimiento. Las organizaciones no son la excepción, dado que en ellas se genera información de manera cotidiana y se requiere de las tecnologías de información para administrarla de una manera efectiva, con la idea alinear sus objetivos hacia la mejora de sus procesos y reducción de costos.

Debido al desarrollo de las redes de computadoras y de los sistemas de información interconectados entre sí, en las empresas, se ha concentrado el término de seguridad aplicado a los grandes sistemas centralizados y, por este motivo, muchas organizaciones no conocen la información que se guarda en cada computadora ni los riesgos presentes que se derivan de posibles ataques informáticos, fallas físicas, ni cómo la propia organización o el personal puede utilizar esa información de dichas computadoras.

El nicho de mercado es resultado de la suma de todas las situaciones de interés para el nuevo negocio, en una mano está la impresión por parte de los gerentes y empresarios de que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) son una herramienta necesaria y fundamental para la innovación y generar avances en las empresas, en la otra está lo relacionado con los precios de estos equipos, por cuantos los mismos con el pasar del tiempo se vuelven más accesibles para cualquier tipo de empresa, por último se puede nombrar el no conocimiento de cómo se pueden aplicar las TIC's en un entorno organizacional, desconociendo como implementarlas en su modelo de negocio, e incluso el potencial de las oportunidades que ofrecen. Los empresarios y gerentes de las pequeñas empresas, obviamente no son expertos en TIC's, y por ello precisan del asesoramiento que los ayude a optimizar las inversiones en nuevas tecnologías y conseguir las máximas utilidades de estas.

## Planteamiento del Problema

En los últimos tiempos, uno de los factores que pasó a formar parte de las variables en la medición de los indicadores de desarrollo de un país, es lo relacionado con la incursión y adopción de las TIC's en los diferentes ámbitos, es en este contexto que se menciona que en los últimos años según el último reporte *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2015* emitido por (INEC, 2016), *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo* con información desde el año 2012 al 2016, se evidencia que Ecuador ha tenido un crecimiento de más del 10% en lo que se refiere al acceso al Internet mismo que se situó en un 38,% en el año 2016, así como también basado en los resultados anteriores se puede inferir un crecimiento en la adopción de equipos para la utilización del servicio antes mencionado, así como también es válido señalar que de acuerdo al PLAN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS 2016 – 2021 emitido por (MTSI, 2016) *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información* el 37% de los hogares ecuatorianos poseen un equipo de computación.

Bajo este mismo contexto, al igual que lo relacionado con los usuarios domésticos, la clase empresarial del país ha adoptado paulatinamente las nuevas tecnologías, con el objetivo de automatizar tareas que les permitan ser más competitivas, si bien es cierto, no solamente el hecho de adquirir tecnología asegura el éxito en la empresa, sino que también deben tomarse en cuenta demás factores/tareas que inciden en la consecución del mismo, tales como: capacitación del talento humano, reingeniería de procesos internos, desempeño de redes de comunicaciones, software y hardware escalable, factores/tareas que muchas de las ocasiones son realizadas por empresas que proveen este tipo de servicio y que

en su mayoría no cuentan con mano de obra calificada, así como falta de certificaciones tecnológicas, con lo cual la ejecución de sus tareas se realiza sólo con base a la experiencia de trabajo, con lo cual los requirentes del servicio no pueden contar con la confianza necesaria del caso ni garantías de una correcta ejecución, además de mencionar que no existe empresa alguna que brinde soluciones integrales en la ciudad de Machala como las que se van a plantear en lo posterior.

Adicionalmente, partiendo de que los principales clientes son las empresas, se puede tomar en consideración la información obtenida del sistema informático Redatam accesible a través de (Instituto Nacional de estadísticas y censo, 2016) en la que indica que dentro de la provincia de El Oro, la clase empresarial acorde a su tamaño está estructurada de la siguiente manera: 37872 microempresas, 3353 pequeñas empresas, 448 empresas mediana tipo A, 264 empresas medianas tipo B y 141 empresas grandes, en el mismo contexto de lo mencionado, según información provista por el INEC, la ciudad de Machala tiene la siguiente estructura: 1834 pequeñas empresas, 267 empresas mediana tipo A, 150 empresas medianas tipo B y 89 empresas grandes, de las cuales solamente las pequeñas y medianas empresas, será objeto de investigación y *target* del servicio, por cuanto son las organizaciones de mayor presencia en el mercado, así como también las que requieren con mayor frecuencia este tipo de servicios, por cuanto debido al ritmo acelerado de la globalización se hace imperioso poseer un entorno tecnológico en óptimas condiciones.

**Tabla 1**

*Número de empresas por tipo, de acuerdo al directorio de empresas y establecimientos (DIEE) 2015*

<b>Pequeñas</b>	<b>Mediana tipo A</b>	<b>Medianas tipo B</b>	<b>Grandes</b>
1834	267	150	89

Es así que con base a lo mencionado en párrafos anteriores, teniendo en consideración que: el Ecuador es un país en constante crecimiento con relación a la adopción de las TIC's, de que las empresas pequeñas y medianas de la ciudad de Machala no cuentan con un aliado tecnológico que les permita materializar sus emprendimientos informáticos, se plantea la interrogante respecto a si es viable la elaboración de un plan de negocios para una empresa que preste servicios integrales tecnológicos para las empresas pequeñas de la ciudad de Machala.

### **Formulación del problema**

La inexistencia de una empresa que brinde servicios integrales tecnológicos no permite el crecimiento de pequeñas y medianas empresas en la provincia de El Oro, Cantón Machala.

### **Justificación**

El estudio sobre la proyección de un plan de negocios para una empresa que preste servicios de asistencia técnica, asesoría en adquisición e implementación de nuevas tecnologías y capacitación de talento humano se hace necesario dada la importancia y el papel que juegan los sistemas en la sociedad actual. Es por esta razón que al realizar este estudio tendría un impacto social muy positivo, la correcta identificación de las necesidades del mercado es un punto importante en el análisis del entorno y posterior delimitación del negocio a emprender, ya que como es consabido las nuevas tecnologías son importantes dentro de una organización en cualquiera de las fases del ciclo de vida, así como también de que cada vez es menor el costo de implementación, a eso sumado de que las empresas desconocen las ventajas que les pueden ofrecer las TIC's en su ámbito de acción. Es importante resaltar que el presente estudio genera un gran aporte a la sociedad, además que el plan de negocios tiene como fin la de orientar dentro de un mundo de datos e

información abrumadora y con múltiples opciones, permitiendo la toma de decisiones con mayor rapidez, consistencia y con mayor grado de aceptabilidad dentro de sus planes corporativos.

Esta empresa contará con una estructura pequeña, ágil y flexible, adaptable a las necesidades del cliente y que responderá a sus requerimientos apoyándose en la red de colaboradores, enfocándose a las empresas pequeñas y medianas. De acuerdo al volumen, de ventas y al nro. de personas se puede establecer de la siguiente forma:

<b>Grande:</b>	• V: \$5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
<b>Mediana "B":</b>	• V: \$2'000.001 a \$5'000.000. P: 100 a 199.
<b>Mediana "A"</b>	• V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99.
<b>Pequeña:</b>	• V: \$ \$100.001 a \$1'000.000. P: 10 a 49
<b>Microempresa:</b>	• V: < a \$100.000. P: 1 a 9.

**Figura 1**  
Número de empresas por tipo.

Aportará con la inclusión de nuevas tecnologías, servicios informáticos y capacitación del personal para el buen funcionamiento de cada uno de los procesos que se desarrollen en las empresas, además de que como es consabido las empresas que buscan una constante innovación en sus procesos, así como también una apertura a los nuevos retos, son las que tienen una alta probabilidad de ser empresas líderes en el mercado. Los resultados obtenidos se apoyan en la teoría de Michael Porter, mediante las cinco fuerzas que juegan uno de los papeles más importantes, nos hablan de cómo usar la estrategia competitiva y además determinar la rentabilidad que se pueden tener en el mercado a largo plazo, entre las fuerzas

tenemos: la posibilidad de amenaza ante nuevos competidores, el poder de la negociación de los diferentes proveedores, tener la capacidad para negociar con los compradores asiduos y de las personas que lo van consumir una sola vez, amenaza de ingresos por productos secundarios y la rivalidad entre los competidores.

La ejecución de un proyecto conlleva la realización de diversas actividades mismas que como es consabido sirven para coadyuvar en la consecución de objetivos que a la vez se traduce en beneficios económicos y sociales por cuanto el impacto no solo es medible en cifras monetarias, es así que la realización de este proyecto beneficiaría a la sociedad, empresa, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, concedores de este proyecto. Es importante el aporte de este proyecto para que forme parte de la biblioteca de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, debido que estas son las puertas de acceso de los conocimientos, desempeñan una función fundamental en la sociedad. Asimismo, garantizan la existencia de un registro auténtico de los conocimientos creados y acumulados por las generaciones pasadas. Si no existieran, sería difícil avanzar en la investigación y los conocimientos humanos y preservar los conocimientos acumulados y el patrimonio cultural para las generaciones futuras. Con base al cambio de la matriz productiva, uno de los objetivos que se enfoca a este proyecto estaba basado en el punto 4 en el que indica lo siguiente: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía; El proyecto de investigación se enmarca en la siguiente línea de investigación: Consolidación de la infraestructura tecnológica como soporte a las nuevas plataformas de servicios: Arquitectura SOA, Bus de servicios, etc. Se escogió esta línea de investigación porque se desea implementar un bien tangible que es el ambientador para uso de los habitantes en la ciudad de Machala,

adicionalmente que la empresa desea incursionar con nuevos productos de acuerdo al avance tecnológico y a las necesidades de los clientes.

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocios de una empresa que preste servicios integrales tecnológicos, para el crecimiento de pequeñas y medianas empresas, en la ciudad de Machala, Provincia de El Oro, en el año 2018.

#### **Objetivos específicos**

- Establecer los sectores empresariales (segmento de mercado) a los que se prestarán los servicios informáticos.
- Identificar los principales competidores directos e indirectos que existen en el mercado y los productos informáticos que ofrecen a los clientes, así mismo las fortalezas y debilidades de la competencia para establecer los elementos a proyectar en el plan de negocios que ofrezcan mayores ventajas en la prestación de servicios a los clientes.
- Determinar si existe o no demanda insatisfecha, para establecer la estrategia comercial y lograr resultados con éxito.
- Realizar la estimación del presupuesto del plan de negocio.
- Diseñar una propuesta para la creación de la empresa.

#### **Hipótesis**

La propuesta de una empresa que brinde servicios integrales tecnológicos influye en el crecimiento de las pequeñas y mediana empresas la ciudad de Machala, Provincia de El Oro.



## **Capítulo I: Marco Teórico y Conceptual**

### **Marco Teórico**

#### **Administración**

Según Robbins & Coulter (2005), considera a la administración según Fayol como un conjunto universal de funciones que incluyen la planificación, organización, dirección, coordinación y control, además desde el punto que desde hace muchos años remotos y cuando el hombre formó su tribu di uso de la administración para sobrevivir supliendo cada día sus necesidades, por lo cual la administración se convirtió en una de las actividades y trabajos más antiguos e interesantes por analizar, como seres humanos somos sociales y culturales por naturaleza lo que conlleva a vivir organizadamente dividiendo las funciones y cada uno de los procesos en forma ordenada. Toda empresa para que funcione de manera eficiente y efectiva, necesita cumplir ciertos criterios, normas, principios y reglamentos; estos principios pueden variar de acuerdo a la estructura de una empresa y a las metas que deseen alcanzar.

Según (Robbins & Judge, 2009), manifiestan que Fayol describía la práctica gerencial como distinta de la contabilidad, las finanzas, la producción y las otras funciones típicas de la empresa, su creencia era que la Administración es una actividad común de todo emprendimiento humano, en las empresas, los gobiernos, los hogares. Esta creencia lo llevó a concebir la idea de que existen 14 principios de Administración. Estos principios ayudan a establecer una mejor administración, aprovechando todos los recursos al máximo, los mismos que están previstos para una optimización general en los procesos dentro de una empresa o institución.

## **Teorías administrativas**

*De acuerdo a Frederick Taylor*, en el año 1876, baso su sistema de administración en el estudio de los tiempos para realizar las actividades en la línea de producción, diseño los mejores y más rápidos métodos de operación por cada parte del trabajo, creó incentivos económicos. Rendimiento, análisis de costos y el análisis de tiempos de Productividad. Previo a lo mencionado por Taylor la clase trabajadora era la encargada de la planificación y ejecución de sus labores, es decir se los responsabilizaba de la producción y se les daba la apertura para que realicen las tareas de la manera como ellos estimen correcto, todo esto sin tener conocimiento técnico (Munch, 2007).

En el libro *The Principles of Scientific Management* mencionaba los principios que sustentaban la perspectiva científica de la administración y le daban un nuevo giro a la manera de cómo se hacía el trabajo en aquella época, es así como las personas que administran la producción deben adquirir nuevas responsabilidades como se verá a continuación.

Según Taylor, la gerencia: 1.- Elaboran una ciencia para la ejecución de cada una de las operaciones del trabajo, la cual sustituye al viejo modelo empírico; 2.- Seleccionan científicamente a los trabajadores, les adiestran, enseñan y forman, mientras que en el pasado cada trabajador elegía su propio trabajo y aprendía por sí mismo como podía mejorar; 3.- Colaboran cordialmente con los trabajadores para asegurarse de que el trabajo se realiza de acuerdo con los principios de la ciencia que se ha elaborado; 4.- El trabajo y la responsabilidad se reparten casi por igual entre la gerencia y los obreros, la gerencia toma bajo su responsabilidad todo aquel trabajo para el que está más capacitada que los obreros, mientras que, en el pasado, casi todo el trabajo y la mayor parte de la responsabilidad se echaban sobre las

espaldas de los trabajadores; 5.- Estudiar para promover mejores oportunidades para el empleado. El estudio del trabajo se hace consultando al trabajador, sino en asociación con él (Munch, 2007). La contribución más importante fue explicar que la administración científica no forma parte de un conjunto de técnicas sobre eficiencia o incentivos, sino más bien, contribuyen a una ideología donde la gerencia reconoce que su principal objetivo es determinar los métodos adecuados de trabajo mediante la aplicación del entretenimiento con la finalidad de distribuir y controlar que el trabajo sea realizado con disciplina. Existe una incertidumbre por organizar e instituir normas de comportamiento para que el administrador las ejecute, sin embargo, esto produjo que se generalice la aplicación en todas las situaciones por parte de los ingenieros de la administración científica, un principio es la afirmación válida para determinada situación.

Entre los numerosos principios defendidos por los autores de la administración científica según (Taylor, 2005), los más importantes son:

1.- El principio de planeamiento: busca reemplazar el trabajo individual de los integrantes de la organización, evitar la improvisación para aplicar los procedimientos científicos; 2.- Preparación/planeación: la selección de los colaboradores basados en sus aptitudes y entrenarlos para ser más productivos y alcanzar los objetivos organizacionales; 3.- Principio del control: la supervisión de trabajo permite certificar que este se esté cumpliendo conforme la planeación; 4.- Principio de la ejecución: repartir las funciones permite el compromiso por parte de los integrantes, además de fundamentar la disciplina. (Chiavenato, 2006).

*Lo mencionado por Henry Fayol*, en el año 1902, es considerado como el padre de la Administración moderna y creador e impulsador de la división de las áreas funcionales para la empresa, las funciones administrativas abarcan los

elementos de la administración, es decir, las funciones del administrador son: 1.- Planeación: avizorar el futuro y trazar el programa de acción, 2.- Organización: construir las estructuras material y social de la empresa; 3.- Dirección: guiar y orientar al personal; 4.- Coordinación: enlazar, unir y armonizar todos los actos y esfuerzos colectivos; 5.- Control: verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas. Estos elementos de la administración, que constituyen el llamado proceso administrativo, se hallan presentes en cualquier actividad del administrador y en cualquier nivel o área de actividad de la empresa. En otras palabras, el director, el gerente, el jefe, el supervisor, el capataz o el encargado *cada quien en su nivel* desempeñan actividades de planeación, organización, dirección, coordinación y control, puesto que son actividades administrativas fundamentales. (pág. 32).

Una vez mencionada las funciones, Fayol organizó las operaciones industriales y comerciales en catorce grupos: los 14 principios de la administración según Fayol, las cuales que describe como reglas administrativas básicas: 1.- La División del trabajo: la especialización aumenta la producción porque los empleados son más eficientes; 2.- La Autoridad: los gerentes deben ser capaces de dar órdenes y la autoridad les da ese derecho; 3.- La Disciplina: los empleados deben obedecer y respetar las reglas que gobiernan la organización; 4.- Unidad de mando: los empleados deben recibir órdenes sólo de un superior; 5.- Unidad de dirección: la organización debe tener un único plan de acción que guíe a gerentes y empleados; 6.- Subordinación de los intereses de los individuos al interés general: los intereses de cualquier empleado o grupo de empleados no deben preceder a los intereses del conjunto de la organización; 7.- La Remuneración: hay que dar un pago justo a los trabajadores por sus servicios; 8.- Centralización: este término se

refiere al grado en que los subordinados participan en la toma de decisiones; 9.- Cadena de escalafón: es la línea de autoridad de la dirección superior a los rangos inferiores; 10.- El Orden: personas y materiales deben estar en el lugar correcto en el momento oportuno; 11.- La Equidad: los gerentes deben ser corteses y justos con sus subordinados; 12.- Estabilidad de la antigüedad del personal: la administración debe hacer una planeación ordenada del personal y asegurar que haya reemplazos para las vacantes; 13.- La Iniciativa: los empleados autorizados para originar y llevar a cabo planes se esfuerzan más; 14.- Espíritu de grupo: promover el espíritu de grupo fomenta la armonía y la unidad en la organización. Chiavenato indica que su principal contribución son los 14 principios de la administración, los cuales son aplicables a todas las instituciones como: división del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de mando, unidad de dirección, remuneración, centralización, cadena escalar, orden, equidad, estabilidad del personal, iniciativa y unión del personal, sirven de gran ayuda para aumentar expectativas, estrategias u objetivos dentro del lugar funcional laboral de cada uno.

### **Teorías Humanísticas**

*Menciona Elton Mayo*, en el año 1929, aporta con la teoría basada en tres elementos: Motivación, participación, Grupo. Fue básicamente un movimiento de reacción y de oposición a la teoría clásica de la administración (Gallaga, 2008).

Las cuatro principales causas del surgimiento de la teoría de las relaciones humanas son:

- Necesidad de humanizar y democratizar la administración.
- El desarrollo de las llamadas ciencias humanas.
- Las ideas de la filosofía pragmática de John Dewey y de la psicología dinámica de Kart Lewin.

- Las conclusiones del experimento de Hawthorne.

A continuación, se detalla las siguientes características:

- Estudia la organización como grupo de personas.
- Hace énfasis en las personas.
- Se inspira en sistemas de psicología.
- Delegación plena de autoridad.
- Autonomía del trabajador.
- Confianza y apertura.
- Énfasis en las relaciones humanas entre los empleados.
- Confianza en las personas.
- Dinámica grupal e interpersonal.

El aporte importante que da **Elton Mayo**, en su teoría humanística la cual estudia a la organización como grupo de personas y no como individuo, además que el comportamiento del individuo se apoya por completo en el grupo, los trabajadores no actúan ni reaccionan aisladamente como individuos, también nos indica que dentro de la organización es muy importante tener en cuenta los aspectos y las decisiones que tienen los empleados para enfocar y establecer las relaciones humanas, se puede comprobar que gracias a esta teoría solo cuando el trabajador se siente bien, es más productivo a la hora de trabajar (Gallaga, 2008).

*En concordancia a lo mencionado por Peter Drucker en el año 1954, aporta con la teoría basada en una administración por objetivos (APO). Define que el administrador debe de fijar metas u objetivos, contra los cuales los subordinados pueden medir el progreso. Para Drucker la organización es un sistema social con objetivos por alcanzar racionalmente. Los aportes de esta teoría es que le asigna alta jerarquía a los conceptos clásicos de estructura, autoridad y responsabilidad.*

Además, incorpora otros enfoques teóricos como la dinámica de grupos, la organización informal, la comunicación interpersonal y la apertura hacia una dirección democrática. Los objetivos organizacionales son la integración entre objetivos individuales de los trabajadores con los objetivos organizacionales (Ramón, 2017).

Drucker se interesó por la creciente importancia de los empleados que trabajaban con sus mentes más que con sus manos, le intrigaba el hecho de que determinados trabajadores llegasen a saber más de ciertas materias que sus propios superiores y colegas, aun teniendo que cooperar con otros en una gran organización, otro punto importante para Drucker son las TIC's, que acompañan a la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento, estas se están transformando radicalmente las economías, los mercados y la estructura de la industria, los productos y servicios, los puestos de trabajo y los mercados laborales.

*Lo mencionado por Michael Porter*, en el año 1980, en su libro titulado *Estrategia Competitiva* manifiesta su teoría sobre las cinco fuerzas en donde rescata que las organizaciones se encuentran estructurado por cinco factores que deben ser controlarlos para subsistir en el mercado, para lo cual se debe tener en cuenta una buena toma de decisiones, para lograr rentabilidad y por ende el éxito empresaria. El profesor Porter en su teoría considera que las empresas poseen dos tipos de competencias, entre ella está la positiva y la competencia destructiva. La primera competencia ocurre cuando un existe un factor diferenciador en el mercado mientras que en la segunda sucede lo puesto debido a que el producto o servicio se estandariza. Como son siguiente de la teoría es la elaboración de estrategias para luego ser aplicadas de la mejor manera y lograr el éxito para manejar el mercado mejor que la competencia, generando. (Porter, 2017).

### **Amenaza de entrada de nuevos competidores.**

La competencia surge a partir del éxito financiero o varios beneficios de las instituciones que ya están establecidas en el mercado, es donde las nuevas empresas buscan aprovechar dichas oportunidades, esto provoca el incremento de competencias mientras que la rentabilidad disminuye. Del mismo modo ocurre en los nichos de mercado en donde no tardarán nuevas empresas en obtener el máximo provecho e incrementar sus ganancias, sin embargo, ingresar a estos mercados significa superar las barreras que están establecidas como requerimiento de capital, costos de producción, costos hundidos, inversión, información, saturación del mercado, y demás. (Porter, 2017).

Otros factores que afectan en la amenaza de entrada de nuevos competidores:

***Economías de escala***, es el costo unitario de producción mismo que se minimiza cuando la producción es alta, mientras que si esta producción es mínima. Esto significa que a las empresas les conviene una producción a gran escala, lo que para muchas organizaciones que buscan incursionar en un mercado productivo, deberá tener en cuenta este factor para competir frente a empresas ya estructuradas y con experiencia.; ***Curva de experiencia***, consiste en el manejo de la empresa, sea este por procesos, gestión, control de calidad, tecnología; ***Ventaja absoluta en costos***, esto es un punto a favor para las entidades con mayor tiempo en el mercado, debido a la experiencia que tienen en la actividad a la que se dedican, como el manejo de proveedores, costos, materia prima, logística, etc.; ***Diferenciación del producto***, surge cuando en las empresas que ingresan al mercado generan un valor agregado a sus productos o servicios, lo que produce un efecto diferenciador de las empresas ya constituidas, logrando que exista captación de clientes y como consiguiente



fidelización de marca. Existe complejidad ingresar a un mercado y fidelizar una marca cuando ya existe alguna posicionada, sin embargo, se deben aplicar estrategias que otorgue diferenciarse del resto, para ello es necesario invertir en publicidad, diseño, servicio, y detalles esenciales para que el cliente recuerde el producto.; **Acceso a canales de distribución** los canales es la forma en cómo llega el producto hasta el consumidor final, y esto se aplica conforme las estrategias que la empresa emplee para reunir todos los factores anteriores y colocar el producto en la plaza adecuada; **Identificación de marca**, siempre las marcas buscan ser recordadas por el consumidor con el objetivo de posesionarse en el mercado pero para ello se requiere de una inversión considerable en estrategias de marketing que conlleve a los consumidores diferenciarlos del resto, por ejemplo Coca Cola; **Barreras gubernamentales**, la sociedad está regulado por normas y reglamentos, por lo que las instituciones deberán contar con estatutos y leyes que se rijan en la constitución política de las empresas como el registro de patentes, licencias de funcionamiento, registro de marcas, seguros, pago de impuestos, cumplimiento de responsabilidad social, registro sanitario, requisitos de medio ambiente y seguridad, etc.; **Inversión necesaria o requisitos de capital**, esto implica el capital necesaria para iniciar la construcción y formación de la nueva entidad que se ha planificado ejecutar, sin una inversión esta no se podía poner en funcionamiento, debido a las diferentes necesidades que se debe cumplir para iniciar las actividades. (Porter, 2017).

### **La amenaza de posibles productos sustitutos.**

Un producto sustituto cubre las necesidades de producto que compite en el mismo sector. Por lo general estos entran a competir cuando sus precios son más

bajos, debido que gran parte de la demanda se inclina más por los precios más asequibles, haciendo que la oferta y la demanda se altere. Sin embargo, estos productos hacen que las empresas se vuelvan más competitivas y en ocasiones ofrezcan más beneficios para el consumidor. (Porter, 2017).

Los factores que intervienen son:

- La disponibilidad de productos sustitutos y el acceso a ellos.
- Precio relativo o competitivo entre el producto original y el.
- El nivel percibido de diferenciación del producto donde los clientes prefieren al producto sustituto, si este ofrece una mejor calidad que el producto principal.
- Los consumidores se inclinarán por el producto sustituto que se encuentre a un precio menor, siempre que satisfaga su necesidad.

#### **Poder de negociación de los proveedores.**

Otro agente importante que influye en el posicionamiento del mercado son los proveedores, que a su vez integran el grupo de interés de las empresas. Este grupo es quien abastece a la organización de la materia prima para que esta pueda generar bienes como principal fuente ingresos luego de convertirse en un producto terminado. Por lo tanto los factores que influyen en el poder de negociación de los proveedores son: *Concentración de proveedores*: aquí se requiere identificar que empresas son las que proveen los insumos necesarios para la producción; *Importancia del volumen para los proveedores*: la empresa deberá tener en cuenta cuanto desea producir para poder adquirir los insumos y que no exista perdidas por el desperdicio del mismo; *Diferenciación de insumos*: buscar la mejor materia prima entre los proveedores para obtener un producto terminado de buena calidad; *Costos de cambio*: ¿Cuánto le costaría a la empresa si decide cambiar a otro

proveedor; *Disponibilidad de insumos sustitutos*: Cuales son los productos sustitutos que pueden reemplazar a algunos insumos actuales.; *Impacto de los insumos*: ¿cómo los insumos intervienen en la calidad del producto terminado? (Porter, 2017).

### **Poder de negociación de los clientes.**

Las organizaciones deben considerar que los clientes es su razón de ser, junto con la competencia, las entidades que distribuyen el mercado para ofertar sus bienes y servicios, para determinar este poder de los clientes para con las industrias, se analizan dos dimensiones fundamentales que son el poder de negociación y la sensibilidad de precios. Los factores que intervienen son: *Concentración de clientes*: Exigencia de calidad para cubrir la necesidad; *Volumen de compras*: relación entre los niveles de compras por parte del cliente con las ventas de los proveedores o adquisición de suministros para producir más bienes; *Diferenciación*: Los clientes son más exigentes en relación a la calidad; *Información acerca del proveedor*: cuando el cliente conoce a fondo el producto, este tiende a relacionarlos con los de la competencia para elegir el que más le convenga; *Identificación de la marca*: los consumidores pueden tener posicionados alguna marca de su preferencia debido a la diferenciación que estas aplican.; *Productos sustitutos*: los precios pueden influir en la elección del cliente siempre que exista variedad de productos sustitutos. (Porter, 2017).

### **Rivalidad entre competidores existentes.**

Porter, considera que esta fuerza está vinculada por la integración de las cuatro fuerzas mencionadas con anterioridad. Esta fuerza contribuye a que las

organizaciones aseguren su posición en el mercado a partir de su competencia. La rivalidad en el sector en que se desenvuelve una empresa no significa que puede ser negativo al cien por ciento, sino más bien se debe sacar provecho a esto, porque la competitividad vuelve mejores a las industrias. Sin una competencia en el mercado no existiría innovación, diferenciación, ni mejora continua. Los factores que influyen en la rivalidad de competidores existentes: *Concentración*: Se debe identificar a la competencia y obtener información sobre ella, sobre sus productos, colaboradores, proveedores y todos quienes intervienen en el grupo de interés, estudiar el dominio de precios. Un ejemplo de ello es Microsoft quien tiene el poder de fijación de precios en el mercado. Las empresas de telefonía como CLARO y MOVISTAR poseen el dominio del mercado y a su vez poder de fijación de precios; *Diversidad de competidores*: los competidores nacen de la necesidad del mercado, teniendo en cuenta que esta es muy cambiante así como el avance tecnológico, buscando satisfacer esas necesidades que algunas organizaciones no han podido cubrir; *Condiciones de costos*: las entidades no deben de pasar por alto el cumplimiento de los costos fijos y variables, porque estas influyen en los precios del mercado, si sus costos aumentan tendrán la obligación de aumentar los precios, lo que provocaría efectos negativos en la rentabilidad.; *Diferenciación del producto*: las empresas deben marcar la diferencia frente a su competencia, para captar la atención de los consumidores, ya sea en calidad, precios, producto, imagen, confianza, diseño, y demás.; *Costos de cambio*: es el efecto que se produce si se elige cambiar alguna característica del producto, de proveedor, de marca, esto puede afectar a la rentabilidad, costos, calidad, entre otros; *Grupos empresariales*: Sobrepasar fronteras es recomendable cuando las organizaciones han tenido éxito en un mercado, debido que es más fácil competir en otros luego del primer éxito.;

*Barreras de salida:* es necesario incursionar en nuevos mercados, debido siempre suele saturarse el mercado en el que se inició, sin embargo existen restricciones que se interponen en dichas salidas. Entre ellos están los permisos, contratos, salida de negocio, proveedores, traslado, residencia al cambio y demás. (Porter, 2017).

### **Teoría del éxito de la empresa.**

*En relación con lo manifestado por Carlos Fong Reynoso, en el año 2005,* entender cómo actúa los factores que intervienen en el éxito o fracaso de las organizaciones es importante debido a que la empresa representa la unidad básica del sistema productivo vigente. El éxito o fracaso de cada empresa en particular influye en los resultados del conjunto empresarial lo cual visto así de manera agregada tiene efectos en variables como el nivel de empleo la tasa de crecimiento económico y en última instancia en el nivel de bienestar de las personas. A escala individual el éxito de la empresa significa su supervivencia. Una empresa exitosa puede permanecer en la actividad a la que se dedica y al mismo tiempo satisfacer de la mejor manera las necesidades de sus miembros. Debido a su importancia el éxito de la empresa es abordado y descrito desde múltiples enfoques. Los esfuerzos han sido dirigidos tanto a proponer criterios de apoyo para la gestión de las empresas como a influir en las decisiones de los encargados de establecer las políticas públicas que regulan su actividad. Esta multiplicidad de enfoques requiere acotar qué se entiende por éxito empresarial y de qué manera se inserta en el campo de la economía y de la estrategia de la empresa (Fong, 2005).

La gestión estratégica es la disciplina científica que estudia los aspectos relacionados con la dirección de las organizaciones y con la forma en que son gestionados y coordinadas las áreas funcionales de la compañía, así como la manera que tiene la empresa de concebirse a sí misma, de establecer sus objetivos y valores,

y de relacionarse con su entorno. La estrategia actualmente centra su atención en el comportamiento competitivo de la empresa, en especial en el análisis de los determinantes de la ventaja competitiva y su potencial para generar beneficios extraordinarios. El estudio de dichos determinantes y de la forma en que los gestores de la empresa pueden utilizarlos para lograr el éxito, condujo al desarrollo de diversos modelos de análisis de la ventaja competitiva (Fong, 2005).

### **Teoría de Recursos y Capacidades.**

La teoría de los recursos y capacidades tiene su origen a partir de la gestión estratégica, en donde se plantea que los beneficios y éxitos empresariales se deben en gran parte a los recursos internos que posee cada empresa. A partir de lo anterior se inició una nueva visión acerca del análisis de las empresas. Uno de los precursores fue Penrose (1959, p.11) quien propuso un nuevo enfoque basado en los recursos de la empresa, generando de esta manera un nuevo paradigma económico. Por su parte, Wernerfelt (1984, p. 173) fundamenta que las barreras competitivas deben realizarse y formarse a partir de recursos y factores propios de las empresas y competir en segmentos específicos. Si se analizan las estrategias convencionales, primero será necesario observar los factores externos y posteriormente los internos de la empresa; con base en lo anterior, formular y establecer la identidad y propósito de la empresa misión y visión, incluyendo mercados específicos, clientes y necesidades a atender; para luego definir los recursos que son necesarios para satisfacer las necesidades planteadas. La teoría de los recursos y capacidades expresa que aunque los factores externos condicionan de manera importante el desempeño de la empresa, no proporcionan una base segura para la formulación de estrategias, esto debido al carácter dinámico y cambiante de los factores externos (Fong, 2005); por lo que es necesario primero

el análisis de los factores internos *recursos y capacidades de la empresa* para determinar y definir con qué cuenta la empresa y decidir en qué nicho o segmento de mercado incursionar, y con base en eso decidir si es necesario obtener o fomentar otro tipo de recursos. Una empresa exitosa es aquella que posee una ventaja competitiva que le permite observar beneficios extraordinarios de manera sostenida durante largos periodos de tiempo, y que la evidencia señala que la ventaja competitiva está determinada principalmente por los factores internos de la empresa, entonces es fácil observar la lógica seguida en el desarrollo de la teoría de recursos y capacidades (Fong, 2005).

### **Teoría de la comunicación.**

“La teoría de la comunicación define a la telecomunicación a ésta como la forma de transmisión de información, la puesta en contacto entre partes, es decir, el proceso por el cual se transmite un mensaje por un canal, entre un emisor y un receptor, dentro de un contexto y mediante un código conocido por ambos” (Suarez, 2014).

Cuando se repite este proceso es considerado como una retroalimentación ya que si esta llega a ser buena la compañía tendrá un mejor nivel de competitividad. La comunicación empresarial, conocida a veces como comunicación corporativa cuando es referente a una empresa y comunicación institucional cuando es de una institución pública, se basa en un proceso de emitir y recibir mensajes en una organización compleja. Este proceso se puede dar internamente, en relaciones dentro de una organización o externo, como ejemplo con clientes, organizaciones, etc. Si dicha organización es una empresa, la comunicación se divide en tres sistemas:

- De operación: aquellos que se refieren a tareas y operaciones.

- De reglamentos: aquellos que son órdenes e instrucciones.
- De mantenimiento: aquellos que se refieren a relaciones públicas, captación de clientes y publicidad o mercadotecnia.

La comunicación empresarial es también comprendida como aquel proceso de producción, circulación y consumo de conceptos entre la organización y sus entornos. La naturaleza de la comunicación en una empresa u organización cualquiera que fuera el caso se entiende por su esencia misma, la organización entre humanos es un acto de comunicación social. Lo que lleva a objetivos y propósitos comunes, mediante métodos, procesos y acciones para lograr un resultado colectivo. El objetivo, teóricamente hablando de la comunicación empresarial es el logro de la corporatividad, que demuestre la unión del colectivo, que fue concebido como un sistema independiente pero relacionado a su vez con el entorno (Ocampo, 2007). En el entorno empresarial, se denomina comunicación vertical a aquella que se distribuye de forma ascendente y descendente entre los gerentes y sus subordinados.

## **Marco Conceptual**

### **Emprendimiento**

Según (Rodríguez, 2011), Emprender es un término que tiene múltiples acepciones, según el contexto en que se le emplee será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro; Finley (1990) lo describe como alguien que se aventura en una nueva actividad de negocios; Say (1800) — citado por Drucker (1989) — lo clasifica como un *buen administrador*. En cambio, para el académico, emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le



permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos. Y en esto coincide Ronstadt (1985).

Los emprendedores poseen una serie de características que los distinguen del resto de las personas. De acuerdo con John Kao (1989), el emprendedor es una persona con características muy particulares, entre ellas:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.

### **Plan de Negocios**

Según (Villarán, 2011), El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, el cual es resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán amigable contenido se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado. El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa. Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.

- Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.
- Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo
- Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.
- Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exigen un control permanente, como los puntos críticos en los procesos.
- Evaluar varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda, el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor y otros factores.
- Establecer un plan estratégico para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales. En este sentido, busca asignar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas.
- Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no sólo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.
- Tener un presupuesto maestro y presupuesto por áreas funcionales, que permitan evaluar el desarrollo de la empresa en términos económicos y prever los requerimientos de capital.

- Mostrar la capacidad empresarial del empresario.
- Mostrar los posibles resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar distintos escenarios y estrategias.

Los planes de negocios sirven, para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa. En algunos casos, es posible desarrollar un mini plan de negocios, con la finalidad de profundizar luego en su análisis, siempre y cuando logre despertar la curiosidad y el interés de un inversionista. El análisis de un mini plan de negocios, o más específicamente de una oportunidad de negocios, se estructura de la siguiente manera:

- Concepto o idea de la empresa o negocio.
- Modelo de la empresa o negocio.
- Perfil del mercado objetivo: tamaño del mercado potencial y mercado objetivo, estrategia de mercado.
- Información del entorno que pudiera influir en el modelo de negocio y desempeño de la organización.
- Disponibilidad y acceso a recursos naturales o físicos.
- Disponibilidad y acceso a recursos humanos calificados.
- Tecnología que se empleará para el desarrollo de productos o servicios.
- Redes empresariales.
- Recursos financieros.
- Análisis de la oportunidad.
- Cronograma para la puesta en marcha de la idea de negocio.

Para las nuevas empresas, el desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la empresa.

### **Tic's**

Según (Alicia, 2016), en muchas ocasiones, se ha oído que las Tecnologías de la Información Comunicación son el futuro de los negocios, que todo va girar en torno a ellas, que se tienen muchos mercados por explorar, más que un futuro, las Tic's son el presente de las actividades diarias de todas las organizaciones y empresas de la actualidad, es casi imposible imaginarse a una organización sin computadoras, sin sistemas de administración, sin técnicas de comunicación en sus actividades, sin procesos para poder ejecutar operaciones en el día a día, de esta época en la que se ha vivido dentro de la sociedad del conocimiento.

La tecnología es un conjunto de conocimientos acerca de técnicas que pueden abarcar tanto el conocimiento en sí como su materialización tangible en un proceso productivo, en un sistema operativo o en la maquinaria y el equipo físico de producción. Esta definición incluye la tecnología incorporada en un sistema operativo físico o intangible, así como la tecnología no incorporada, como el conocimiento y las técnicas (Freeman, 1974).

La información es un conjunto organizado de datos que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno. Por lo tanto, la Tecnología de la

Información son las herramientas especializadas, sistemas, programas informáticos, etc., utilizados para transferir información entre los interesados (Pmbok, 2012).

El *Impacto de la tecnología en las organizaciones*, el crecimiento del sector servicios, la globalización de los mercados y la economía, así como el creciente desarrollo tecnológico están cambiando el entorno de las organizaciones. El impacto de la TIC's en las organizaciones es cada día más importante, pues cada vez facilitan más las actividades de la empresa; por lo tanto, las empresas que no adoptan las TIC's tienden a quedarse rezagadas, ya que éstas son un elemento clave para salir adelante en el entorno competitivo en el que se desenvuelven actualmente las organizaciones. Es importante destacar que también con el uso de las TIC's se puede mejorar la calidad de vida de los empleados ya que les permite trabajar desde su hogar (Home Office) o desde cualquier otro lugar lo que también potencializa la equidad en relación a personas con capacidades diferentes, quienes además pueden utilizar agentes de inteligencia artificial para apoyarles en sus actividades laborales (Turban, 2004).

Los recursos de las TIC's para las organizaciones, se podrá enlistar una infinidad de herramientas tanto de software como de hardware de uso en las organizaciones. Sobre todo, si se menciona que actualmente se encuentra en una Sociedad del Conocimiento, en el que el manejo de la información será crítico para lograr una adecuada toma de decisiones. Una organización deberá contar con equipos de cómputo, tanto personales como tipo servidores, ya que a través de las mismas se podrá tener acceso a la información y operar los diferentes recursos que se tengan. Actualmente el comercio electrónico es una herramienta poderosa para las organizaciones, la rápida adopción de internet como medio comercial ha provocado que un gran número de negocios aprovechen la tecnología para llegar a

un mayor número de clientes a nivel mundial. El comercio electrónico se ha convertido en un medio de negocios muy popular en los últimos años para las compañías que están interesadas en el uso de la computación y las tecnologías de información para implicar sus procesos de negocio e incrementar su posicionamiento a nivel global. Al combinar diversos procesos, como páginas web, correo electrónico y aplicaciones de Internet, el comercio electrónico provee diversas formas para intercambiar bienes y servicios entre individuos y compañías.

### **Mantenimiento básico de computadores.**

Se enmarca en el objetivo mencionado. Su propósito es plantear los principales momentos que implica el mantenimiento preventivo y correctivo de computadores, brindando algunas recomendaciones que pueden ser tenidas en cuenta al momento de realizarlo. Los cuatro capítulos del libro responden a los dos momentos de mantenimiento que se pueden realizar sobre los dos principales componentes de un computador (Stiven, 2011). **Mantenimiento Preventivo Hardware**, describe las actividades de limpieza de partes, conexión de periféricos e inventario que se recomienda se realice periódicamente a los equipos de cómputo. **Mantenimiento Correctivo Hardware**, aborda la interpretación de los pitidos que genera el computador cuando hay problemas físicos que impiden su arranque, así como un compendio de las principales soluciones a los problemas físicos más frecuentes que impiden el funcionamiento del computador. **Mantenimiento Preventivo Software**, plantea las acciones periódicas que se deben realizar sobre las cuentas de usuario, los discos de almacenamiento, el sistema operativo, el antivirus y la realización de backups, y reseña algunas herramientas que facilitan el monitoreo y revisión del software en el computador. **Mantenimiento Correctivo Software**, se centra en las actividades a desarrollar cuando un programa

informático falla, y desarrolla un compendio de las principales soluciones a los problemas de software más frecuentes que impiden el funcionamiento del computador (Stiven, 2011).

### **Red de computadoras**

También llamada red de ordenadores o red informática, es un conjunto de equipos conectados por medio de cables, señales, ondas o cualquier otro método de transporte de datos, que comparten información (archivos), recursos (CD-ROM, impresoras, etc.) y servicios (acceso a internet, e-mail, chat, juegos), etc.

### **Leasing**

Es una operación mercantil de carácter financiero que consiste en la adquisición por la compañía de leasing del bien mueble o inmueble, elegido previamente por el cliente/usuario, y la simultánea cesión de uso de este bien durante un tiempo determinado por un precio distribuido en cuotas periódicas. Este contrato incluirá necesariamente a su término una opción de compra a favor del cliente o usuario, pudiendo éste optar por adquirir el material según el precio inicialmente convenido o bien, devolverlo a la compañía leasing (Fraile & Martin, 2012).

### **La capacitación in-house**

Se refiere a las iniciativas cuyo objetivo es desarrollar determinadas competencias en un grupo de personas que pertenecen a una misma organización. Constituye una solución efectiva para afrontar los desafíos estratégicos de una empresa. Consiste en toda actividad que se efectúa en una determinada organización respondiendo a sus propias necesidades de capacitación, tendiendo a promover un cambio positivo y efectivo en la actitud mental, los conocimientos y habilidades de su personal. El término capacitación, hace referencia a los esfuerzos que realiza una organización para lograr el aprendizaje de sus integrantes. Según

Oscar Blake, la *Capacitación es un recurso dinamizador de las organizaciones* con este concepto quiere decir que es una ventaja competitiva para las organizaciones que aprenden, que capacitan a sus empleados, con planes efectivos y eficientes, para que aprenda a realizar sus tareas y mejoren su desempeño y productividad (Blake, 2011).

Como indica (Dessler, 2001) “La capacitación consiste en proporcionar a los empleados, nuevos o actuales, las habilidades necesarias para desempeñar su trabajo. Proceso de enseñanza de las aptitudes básicas que los nuevos empleados necesitan para realizar su trabajo”.

### **Aplicación de escritorio**

Cada puesto de trabajo se manejará con un programa que cumplirá el rol de software, mismo que estará conectado a través de Internet junto a una base de datos. Como principal ventaja del software es la velocidad con la que trabaja y el uso que brinda al usuario, en donde también está incorporado los controles de escritorio que usualmente se asocia con este. También permite la actualización de los diferentes programas que han sido instalados en la máquina de todos los usuarios. Pero para esto también se debe ejecutar un sistema de gestión automático, debido que queda prohibido la utilización de software que puede provocar daños en la base de datos. Un factor negativo que se presenta en la aplicación es que esta no es portable, es decir que no puede ser usadas en dispositivos electrónicos como tabletas o teléfonos celulares. (Velázquez, 2012).

### **Aplicación web**

La aplicación web será manejada a través de navegadores web como Opera, Internet Explorer, Firefox, Chrome, entre otros, de cualquier ordenador. Como principal ventaja de esta aplicación es que es portables, es decir que puede ser



manejado desde cualquier dispositivo que tenga acceso a internet y permita su manejo, como: ordenadores pc, teléfonos inteligentes, tabletas. Mediante esta aplicación de pueden realizar cierres de negocios, atención al cliente, confirmar pedidos, informar plazos de entrega. La información podrá manejarse de forma más rápida y en la empresa quedará constancia de las diferentes actividades que se realizan. Las actualizaciones también llegaran a todos los servidores de la aplicación, solo se deberá tener en cuenta la opción de mantenimiento, la información al estar almacenada en la nube no existe riesgo de pérdida, sin embargo estas actualizaciones se las realizara fuera del horario de trabajo para o interferir en las diferentes actividades (Velázquez, 2012).

Las aplicaciones web no necesitan instalarse, ya que se visualizan usando el navegador del teléfono como un sitio web normal. Por esta misma razón, no se distribuyen en una tienda de aplicaciones, sino que se comercializan y promocionan de forma independiente. Al tratarse de aplicaciones que funcionan sobre la web, no es necesario que el usuario reciba actualizaciones, ya que siempre va a estar viendo la última versión (Cuello, 2013).

### **Seguridad Informática**

Podemos entender como seguridad una característica de cualquier sistema informático *o no* que nos indica que ese sistema está libre de todo peligro, daño o riesgo, y que es, en cierta manera, infalible. Como esta característica, particularizando para el caso de sistemas operativos o redes de computadores, es muy difícil de conseguir *según la mayoría de expertos, imposible*, se suaviza la definición de seguridad y se pasa a hablar de fiabilidad *probabilidad de que un sistema se comporte tal y como se espera de él* más que de seguridad; por tanto, se habla de sistemas fiables en lugar de hacerlo de sistemas seguros. A grandes rasgos

se entiende que mantener un sistema seguro o *fiable* consiste básicamente en garantizar tres aspectos: confidencialidad, integridad y disponibilidad. Algunos estudios integran la seguridad dentro de una propiedad más general de los sistemas, la confiabilidad, entendida como el nivel de calidad del servicio ofrecido. Consideran la disponibilidad como un aspecto al mismo nivel que la seguridad y no como parte de ella, por lo que dividen esta última en sólo las dos facetas restantes, confidencialidad e integridad. En este trabajo no seguiremos esa corriente por considerarla minoritaria. La confidencialidad nos dice que los objetos de un sistema han de ser accedidos únicamente por elementos autorizados a ello, y que esos elementos autorizados no van a convertir esa información en disponible para otras entidades; la integridad significa que los objetos sólo pueden ser modificados por elementos autorizados, y de una manera controlada, y la disponibilidad indica que los objetos del sistema tienen que permanecer accesibles a elementos autorizados; es el contrario de la negación de servicio. Generalmente tienen que existir los tres aspectos descritos para que haya seguridad: un sistema puede conseguir confidencialidad para un determinado fichero haciendo que ningún usuario *ni siquiera el root* pueda leerlo, pero este mecanismo no proporciona disponibilidad alguna (Zuccardi, 2016).

### **Clouding y virtualización de servicios.**

La palabra nube o cloud empieza a convertirse en un término de uso generalizado que engloba muchas especialidades y a veces se cae en el error de confundirlo con la virtualización, porque es verdad que en ciertos aspectos los servicios que ofrecen son similares. Hay que tener cuidado, aunque son servicios similares no son intercambiables, la diferencia es lo suficientemente importante como para afectar en la toma de decisiones de un proyecto. La virtualización

consiste en la creación, a través de software, de una versión virtual de algún recurso tecnológico. Se trata de la tecnología que sustenta el cloud computing. El software de virtualización permite ejecutar múltiples sistemas operativos y varias aplicaciones en el mismo servidor y al mismo tiempo permite a las empresas reducir los costes de TI al mismo tiempo que aumenta la eficiencia, la utilización y la flexibilidad de su hardware existente. La tecnología detrás de la virtualización se conoce como monitor de máquina virtual. Este sistema *separa* el ordenador de la infraestructura física. La virtualización crea servidores, estaciones de trabajo, almacenamiento y otros sistemas independientes de la capa de hardware físico.

## **Capítulo II: Marco Referencial.**

En Aguascalientes, la Influencia de las Tics en el rendimiento de la Pyme, según (Maldonado, Martínez, & García, 2010) realizaron una investigación acerca del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las PYMES, por cuanto es un elemento esencial en la integración de las actividades básicas de operación de las mismas, es así que se realizó una investigación empírica, donde se ejecutó una encuesta a una muestra de 400 empresas de la ciudad de Aguascalientes, México, encuesta dirigida a los gerentes de las empresas, instrumentos con el cual obtuvieron información que en lo posterior fue tabulada y analizada.

Según (Maldonado, Martínez, & García, 2010) con base a la información recogida en las encuestas y posterior análisis de la misma, llegaron a la conclusión de que la

utilización de las TICs genera una influencia positiva en el rendimiento de las PYMES, lo cual por ende constituye una ventaja competitiva.

En Colombia, el papel de las Tics en el entorno organizacional de las Pymes, según (Hoyos & Valencia, 2012), en su investigación acerca del papel de las TIC's en el entorno organizacional de las PYMES como apoyo a los procesos organizacionales y productivos de las PYMES, se soportaron en una revisión y análisis de fuentes secundarias de literatura, lo que en lo posterior permitió obtener una clasificación funcional de las TIC's, así como los factores que se inmiscuyen para su adopción.

Según Hoyos y Valencia, Concluyeron que una estrategia de implementación de las TIC en las PYMES debe ser enmarcada como un proyecto a mediano y largo plazo, que involucre todos los actores de la organización y que se plantee como un proceso secuencial de adopción, que incorpore procesos operativos, estratégicos y de innovación de tal forma que se perciba una mejora paulatina en el desempeño de las organizaciones, además de que en entornos cada vez más competitivos que exigen la optimización de recursos por parte de las PYMES, se requiere de herramientas tecnológicas orientadas a agregar valor a la organización con el fin mejorar aspectos como la administración de la información, la interconectividad, el fomento de ambientes colaborativos, las cuales son condiciones que permiten responder con mayor rapidez a las dinámicas del mercado y del entorno, de que a corto plazo, el principal beneficio que reportan las TIC's a las PYME se concentra en la posibilidad que brindan para liberar recursos orientados a labores operativas que no agregan valor a la actividad organizacional, de modo que dichos recursos puedan enfocarse en procesos estratégicos orientados a la razón de ser de la organización.

Para finalizar mencionan que uno de los principales retos a los que se enfrentan las PYMES al incorporar las TIC's es definir adecuadamente aquellas herramientas que tengan un mayor aporte a la eficiencia de la organización debido a las diversas características y dinámicas del entorno que integran una determinada organización, por lo que al momento de implementar las TIC's se debe generar una estrategia capaz de analizar su utilidad y adaptar su uso a las dinámicas propias de cada PYME de forma que sea coherente con sus objetivos misionales.

(Fonseca Pinto, 2013), realizó un estudio utilizando una metodología cualitativa y cuantitativa aplicando un cuestionario compuesto por 74 indicadores, propuestos por la CEPAL y el OSILAC, a un total de 486 pymes pertenecientes a los diferentes sectores económicos. Donde los resultados obtenidos a través del presente estudio se lograron obtener evidencia que las PYMES aún no reconocen la inversión en tecnologías de la información y la comunicación como un factor de competitividad.

En cuanto a la Literatura Nacional podemos mencionar algunos artículos que hacen referente al tema de investigación.

En el Cantón Quevedo, el Rol de las Tic's en las pequeñas y medianas Empresas, según (Plúa, Ballesteros, Velasco, Villarroel, & Cárdenas, 2017), en su trabajo acerca del rol de las TIC's en las pequeñas y medianas empresas del cantón Quevedo partieron realizando encuestas a los encargados de las PYMES, de entre los cuales observó que en su mayoría eran manejadas por sus propietarios, así mismo que el 57% poseían educación secundaria, adicionalmente se constató que el 85% de las PYMES poseen una conexión a Internet.

Según (Plúa, Ballesteros, Velasco, Villarroel, & Cárdenas, 2017), Concluyeron que los recursos tecnológicos no era aprovechados de manera óptima,

por cuanto no se los incluía como herramientas de trabajo dentro de las prácticas de desarrollo del negocio.

En Murcia, las TIC y la gestión del conocimiento es considerado como un factor que permiten el crecimiento de la PyME, según (Valdez, Pérez, & Maldonado, 2017), quienes realizaron una investigación en relación a la constatación de si las Tecnologías de la Información y la Comunicación son un elemento preponderante para la consecución de los objetivos de las PYMES, con base a lo cual realizaron un estudio empírico a las PYMES de la región de Murcia, estudio en el cual se aplicó un cuestionario de preguntas a una muestra de 903 empresas.

Según Valdez, Perez y Maldonado, una vez que analizó la información recogida llegó a la conclusión de que las TIC's tiene una influencia positiva y significativa en los procesos de gestión del conocimiento, así como la de coadyuvar en el crecimiento de la misma.

(Escobar, 2014), efectuó un análisis exploratorio situacional, tanto a nivel mundial como a nivel regional. Se analizaron las características de las PYMES en América Latina, estadísticas descriptivas, evolución y contenido de sus agendas electrónicas. Además, se evaluaron varios indicadores de acceso y uso desagregados a nivel regional, los desafíos a los que se enfrentan la región y las políticas públicas que se han considerado.

Como conclusión, (Escobar, 2014) menciona que a nivel general, el impacto de las TICS recién está empezando y tomando auge revolucionando de las PYMES. Además, el alto nivel de inversión al que se debe incurrir genera una dinamización extrema del capital e intensifica la creación de ventajas competitivas y comparativas. Pero siempre y cuando la sociedad esté dispuesta a reducir cada vez

más el nivel de analfabetismo digital, la estructura del mercado podrá acoplarse adecuadamente al nuevo factor tecnológico.

(Guzmán, Guzmán, & Fuentes, 2015) realizó un análisis empírico descriptivo respecto a la adopción de las TIC en las pymes de Guayaquil. Los resultados revelan un nivel equivalente a la mera interacción de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Por lo que recomiendan una mayor inversión en infraestructuras y capacitación a los potenciales usuarios. También se infiere que hay una correlación entre el tamaño de las empresas y las pymes.

(Murillo, Ortega, & Andagoya, 2017), con base a una investigación denominada *RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y LA APLICACIÓN DE LAS TICS EN PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO* utilizaron el método de investigación, con base al cual tomaron una muestra representativa de las PYMES del cantón Quevedo en la diversas actividades y sectores en que se desenvuelven, a los directivos se procedió a aplicar una encuesta para conocer la relación que existe entre la gestión del conocimiento, la innovación y aplicación de las TIC's para poner en marcha estrategias de gestión a todo nivel y del conocimiento, información con la cual posteriormente llegaron a la conclusión de que la mayor parte de las TIC's se concentra en el sector comercial y están ubicadas en el sector urbano y no superan los 50 empleados, también de que según información proporcionada por el SRI, el 58% de las PYMES en nuestro país están concentradas en las actividades de manufactura y comercio, además de que existe una escasa aplicación de la gestión del conocimiento, la innovación y aplicación de la TIC, por desconocimiento y resistencia de personal y falta de recursos económicos.

### **Capítulo III: Marco Metodológico.**

Con el propósito de dar un primer acercamiento al problema que se pretende estudiar y conocer, se aplicará el tipo de investigación exploratorio, lo que permite familiarizarse permitiendo dar un panorama o conocimiento superficial del tema, además otro tipo de investigación que se utilizará será descriptivo ya que se realizará una recolección de datos a través de la encuesta y entrevista para medir la aceptación y factibilidad de crear un negocio y se describirán los componentes del pan de negocios.

#### **Mercado Meta**

Según datos que muestra el Instituto Nacional de Estadística y Censos, a través del sistema informático Redatam, en la que indica que dentro de la provincia de El Oro, la clase empresarial acorde a su tamaño está estructurada de la siguiente manera: 37872 microempresas, 3353 pequeñas empresas, 448



empresas mediana tipo A, 264 empresas medianas tipo B y 141 empresas grandes, en el mismo contexto de lo mencionado, según información provista, la ciudad de Machala tiene la siguiente estructura: 1834 pequeñas empresas, 267 empresas mediana tipo A, 150 empresas medianas tipo B y 89 empresas grandes, de las cuales las pequeñas y mediana empresas serán objeto de investigación y *target* del servicio, por cuanto son las organizaciones de mayor presencia en el mercado. Al inicio de las operaciones de la empresa, se espera tener un 6% del total de las empresas existentes en el mercado que representa la capacidad instalada que la empresa puede ofrecer como comienzo de sus operaciones, se ha adoptado una postura conservadora para identificar el comportamiento del negocio.

**Tabla 2**  
*Mercado Meta.*

<b>Pequeñas</b>	<b>Mediana tipo A</b>	<b>Medianas tipo B</b>
1834	267	150

### **Macro – segmentación.**

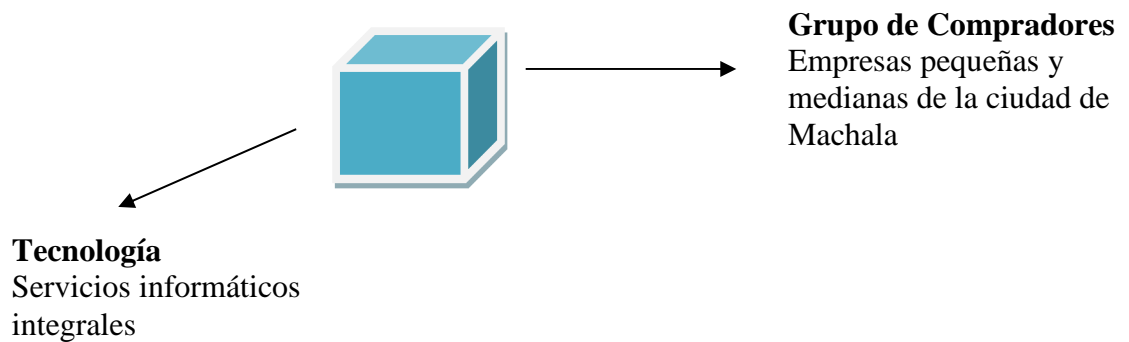
En este análisis se definirá el mercado de referencia desde el punto de vista del consumidor, para lo cual se toman en cuenta tres dimensiones, éstas se presentan a continuación:

- Funciones o necesidades: Responde a la pregunta ¿Qué necesidades satisfacer?
- Tecnología: Responde a la pregunta ¿Cómo satisfacer estas necesidades?
- Grupo de compradores: Responde a la pregunta ¿A quién satisfacer?

#### **Funciones y Necesidades**

Empresas que requieren mejorar los procesos internos y por ende mejorar la competitividad.





### **Micro – segmentación.**

La segmentación se realiza por ventajas buscadas, ya que el servicio está dirigido a un segmento de empresas pequeñas y medianas que no poseen algunos de los servicios a ofertarse.

Las características del segmento elegido son:

- **Geográfica**

Variable geográfica: Ciudad de Machala

Zona: Centro

- **Socio – Demográfica**

Empresas pequeñas y mediana de la ciudad de Machala.

### **Perfil del consumidor.**

Comportamiento de los principales consumidores de los servicios ofrecidos por los centros de servicios informáticos y centros de capacitación.

Para definir el perfil de estos consumidores, ha sido necesario obtener información primaria para lo cual se recurrió a la observación directa.

### **Obtención de Información Primaria.**

#### **Observación Directa.**

La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación que consiste en observar atentamente al fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación directa se llevó a cabo en:

- Centros de Servicios informáticos.
- Centros de capacitación.

Son empresas que actualmente ofrecen el servicio relacionado con el proyecto, y serían la competencia por la cercanía.

#### **Descripción del perfil del consumidor.**

De acuerdo a la observación directa realizada, se puede establecer como clientes a las empresas medianas que son las que principalmente cuentan al menos con una configuración básica de los bienes y servicios ofertados.

#### **Técnicas de muestreo.**

Se utilizaron las siguientes técnicas:

- Muestreo probabilístico aleatorio. - Debido que, al analizar el perfil del consumidor, no se encontraron diferencias significativas entre las características de la población.
- Muestreo sin reemplazo. - *Porque todos los elementos se consideran una sola vez.*

#### **Selección del tamaño de la muestra**

Para la determinación de la muestra se obtuvo la información y datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos *INEC* 2016, en donde se explica que, en la ciudad de Machala su total de pequeñas y medianas empresas es de 2251, para lo cual se determina que de acuerdo a la fórmula de población finita el total de las

encuestas serian de 328, sirviendo estas como objeto principal del estudio a realizar, por consiguiente; el margen de error analizado es del 5% en el cual se plantea para proyectar los siguientes datos.

$$n = \frac{Z^2(p)(q)N}{e^2(N-1)+pq(Z)^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(2.251)}{0.0025(2.251-1)+(0.50)(0.50)(1.96)^2}$$

**FORMULA DE MUESTRA FINITA E INFINITA**

<b>MUESTRA FINITA:</b>			
z2 =	3.8416	PxQ=	0.25
P=	0.5		562.75
Q=	0.5	<b>RESULTADO DE ARRIBA</b>	<b>2161.8604</b>
N=	<b>2251</b>		
E2=	0.0025	PxQxZ2	0.9604
N-1=	2250	E2xN-1=	5.625
		<b>RESULTADO DE ABAJO</b>	<b>6.5854</b>
		<b>RESULTADO DE MUESTRA</b>	<b>328.280803</b>

\* EI ÚNICO VALOR A INGRESAR ES LA POBLACIÓN  
\* SE REDONDEA LOS DECIMALES

Se estableció la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2(p)(q)N}{e^2(N-1)+pq(Z)^2}$$

N= 2251 (Pequeñas y medianas empresas) – Tamaño de la Población.

Z= 1,96 que representa el 95% del nivel de confianza

P= 0,5

q= 0,5

e= +/- 5,00% (Nivel de aceptación de tolerancia error)

El estudio se realiza con un 95% de confiabilidad y se está dispuesto a aceptar un +/-5% de tolerancia de error, donde p y q se establecen como 0,50 ya que son desconocidas.

Se reemplaza:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(0.50) 2.251}{0.0025(2.251-1)+(0.50)(0.50)(1.96)^2}$$

n = 328.28

n = **328 encuestas.**

### **Instrumento de Investigación.**

Se diseño una encuesta y entrevista, que responde los obbjetivos de la investigación. Según el tipo de preguntas se utilizó encuestas cerradas. Se realizó el siguiente procedimiento, realizando las siguientes técnicas estadísticas:

- Tabulación
- Gráficos

Los resultados de las encuestas se analizaron por medio de gráficos circulares o de torta, y fueron procesados en la herramienta Microsoft Excel. La interpretación de los resultados de la encuesta muestra lo siguiente:

El análisis de los resultados está enfocado en el 76,22% (250) de los encuestados mencionan que poseen una red de comunicación de datos en su empresa, mientras que el 23,78%(78) mencionó que no posee una.

En base a lo mencionado en el párrafo anterior de las 250 personas que indicaron que poseían una red de comunicaciones, un 39,02%(128) mencionó que realizan el mantenimiento con personal propio, un 31,40%(103) con personal contratado externo, y un 5,79%(19) con otra modalidad, dando un total de 250 encuestados.

De acuerdo a los resultados indicados en el primer párrafo, de las 250 personas que indicaron que poseían una red de comunicaciones, un 3,66%(12) lo realizan a través

de un contrato de mantenimiento anual, un 66,77%(219) lo realiza a través de la asistencia técnica por evento, y un 5,79%(19) tiene otra modalidad.

De los encuestados un 89,02%(292) mencionaron que usualmente pagan entre \$20 y \$40 por un servicio de mantenimiento a un computador o un equipo de red, un 8,54%(28) paga entre \$41 y \$60, y un 2,44%(8) más de \$60.

De los encuestados, un 53,66(176) conoce que es la Seguridad Informática, mientras que un 46,34%(152) desconoce del tema o tiene un idea somera.

Respecto a los rangos de precio del cual estarían dispuestos a pagar por un servicio mensual relacionado con la seguridad informática, un 50,30%(165) está dispuesto a pagar entre \$10 y \$15, un 39,63%(130) está dispuesto a pagar entre \$16 y \$20, un 10,06%(33) está dispuesto a pagar entre \$21 y \$25.

De los encuestados, un 90,85%(298) contrataría un servicio de mantenimiento mensual para sus equipo, mientras que un 9,15%(30) desiste de lo mencionado.

En relación al monto a pagar por el mantenimiento mensual, un 91,77%(301) estaría dispuesto a pagar un valor entre \$20 y \$40, un 7,32%(24) un valor entre \$41 y \$60, mientras que un 0,91%(3) un valor mayor a \$60.

En referencia al servicio de capacitación, se preguntó acerca de la frecuencia de capacitación al personal de la empresa, un 0,61%(2) lo realiza semanalmente con personal interno de la empresa, un 7,62%(25) lo realiza con una frecuencia mensual, un 50%(164) semestralmente, un 40,24%(132) anualmente, mientras que un 1,52%(5) mantiene otra frecuencia.

Respecto a si las empresas encuestadas mantienen un plan de capacitación, un 96,55%(317) mencionó que no poseen plan alguno al respecto, mientras que un 3,35%(11) comentó si poseen un plan a seguir respecto a las capacitaciones a su personal.

Con relación a los montos gastados en promedio anual, un 5,79%(19) tiene un monto de gasto promedio de hasta \$1000, la constante en esta pregunta es el 87,50%(287) que menciona que tienen un gasto de entre \$1001 y \$5000, así mismo el 6,40%(21) gasta entre \$5001 y \$10000, en cambio un 0,30%(1) ha tenido un gasto entre \$10001 y \$15000.

En relación a los factores a tomar en cuenta al momento de escoger una empresa para la capacitación del personal, un 92,07%(302) mencionó que el costo es el factor preponderante al momento de la toma de decisiones, el resto de respuestas se reparte entre las otras opciones (experiencia del capacitador 5,18%(17), ubicación de la capacitación 2,74%(9)).

Respecto al arrendamiento, un 90,24%(296) mencionó que no conocía la existencia del servicio, mientras que un 9,76%(32) si conocía del mismo.

El pago por concepto de arrendamiento de equipos, la mayor parte 88,41%(290) mencionó que estarían dispuestos a pagar entre \$20 y \$40, un 9,45%(31) pagarían entre \$41 y \$60, mientras que un 2,13%(7) un valor mayor a \$60.

Respecto a los conocimientos del alcance de las redes sociales, un 97,26%(319) mencionó que conocían del particular, mientras que un 2,74%(9) no conocía al respecto.

Un 75,61%(248) mencionó que no posee página web, mientras que un 24,39%(80) comentó si poseía una, no obstante, la frecuencia de actualización de la misma no era el correcto.

De los 328 encuestados, 48 empresas mencionaron pagaría un valor entre \$300 y \$500 por un nuevo sitio web o por la reconfiguración del sitio que tienen, 270 empresas dijeron pagarían un monto entre \$501 y \$700, mientras que 10 empresas pagarían un monto mayor a \$700.

Entre el factor preponderante en la toma de decisiones para la contratación de los servicios tenemos: 90 calidad del servicio, 148 experiencia del personal técnico, 156 costos, 35 tiempo de repuesta y 29 otros.

En relación al interés del personal respecto a los servicios a ofertarse, el número de interesados es el siguiente: Estudios de seguridades informáticas un número de 98 personas, en relación al desarrollo de aplicaciones empresariales un total de 110, con relación a la capacitación un total de 212, referente a la Venta y arrendamiento de equipos un total de 72, en base al análisis, diseño e implementación de redes un total de 75 personas y por último referente al Mantenimiento preventivo y correctivo de equipo un total de 275 personas. Además, se procedió a realizar dos entrevistas a empresarios del Cantón Machala para evaluar la aceptación de esta propuesta.

Se procedió a realizar la entrevista al Ingeniero Juan Carlos Romero Herrera, de profesión Ingeniero en Sistemas, con su negocio **Impreso Publicidad S.A.**, ubicado en la provincia de El Oro, Cantón Machala, calles 4ta Norte e/ Babahoyo y 10 de agosto, la actividad principal del negocio es la impresión de todo tipo de material publicitario (lonas, viniles y demás relacionados), además de la elaboración de letras corpóreas, ya sea en madera o en PVC, posee 6 computadoras interconectadas mediante una red de comunicación de datos, realizan el mantenimiento de la red con proveedor externo, manifiesta que las TIC's juegan un papel muy importante dentro las PYMES hoy en día, la adopción de las mismas dentro de una empresa, ya sea esta pequeña o mediana, obviamente acompañada de capacitación al personal operativo y administrativo, conllevarán a generar todos los factores necesarios para aumentar la competitividad dentro del mercado, conllevando a que la empresa no pertenezca al conglomerado *común*, y que por el



contrario sobresalga de las demás, ha generado soluciones basadas en TIC's logrando ventajas dentro de la empresa, una de las soluciones que primeramente debe ser tomado en cuenta es lo relacionado con la automatización de todo el proceso de venta (sistema ERP), es decir la toma de pedidos, pagos, facturación, garantías, etc, por cuanto esto le permite a la empresa tener un control de todas su operaciones, como puede ser el seguimiento de los pedidos, con lo cual se asegura que el cliente no sufra demoras en la entrega de su producto/servicio, lo que conlleva a una buena experiencia por parte del comprador, generando opiniones positivas respecto a la empresa. Además recalca que la mencionada automatización de las operaciones permite obtener reportes gerenciales al instante, con lo cual se obtiene un mayor sustento en la toma de decisiones, además ha contratado el servicio de instalación de una red de comunicaciones, lo que le ha permitido que todos los equipos informáticos de la empresa se encuentren interconectados, con lo cual se pueden compartir recursos entre todos los usuarios, evitando demoras e inconvenientes en la transferencia de información, en la actualidad menciona que tiene la necesidad de implementar algunas funcionalidades todas ellas son principalmente con el objetivo de mejorar día a día como organización. Una de las ideas que mantiene es la de instalar una central telefónica IP, esto por cuanto a la interna existen diversas situaciones que han derivado en la necesidad de contar con una sistema de estas características, cabe mencionar que en la ciudad de Machala existen empresas que brindan servicios parecidos, pero menciona que no existe una empresa que brinde todos los servicios integrales, lo que genera pérdida de tiempo al momento de contactar a diferentes empresas que brinden una parte del servicio, es decir una empresa que venda los repuestos, otra empresa realiza la instalación, y para finalizar se debe contratar otra empresa para la certificación.

Otra de las entrevistas fue realizada al Licenciado Galo Xavier Ramón Camacho, de profesión Licenciado en Diseño Gráfico, con su negocio **Brain Estudio**, ubicado en la Provincia de El Oro, Cantón Pasaje, calles Machala entre Av. Rocafuerte y 10 de Agosto, la actividad principal del negocio está relacionada con el diseño de campañas publicitarias, así como todo lo relacionado con la provisión de estrategias (mailing, content marketing, diseño de sitios web, entre otros servicios) para el marketing digital, posee 6 computadoras interconectadas mediante una red de comunicación de datos, realizan el mantenimiento de la red con proveedor externo, manifiesta que las TIC's son una herramienta que influyen positivamente dentro de una organización, cada vez y cuando estas sean correctamente configuradas, en la actualidad las tecnologías de la información y la comunicación se encuentran presente en todos los ámbitos, principalmente automatizando procesos manuales y disminuyendo los tiempos en la ejecución de actividades que tomaban tiempos prolongados.

Las soluciones que se han implementado dentro de la empresa fue lo relacionado con la instalación y configuración de la red de datos de la empresa, misma que permitiría compartir los recursos con los que contamos. En lo posterior se requirió la instalación de un sistema para control de las operaciones de la empresa, así como la instalación de un reloj biométrico para el control de personal. Adicionalmente, se instaló un servidor web, con el propósito de brindar el servicio de alojamiento de páginas web. En la actualidad se tiene proyectado brindar el servicio de mailing *envío de información publicitaria por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada*, razón por la cual se requeriría la instalación de un servidor para este propósito, cabe mencionar que en la ciudad de Machala no conozco empresas que brinden este tipo de servicio, en la mayoría de

ocasiones se ha optado por contratar a empresas con domicilio fuera de la ciudad de Machala, deberían existir empresas que brinden este tipo de servicios, por cuanto dentro de la ciudad existen empresas que requieren este tipo de servicios, principalmente los relacionados con configuraciones de servicios en equipos servidores.

Con estos resultados se puede determinar el grado de aceptación del servicio informático integral ofrecido por la empresa.

#### **Capítulo IV: Aspectos Técnicos.**

En el Ecuador como en el resto del mundo, la actualidad técnica y comercial comprende el uso de herramientas de ofimática basadas en el uso de las computadoras. Existen muchas empresas que medianamente mantienen actualizadas en las comunicaciones de informática, inclusive, la gran mayoría funcionan sin esas valiosas herramientas que son las TIC's. El proyecto asiste a estas empresas en cuestión, para que mejoren y supervisen sus sistemas informáticos; y así obtengan un mejor rendimiento en su funcionamiento, lo cual se podrá ver traducido en una mayor productividad, competitividad y calidad de los servicios prestados por la empresa a sus clientes.

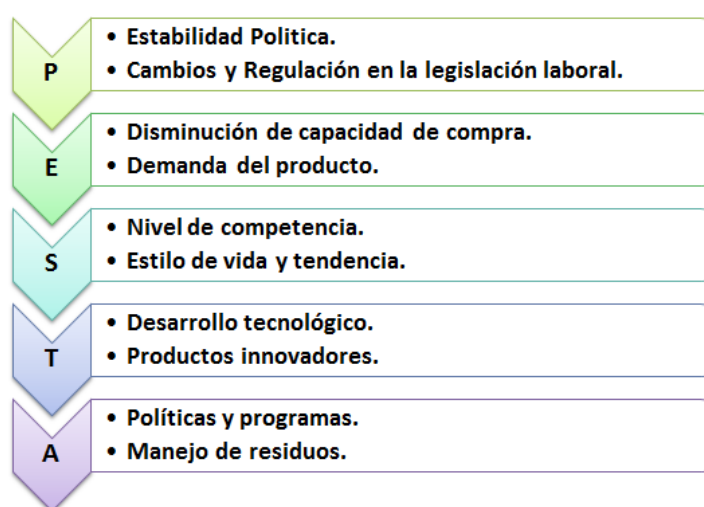
Se debe tener en cuenta que, en la actualidad, las empresas más competitivas tienen los mejores recursos técnicos y tecnológicos y en esa misma medida se preocupan por darles un mejor manejo y aprovechamiento, lo que implica para las empresas que no hacen un adecuado uso de las TIC en sus procesos, que en el futuro

se encuentren relegadas por la competencia, la cual, que, si innova y mantiene actualizados sus equipos de hardware, sus procesos y su software.

## Investigación de Mercado

### Análisis Pesta

De acuerdo al análisis externo y según Pinto (2008) “corresponde al análisis externo que realizan las empresas para conocer su posición actual frente a los factores que se presentan para comercializar sus productos o servicios” (p.125).



**Figura 2**  
Investigación de Mercado - Análisis Pesta

### Aspecto Político

El Estado ecuatoriano tiene como uno de los objetivos principales del Plan Nacional del Buen Vivir, el mejorar la calidad de vida de la población (SENPLADES, 2017); Particularmente en las empresas familiares tanto su rentabilidad como responsabilidad social se ven afectadas cuando los gobiernos cambian sus políticas económicas, es decir no existe estabilidad política, o en un afán populista deciden nacionalizar empresas o cuando las economías empiezan a mostrar inestabilidad y no hay reglas de juego claras para su desarrollo y continuidad. No obstante, han existido diversos factores que han afectado la

economía popular, sin embargo, según lo mencionado por el ministro de Economía Carlos de la Torre al inicio del presente año, en donde mencionó que la economía ecuatoriana tenga un crecimiento aproximado del 2%, lo que como es consabido afecta favorablemente en el análisis realizado.

### **Aspecto Económico**

Uno de los aspectos económicos que afecta directamente a la empresa es lo relacionado con el poder adquisitivo de los potenciales clientes, esto por cuanto un poder adquisitivo alto derivará en una mayor oportunidad para las empresas de que sus productos sean adquiridos, ocurriendo lo contrario en caso de que el poder adquisitivo sea bajo, hay que tener en consideración que el poder adquisitivo está determinado por diversos factores económicos como son: inflación, devaluación de la moneda y otros factores.

Es una ciudad agrícola productiva, industrial y con un gran movimiento comercial y bancario, que se constituye en el polo económico del suroeste ecuatoriano. Su población se dedica en su mayoría a la actividad agrícola, industrial y portuaria, por ello es reconocida internacionalmente como *Capital Bananera del mundo*. La ciudad es el centro político, financiero y económico de la provincia, y uno de los principales del país, alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos y comerciales.

Un aspecto económico importante es lo relacionado con el petróleo, por cuanto los montos obtenidos ingresan directamente dentro del Presupuesto General del Estado (PGE), no obstante, a pesar de que el precio del petróleo se encuentra en constante ascenso, los rubros obtenidos por efecto del mismo, no pueden ser inyectados a nuestra economía, por cuanto el mismo está sirviendo para pagar deudas de años anteriores y para la operación del sector petrolero.

## **Aspecto Social**

Machala es la capital de la provincia de El Oro, cantón agrícola productivo y con gran movimiento comercial y bancario constituyéndose en una de las grandes concentraciones económicas del sur ecuatoriano. Se encuentra formada por siete parroquias urbanas: Machala, La Providencia, Jubones, Jambelí, Puerto Bolívar, 9 de mayo y una rural El Retiro (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Machala (GAD), 2015). La población se dedica a la producción y exportación de banano, otra de las actividades son la siembra y cosecha de camarón (Machala Turístico, 2012). Los resultados del último censo de población y vivienda en el Ecuador, demostraron que el 40.49 % (123.024 habitantes) de la población son hombres y el 41.5% (122.948 habitantes) son mujeres (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2010). Es decir, por cada diez habitantes que viven en la ciudad de Machala, cinco son mujeres, este crecimiento ha sido irregular a nivel espacial por las incidencias de los fenómenos migratorios (UNICEF, 2009).

La Revista Ekos Negocios (2015) describe a Machala como un gran lugar para invertir, por el impulso en la creación de empresas y la generación de fuentes de trabajo a través de los emprendimientos. El espíritu emprendedor de sus habitantes ha contribuido en la generación de empresas tamaño micro que representa el 96% y el 4% como Pymes, aportando el 64% de los ingresos para la provincia. El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES 2015) plantea que el 95% de las personas que realizan algún emprendimiento en el Distrito Machala son mujeres, las mismas han sido capacitadas sobre manejo adecuado de negocios y pertenecen a las asociaciones del sector de la Economía Popular y solidaria con el fin de obtener oportunidades de desarrollo.

La aptitud y capacidad emprendedora del sector comercio ha sido esencial para el crecimiento económico del cantón, sin embargo, se vuelve frágil por las escasas medidas, programas de desarrollo que les permita crecer y consolidar los comercios en función de una participación equitativa entre mujeres y hombres.

### **Aspecto Tecnológico**

Según información publicada el 25 de noviembre del 2016, en el que indica Rene Ramírez, titular de la Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (Senescyt), se refirió a la inversión que se realizó en el campo de tecnología e innovación. Indicó que se invierte el 1,88% del Producto Interno Bruto (PIB), lo que representa alrededor de \$1.900 millones.

En el Ecuador, aunque en los últimos años y de la mano de los últimos gobiernos encontramos avances considerables en tecnología, comparado con otros países de Latinoamérica y el mundo, en el Ecuador existe un atraso tecnológico. Uno de los sectores en los que el país no se ha desarrollado tecnológicamente es el sector agrícola; dando como resultado baja productividad y altos costos en la producción agrícola del país. Los únicos que han podido implementar tecnología han sido los grandes empresarios. El número de empresas que han podido estar al día con la tecnología han sido aquellas que poseen grandes capitales y lamentablemente las PYMES han quedado rezagadas en cuando a la tecnología por no contar en la mayoría de los casos con un capital que les permita adquirir capacitación y tecnología, por otro lado, encontramos una gran resistencia al cambio que produce una difícil adaptación a los cambios de mundo globalizado.

Es así que, con base a lo mencionado en el párrafo precedente, se divisa una oportunidad de emprendimiento, todo esto con el propósito de suplir las carencias tecnológicas de la zona.

## **Aspecto Ambiental**

En los últimos años el tema del Medio Ambiente ha jugado en un papel importante en la concepción de los nuevos emprendimientos, más que todo en lo relacionado al manejo de los desechos, en el caso de INTELSIS, es de suma importancia lo mencionado debido a que uno de los tipos de desechos que se manejarán son los equipos y partes relativos a las computadoras, componentes que requieren un tratamiento especial debido a su naturaleza, razón por la cual se tomarán todas las acciones necesarias para cumplir con la normativa para el efecto.

El auge por la innovación, el desarrollo tecnológico y el consumo parece no tener fin; cada día se producen miles de dispositivos y partes electrónicas que facilitan nuestra vida, pues estamos inmersos en la era de las nuevas versiones, nuevos modelos y nuevas funcionalidades tecnológicas, sin reparar en las consecuencias ambientales y sociales que esto conlleva, generando un conflicto medio ambiental al aumentar desmedidamente los residuos tecnológicos.

De acuerdo a la información del MMSI, en Ecuador ha habido múltiples iniciativas de carácter privado, especialmente de las compañías de teléfonos móviles, que buscan reciclar los aparatos electrónicos. Además, la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL) ha recomendado establecer regulaciones para los aparatos inteligentes en términos de conversión de energías, tipo de enchufes usados y reutilización de los dispositivos; por otra parte, la SUPERTEL busca promover la integración de las tecnologías para la prestación de servicios y el desarrollo de reciclaje y la eliminación segura de los residuos tecnológicos. Desde finales de 2009, además, se viene desarrollando –a través de la empresa Vertmonde– una iniciativa de gestión integral y reciclaje de residuos eléctricos y electrónicos en Quito. Durante el 2011 se volverá a desarrollar esta



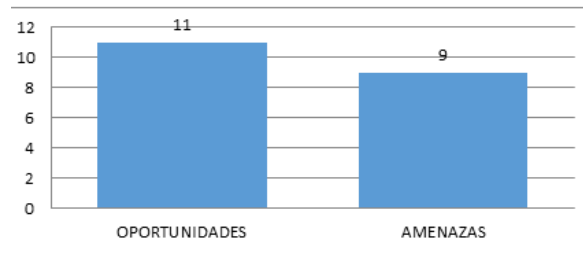
iniciativa en la ciudad de Quito y Guayaquil en el primer semestre. Adicionalmente, se iniciará una campaña de reciclaje con la participación de toda la comunidad comercializadora de equipo tecnológico, en la que se recolectarán los residuos generados por mayoristas y su canal de distribución. Al final de 2011 se espera recolectar más del 90% de los residuos generados o acopiados por esta comunidad, así como contar con una línea base de la cantidad y tipo de residuos generados por este sector, con el fin de implementar el mismo modelo a nivel nacional.

**Tabla 3**  
*Valoración – PESTA.*

Muy Positivo	MP	<b>VALORACIÓN</b>	
Positivo	PO	0 - 5	POCO IMPORTANTE
Indiferente	IN	6 - 10	IMPORTANTE
Negativo	NE	11 - 15	MUY IMPORTANTE
Muy Negativo	MN		

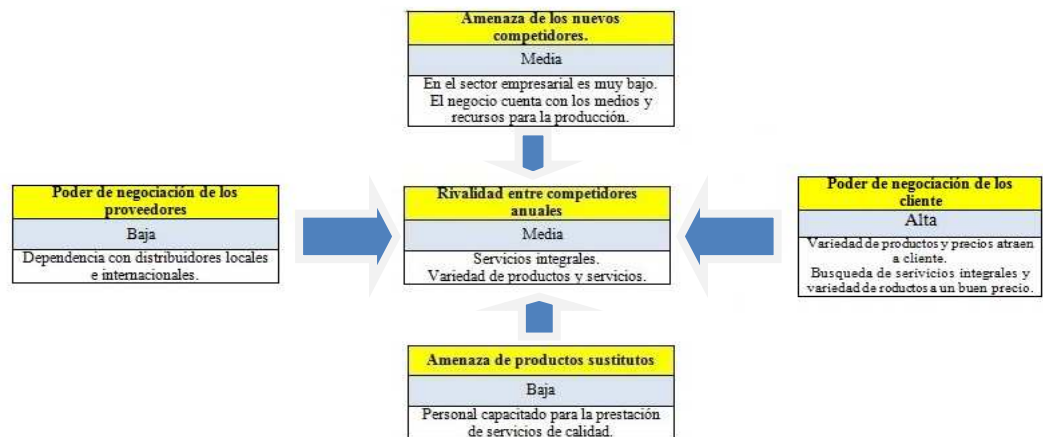
**Tabla 4**  
*Análisis PESTA.*

VARIABLES	VALORACIÓN					OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	MP	PO	IN	NE	MN		
<b>POLÍTICOS</b>							
Estabilidad Política				11			A
Leyes de comercio		8				O	
Cambios y regulación en la legislación laboral					15		A
Impuestos a importaciones		8				O	
<b>ECONÓMICO</b>							
Decrecimiento económico en los últimos años.				4			A
Disminución de capacidad de compra.				11			A
Niveles de salario				5			A
Demanda del producto		13				O	
<b>SOCIAL</b>							
Nivel de competencia	15					O	
Nivel de riqueza		12				O	
Nivel de educación		8				O	
Estilo de vida y tendencias	15					O	
Actitud y opinión del consumidor		13				O	
<b>TECNOLÓGICO</b>							
Desarrollo tecnológico.	15					O	
Velocidad y transferencia de la tecnología		8				O	
Información y comunicación			4			O	
Productos innovadores	15						A
<b>AMBIENTAL</b>							
Políticas y programas			5				A
Manejo de residuos				7			A
Conciencia verde			3				A



**Competencia**  
- **Análisis de**

### las Fuerzas de Porter.



**Figura 3**  
Análisis de la Fuerza de Porter.

### Amenaza de nuevos competidores: Media

Para evitar que nuevos competidores deseen ingresar en el mismo segmento que INTELSIS se va a especializar, se establecen barreras para impedir su ingreso y aminorar así la competencia directa:

- El Sector empresarial es muy bajo.
- El negocio cuenta con los medios y recursos para la producción.

La variedad de servicios integrales y productos que utiliza INTELSIS serán adquiridos en el país por medio de un importador.

El Know How del personal que trabaja en INTELSIS también es un factor importante ya que se encontrará capacitado para brindar una buena atención y

brindar los mejores servicios, con lo que lleva ventaja con relación a la competencia.

### **Poder de negociación de los clientes: Alta**

Esta fuerza se le da el puntaje de alta sustentado con el estudio de mercado en las encuestas que manifestaron en un 80% que se encuentran interesados en adquirirlos servicios integrales y productos, por lo tanto, se considera que existe un número interesante de clientes potenciales que aspiran ser nuestros clientes. Los factores determinantes en esta fuerza se consideran los siguientes:

- Variedad de productos y precios atraen a los clientes.
- Búsqueda de servicios integrales y variedad de productos a un buen precio.

La variedad de productos y servicios atraen clientes, especialmente aquellos que buscan de tener una mejor viabilidad en cada uno de los procesos con la finalidad de dar una buena atención a los clientes, ya que consideran que los buenos resultados brindan oportunidades.

Por otra parte, el cliente también se orienta por precio de acuerdo al estudio de mercado, ya que este público considera que los productos y servicios a brindar tiene su precio considerable, con este factor también va en conjunto con la calidad y presentación que es el enganche para conquistar al cliente potencial.

Se puede decir que si el poder de negociación del cliente es bajo la empresa más atractiva y aumenta el potencial de ganancias para el proveedor, y si el poder de negociación del cliente es alto la empresa es menos atractiva y disminuye el potencial de ganancias para el vendedor. El poder de compra es uno de los factores a tener en cuenta al analizar el entorno estructural de una empresa utilizando el marco teórico de las 5 fuerzas de Porter.

### **Amenaza de productos sustitutos: Baja**

Los servicios integrales que brindará y la diversidad de productos informáticos no se encuentran amenaza directa en la ciudad de Machala, por lo tanto la puntuación asignada es baja, ya que los productos y servicios sustitutos nos están acorde a los avances tecnológicos. El poder de ofrecer servicios de alta calidad, con garantía y con precios competitivos, hace que la empresa, proyecte la capacidad de expandir en el mercado el portafolio de productos y servicios, lo cual le permitirá un éxito y constante crecimiento.

En la ciudad de Machala existe variedad de técnicos de soporte empírico que ofrecen sus servicios, pero carecen de profesionalismo y formalidad a la hora de dar soporte técnico, así mismo existen establecimientos de servicios no estandarizados que incluso obvian dar asesoramiento en cuanto a los derechos que tienen los usuarios como garantías.

### **Poder de negociación de los proveedores: Baja**

El poder de negociación dentro de la ciudad de Machala es Baja por cuanto existe un solo proveedor lo cual permite negociar, pero si se considera los proveedores de la ciudad de Guayaquil es alto, como por ejemplo tenemos a TECNOMEGA, XPC, MEGAMICRO, ECUATELSA, ECUALINUX, ECUAHOSTING en donde tendremos la mejor opción, facilitando la búsqueda del proveedor adecuado. Enfocando a las capacitaciones que brindará INTELSIS, de acuerdo al estudio realizado existe en Machala el personal que puedan brindar los cursos de forma básica pero no existe personal especializado en cada área que requieren las empresas pequeñas y medianas de la ciudad de Machala, pero si se enfoca a los proveedores de la ciudad de Guayaquil en donde existen firmas de

consultoría como por ejemplo: KDECONSULTING y MAINT, cuentan con personal especializado lo cual nos permitirá obtener la mejor opción del proveedor.

### **Rivalidad entre competidores actuales: Media**

Se considera media, porque solo abarcan puntos determinados, dejan espacios alternos en la que puede incursionar INTELSIS, adquiriendo a un mercado potencial que busca calidad y que los producto y servicios llame la atención con la finalidad de mejorar y automatizar cada proceso en las empresas y brindar un mejor servicio, además contar con personal capacitado en cada una de las áreas informáticas.

Mediante el estudio realizado en ciudad de Machala existen empresa si bien es cierto venden equipos de computación los mismos que son comercializados a precios muy elevados, lo cual entraríamos a ser parte de la competencia debido a que ofreceríamos a precios más bajos y con diferentes formas de pago accesibles al cliente, considerando que más adelante nos enfocaremos en la exportación de piezas para proceder al ensamblaje de computadores a precios más accesibles al mercado, entre ellos tenemos TRIONICA, LA MEJOR COMPRA, D&H COMPUTERS, SISCOMIN.

### **Propuesta**

La Empresa INTELSIS contará con un vendedor, dos capacitadores y dos técnicos como empleados; es decir, dedicados exclusivamente a la venta y atención dentro y fuera de la empresa. Adicionalmente se dispondrá de un equipo de especialistas para las diferentes capacitaciones que requieran las empresas en lo relaciones a Tic's.

## **Misión**

Ofrecer una serie de servicios integrales de soporte técnico para equipos de cómputo, con el fin de optimizar el rendimiento y el buen uso de los equipos informáticos, y mejorar los sistemas de información, dirigido empresas pequeñas y mediana de la ciudad de Machala, para lo cual trabajamos con objetivos y metas claras, que permitan generar calidad de vida a nuestros usuarios.

## **Visión**

Ser una de la empresa líder en Soluciones tecnológicas en el ámbito empresarial; referente para nuestros clientes en creatividad, innovación y conocimiento, para lo cual contamos con la mejor tecnología y un excelente factor humano logrando el crecimiento de la empresa y la satisfacción de todos nuestros clientes.

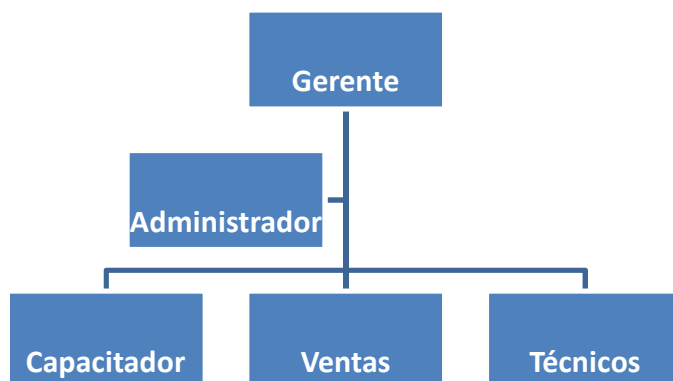
## **Objetivos**

- Brindar soporte y asistencia técnica profesional a las empresas en tiempo real para lograr la máxima satisfacción del cliente.
- Cubrir un 40% de la demanda de asistencia técnica y tecnológica de la ciudad de Machala.
- Reducir en un 40% los costos y los tiempos de producción de las empresas.
- Capacitar el talento humano de las empresas clientes de la ciudad de Machala en el uso adecuado de nuevas tecnologías.
- Evaluar y aprovechar los resultados obtenidos para la generación de nuevas soluciones que permitan una mayor calidad en la prestación del servicio.

- Reducir a un 30% el número de empresas en la ciudad de Machala que no tienen sistematizados sus procesos y que aún no cuentan con un sitio web oficial para el manejo de sus relaciones comerciales.
- Consolidar la empresa como la más sólida y confiable de la ciudad de Machala, con proyección a expandirse en todo el territorio nacional y capaz de asumir retos y garantizar el cumplimiento de los objetivos.
- Implementar políticas ecológicas en el proyecto a fin de contribuir a la conservación del medio ambiente.

### **Organigrama**

A continuación, se muestra el organigrama funcional de la empresa INTELSIS.



**Figura 4** Organigrama de INTELSIS.

### ***Especificaciones de funciones del personal.***

Las especificaciones del personal que laborará en la empresa son las siguientes:

#### **Cargo:** Gerente.

- Aprobar las nuevas contrataciones.
- Representar a la empresa externamente.
- Coordinar las actividades de los cargos administrativos.
- Coordinar el crecimiento de la empresa.

- Garantizar el cumplimiento de la misión de la empresa.
- Venta de servicios del plan de negocios.
- Control de cartera de las ventas.
- Identificación de las nuevas necesidades de los clientes.

**Cargo:** Administrador.

- Garantizar el cumplimiento de los estándares de atención.
- Crear protocolos efectivos de atención.
- Primer nivel de atención de incidentes.
- Registrar los eventos de soporte en la herramienta de administración de incidentes.
- Solución a incidentes remotos.
- Asignación de incidentes a técnicos On site.
- Generar indicadores de gestión.

**Cargo:** Capacitador

**Unidad de Desempeño:** Área de Capacitación y Área Técnica

**Título profesional:** Ingeniero en Sistemas o tecnólogos

**Objetivo del cargo:** Dictar cursos de acuerdo a las necesidades y al área, cumpliendo con las políticas y procesos.

**Principales Funciones:**

- Soluciones sobre la base de elementos tecnológicos (hardware, software y de comunicación), estas soluciones pueden corresponder a planificación, análisis, diseño, construcción, operación, mantenimiento, adaptación y/o implantación de dichos elementos integrados para satisfacer las necesidades de



las empresas, en todos sus niveles de gestión (operativa, táctica y estratégica).

**Habilidades:**

- Utilitarios de Microsoft Office.
- Manejo de correo electrónico
- Manejo de base de datos.
- Conocimientos intermedios de programación.
- Conocimientos intermedios de Redes de Computadoras.
- Conocimientos intermedios de mantenimiento correctivo y preventivo de computadoras e impresoras.

**Competencias:**

- Compromiso.
- Adaptabilidad al cambio.
- Ética.
- Responsabilidad.
- Prudencia.

**Cargo:** Asistente de Ventas

**Unidad de Desempeño:** Ventas

**Título profesional:** Bachiller Técnico con conocimientos en área contable.

**Objetivo del cargo:** Captar y mantener la cartera de clientes, lograr determinados volúmenes de venta, generar una determinada utilidad o beneficio.

**Principales Funciones:**

- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.

- Contribuir a la solución de problemas.
- Administrar su territorio o zona de ventas.

**Habilidades:**

- Conocimientos básicos de equipos y dispositivos informáticos.
- Empatía y confianza.

**Competencias:**

- Compromiso.
- Adaptabilidad al cambio.
- Ética.
- Responsabilidad.
- Prudencia.

**Tipo de Servicios**

Los servicios informáticos permitirán realizar labores con mayor rapidez y eficacia. Sin duda alguna, la introducción y desarrollo de los ordenadores y las redes han cambiado la forma en que vivimos. Inclusive aquellos que no les gusta la tecnología, de vez en cuando disfrutan de las ventajas de ciertos servicios informáticos y admiran la calidad de los servicios que se obtienen. Un sistema informático es un conjunto de partes que funcionan relacionándose entre sí con un objetivo preciso. Sus partes son: hardware, software y las personas que lo usan.

Un sistema informático puede formar parte de un sistema de información; en este último la información, uso y acceso a la misma, no necesariamente está informatizada. Por ejemplo, el sistema de archivo de libros de una biblioteca y su actividad en general es un sistema de información. Si dentro del sistema de

información hay computadoras que ayudan en la tarea de organizar la biblioteca, entonces ese es un sistema informático.

A continuación se detalla la definición de los servicios a prestar y campos de acción.

***Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos informáticos*** Se refiere al mantenimiento que se le puede realizar a un equipo informático (computadora de escritorio, Tablet PC, computador portátil, PDA, impresoras y demás equipos) ya sea preventiva o correctiva; para evitar problemas futuros o de manera correctiva cuando se ha suscitado inconveniente alguno que haya provocado el mal funcionamiento del equipo informático.

***Análisis, diseño e implementación de red de comunicaciones*** Dentro de una institución, sea esta de cualquier tamaño o índole, existe una red de comunicación, misma que para ser implementada se precisa de un estudio que permita conocer los requerimientos de comunicaciones de la organización, todo esto con el objetivo de poder dimensionar los componentes así como de que su diseño sea escalable, ya que como es consabido por lo general las instituciones tienden a crecer y con ello sus requerimientos tecnológicos.

***Leasing y venta de equipos informáticos*** En los entornos domésticos y empresariales es importante tener un aliado tecnológico que provea equipamiento informático, ya sea como venta final o como leasing (arrendamiento), el primero es más común en usuarios domésticos y PYMES, por su naturaleza la inversión en equipo informático no es considerable y los mismo quedarán como activos fijos, en el caso de las grandes organizaciones o corporaciones es usual el leasing debido a que en este tipo de empresas es conveniente siempre tener equipos actualizados, además de que en el momento del leasing no es necesaria una gran inversión inicial, lo que se paga mensualmente es la depreciación del mismo, no obstante en caso de

requerirlo, luego de la finalización del contrato, la entidad contratante puede hacer uso de la opción de compra.

***Capacitaciones online, aula o inhouse*** Como es consabido, el activo más importante de una empresa sea esta de cualquier ámbito, es el recurso humano, ellos son la parte visible del negocio y afectan directamente la experiencia y satisfacción del cliente, es por esto que es muy importante que sean capacitados en áreas que fortalezcan sus capacidades y por ende alcanzar un mejor desempeño en su puesto de trabajo, lo que se traduce en eficiencia y eficacia para la organización, el desarrollo de un trabajador es igual al desarrollo de la empresa, factores directamente proporcionales. Para facilitar este factor, las capacitaciones pueden ser realizadas de diferentes formas, todas estas aprovechando las últimas tecnologías de la educación virtual, esto permitiría ampliar el target del servicio, debido a que el principal impedimento es el horario de las mismas.

***Desarrollo de aplicaciones empresariales en entorno escritorio y web*** Para la óptima realización de las operaciones de una organización siempre es necesaria la utilización de un software que automatice estas tareas, así mismo es importante la identidad virtual del negocio, razón por la cual el diseño de un sitio web es una tarea obligatoria a realizar. Los desarrollos antes mencionados requieren que un estudio para conocer los requisitos de la organización para con esto poder diseñar el producto a su medida y que cubra todas las necesidades.

***Estudios de seguridades informáticas, instalación de IDS e IPS, análisis forenses*** Uno de los principales activos de una empresa es su información, razón por la cual su resguardo, así como su protección es muy importante, toda organización debe tomar medidas para que la misma no sea obtenida por personal que no tenga las credenciales necesarias. Tanto los estudios de seguridades

informáticas, como la instalación de sistemas de detección de intrusos, sistemas de prevención de intrusiones, el análisis forense posterior a algún evento, son factores que se los debe realizar obligatoriamente, debido a que son acciones que permitirán prevenir o mitigar el impacto generado por problemas futuros, así como la de recrear las consecuencias de algún ataque informático. A partir de la información generada por los estudios anteriores se puede afirmar cuan resguardada se encuentra la información.

## **Instalaciones**

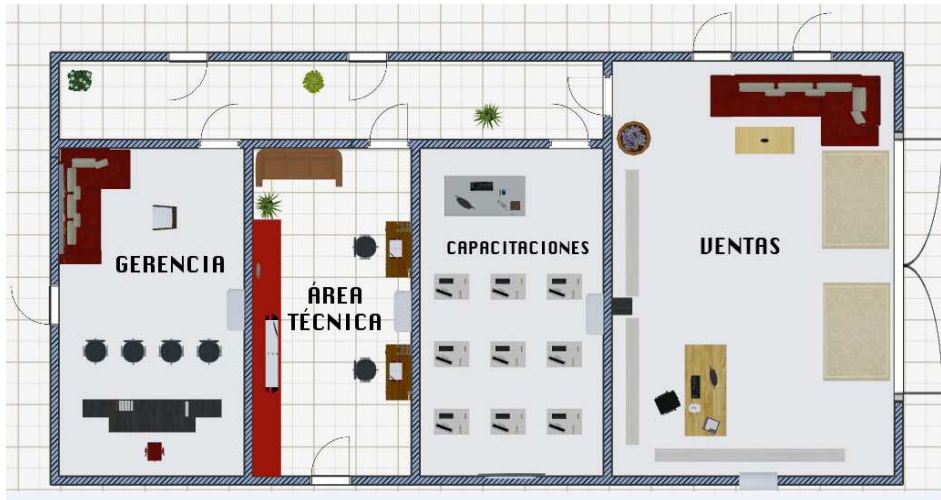
### **Características de la instalación**

Las instalaciones se realizarán en una propiedad alquilada, la misma que se alquilaría por un valor mensual de USD \$ 1,000 sobre una extensión de 200 m2 los mismos que han sido analizados y evaluados como suficientes para poner a disposición de los clientes los diferentes servicios a ofrecer. A continuación, se detalla la descripción de la instalación:

**Tabla 5**  
*Características de Instalación*

<b>AREAS</b>	<b>M2 TOTALES</b>
Gerencia	40 m2
Área Técnica	50 m2
Capacitaciones	50 m2
Ventas	60 m2
<b>Total</b>	<b>200 m2</b>

Distribución del espacio físico de la empresa:



**Figura 5**  
Distribución del espacio.

Distribución del espacio físico de la empresa en 3D:



**Figura 6**  
Distribución del espacio en 3D.

### **Ubicación de la Instalación.**

Al analizar la oferta de este tipo de empresas en el centro de la ciudad de Machala, se puede constatar el hecho de que la oferta es limitada, y la calidad del tipo de negocios muestra una brecha diferencial amplia en comparación con la oferta, nace así la decisión de profundizar en el análisis de iniciar el proyecto en la ciudad de Machala, contando previamente con el análisis de la demanda potencial

de la zona, que es el estudio que corrobora la decisión. Se espera encontrar un terreno disponible dentro de la ciudad de Machala en las calles entre Junín y Páez, con las características necesarias para poder cubrir la demanda esperada por el proyecto.

### **Características del Servicio.**

El esquema del proyecto se caracteriza por ofrecer un servicio integral de soporte técnico para computadoras de las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Machala. Utilizando un modelo de soporte profesional y exitoso con estándares actualmente implementados en las organizaciones, INTELSIS brinda la mejor experiencia en la solución de problemas.

- **Venta Empresarial.** - Consiste en presentar a INTELSIS a las diferentes empresas ofreciendo los servicios. Pasos a seguir:
  - Se procede a solicitar citas a las diferentes empresas de la ciudad de Machala.
  - Se entrega una carta de presentación con su respectiva lista de precios.
  - Se llega a un acuerdo en precio, forma de pago, fecha de pago.
  - Se procede a emitir un contrato.
- **Venta Directa.**- Las personas interesadas acuden directamente a la empresa INTELSIS.

Las áreas de servicios son las siguientes:

### **Área de Ventas**

El área de ventas es la encargada de comercializar los bienes y servicios de los cuales dispone la empresa, tales como: equipos informáticos y demás dispositivos tecnológicos, servicios de capacitación, servicios de asistencia en sitio, así como el

asesoramiento en proyectos tecnológicos, adicionalmente se brindará servicios relacionados con la nube.

Esta área será la encargada de direccionar el flujo de trabajo hacia las diferentes áreas de la empresa, será la cara visible del negocio, por cuanto como se puede observar en la estructura física de la locación, el área mencionada estará en la entrada, esperando la llegada de los clientes, dependiendo del caso derivarlos a uno u otra área. El área antes mencionada estará inicialmente a cargo de una sola persona, en lo posterior y teniendo en consideración el volumen de trabajo, se contratará personal adicional. Así mismo con el objeto de dar a conocer los servicios que brinda la empresa, en la sala de espera de la zona de ventas se colocarán volantes con publicidad acerca de los bienes en comercialización, así como de los servicios ofertados.



**Figura 7**  
Espacio para el Área de Ventas.

### **Área Técnica**

Uno de los servicios de INTELSIS es la de brindar soporte técnico a equipos, ya sean computadoras, impresoras y otros equipos relacionados con la tecnología, el área indicada tendrá una zona donde el cliente se acercará para que se realice la toma de los datos de identificación del equipo, posterior a lo cual se



procederá con la revisión respectiva. Valga recalcar que una de las características principales del negocio es la de que todo trabajo, previo al arreglo del mismo, primero, será revisado y cotizado, para que, dependiendo del resultado obtenido, el cliente indique si se procede con el arreglo o no, en caso de ser negativa la respuesta, sólo se facturará la revisión del equipo, en caso de ser positiva la respuesta, sólo se facturará la reparación del equipo o dispositivo. Adicionalmente, como estrategia de marketing y mecanismos para protección de garantía técnica, se utilizarán cintas de seguridad con el logotipo, nombre, datos de contacto de la empresa, esto generará que algunos clientes en una próxima ocasión tengan en cuenta la empresa para la misma labor de soporte técnico. En el mismo contexto, dentro de esta área se realizarán el ensamblado de los equipos de cómputo que requieran los clientes de la empresa, principalmente las personas que tienen necesidades específicas en sus requerimientos tecnológicos, por cuanto los equipos de cómputo ensamblados deberán cumplir determinadas especificaciones que usualmente no son solicitadas. El objetivo del ensamblado de los equipos con base a las necesidades de los clientes tiene como objetivo el brindarle una asesoría técnica en los proyectos que desee emprender, realizando para esto el estudio de necesidades y en lo posterior las recomendaciones para las mismas.



**Figura 8**

Espacio para el Área Técnica.

## Área de Capacitaciones

El área de capacitaciones se encargará de todas lo relacionado con el servicio de capacitación de la empresa, el mismo se encargará de la planificación, programación y ejecución de los programas de capacitación que brindará la empresa. Las capacitaciones serán dictadas tanto dentro de la empresa como fuera de ella (modalidad inhouse). Todo registro dentro de algún curso tendrá un costo de inscripción, así mismo con el objetivo de cubrir las necesidades específicas de los usuarios en los temas a capacitarse, los cursos se dividirán en niveles, esto con el propósito de que dependiendo de los conocimientos adquiridos, el usuario tenga la oportunidad de enfocarse en los temas en los cuales tenga interés, así mismo, los costos de los cursos tendrán descuentos cada vez y cuando se cumplan determinadas condiciones que impliquen que el usuario a capacitarse demuestra fidelidad para con la empresa.



**Figura 9**  
Espacio para el Área de Capacitaciones.

## **Capítulo V: Plan de Marketing e Inversiones.**

Tal como se ha indicado, el plan de negocios ofrece servicios integrales de asistencia técnica calificada, gestión de procesos informáticos, asesoría en adquisición e implementación de nuevas tecnologías, buenas prácticas en el manejo de datos y capacitación de talento humano, para otras empresas pequeñas y medianas de la ciudad de Machala.

De esta manera se podrá ofrecer:

- Asistencia Técnica.
- Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos informáticos.
- Análisis, diseño e implementación de red de comunicaciones.
- Leasing y venta de equipos informáticos.
- Desarrollo de aplicaciones empresariales en entorno escritorio y web.
- Estudios de seguridades informáticas, instalación de IDS e IPS, análisis forenses.
- Capacitación permanente a los empleados y demás personas que intervienen en la empresa.

- Algunas actividades serán realizables en línea.

Además, dispondrá con los siguientes medios de atención:

- Línea telefónica de atención al cliente
- Sitio web con chat
- Correo electrónico
- Videoconferencias

A través de estos medios se receptorán las contingencias y/o requerimientos de los clientes lo que nos permitirá brindarles asistencia en el menor tiempo posible, el plan de negocios incluye un servicio de atención permanente las 24 horas del día los siete días a la semana, ya que las empresas pueden presentar dificultades en cualquier momento que afectarían inevitablemente su productividad si no se solucionan a tiempo, razón por la cual requerirían de soluciones inmediatas y eficaces. El plan de negocios prestará los servicios por demanda, y también ofrecerá diferentes y acertados paquetes de servicio, con los cuales por determinado monto con frecuencia mensual trimestral, semestral y/o anual podrán acceder a servicios con precios más favorables para el cliente.

### **Análisis Interno.**

#### **Cadena de Valor.**

**Abastecimiento:** INTELSIS realizará las compras a los proveedores de la ciudad de Guayaquil, empresas mayoristas que distribuyen sus productos a distribuidores locales.

El abastecimiento de los productos será de forma mensual y en base a la rotación del inventario, de acuerdo a las necesidades de los clientes y con más frecuencias en temporadas de clases principalmente.

#### **Operaciones – Capacitaciones – Ensamblaje:**

Esta área de capacitaciones se encargará de todo lo relacionado con el servicio de capacitación de la empresa, el mismo se encargará de la planificación, programación y ejecución de los programas de capacitación que brindará la empresa. Además, se tendrá el área de ensamblaje en el que se realizarán el ensamblado de los equipos de cómputo que requieran los clientes de la empresa, principalmente las personas que tienen necesidades específicas en sus requerimientos tecnológicos, por cuanto los equipos de cómputo ensamblados deberán cumplir determinadas especificaciones que usualmente no son solicitadas.

**Distribución y ventas:** Al ser una empresa que ofrece servicios integrales y diversidad de productos se dispondrá de una bodega en donde se almacenaran los productos y además se atenderá en base a requerimientos de los clientes. Además, se contará con un pequeño stock de computadoras, las cuales tendrán como objetivo el alquiler a las empresas que lo requieran. De esta manera el área de ventas y distribución deben coordinar sus actividades en base a los pedidos que deben ser atendidos y distribuidos, por medio del ingreso al sistema para que su despacho sea en máximo 48 horas hacia los diferentes puntos de ventas

**Clientes:** Son las empresas pequeñas y medianas de la ciudad de Machala, que requieren de los servicios integrales y los productos varios. Estos clientes buscan eficiencia y oportunidad en las soluciones (atender y solucionar problemas en el tiempo acordado), se contará con el personal competente siendo este el valor agregado de la empresa.

**Servicio Post-Venta:** Mantener la fidelidad con los clientes, mediante estrategias que permitan obtener mayor diversidad de cartera, cumpliendo las expectativas post—venta de los usuarios.

## **Diagnóstico.**

### **Análisis DAFO.**

La matriz DAFO es una herramienta que sirve para la formulación de estrategias en base a las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades detectadas. Los factores externos fueron evaluados por medio de la matriz EFE, mientras que los factores internos fueron evaluados mediante la matriz EFI. En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para la empresa, como por ejemplo los relacionados con: demanda del producto, nivel de competencia, nivel de riqueza, desarrollo tecnológico y demás factores. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente al desarrollo, las oportunidades representan una ocasión de mejora, son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa, las amenazas pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestro mercado, si se identifica una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad.

En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: conocimiento, experiencia, capacidad de respuesta y demás factores, en definitiva se trata de realizar una autoevaluación identificando los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa, las fortalezas son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas, las debilidades son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar.

DAFO		
I N T E R N O	Fortalezas	Debilidades
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Conocimiento de la materia.</li> <li>2 Programas de promociones e incentivos a los clientes.</li> <li>3 Capacidad de respuesta.</li> </ol>
E X T E R N O	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Demanda del producto</li> <li>2 Nivel de competencia</li> <li>3 Nivel de riqueza</li> <li>4 Estilo de vida y tendencias</li> <li>5 Desarrollo tecnológico.</li> <li>6 Productos Innovadores</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Estabilidad Política</li> <li>2 Cambios y regulación en la legislación laboral</li> <li>3 Disminución de capacidad de compra.</li> <li>4 Productos Innovadores</li> </ol>

**Figura 10**  
Análisis DAFO

### Marketing Mix Propuesto.

#### Producto.

La empresa INTELSIS, ofrecerá un servicio de calidad, el cual será controlado para que se cumplan los objetivos de los clientes, que es lo que crea el compromiso cliente-empresa, además que esto va a generar nuevos clientes que desean un buen servicio, la infraestructura será adecuada para cada uno de los servicios dentro del establecimiento, los productos y servicios que brindará la empresa son:

- Venta y mantenimiento de computadoras.
- Redes de comunicación.
- Diseño de aplicaciones Web.
- Seguridad informática.
- Capacitaciones.
- **Marca.-** El nombre comercial de la empresa será INTELSIS - Inteligencia en Sistemas.
- **Slogan.-** “Más tecnología y más variedad de servicios”.

- **Logotipo.-** En el logo de INTELSIS, es una rueda que representa el desarrollo y el avance de la tecnología.



**Figura 11**  
Logo de INTELSIS.

- **Forma de pago.**

Los pagos podrán ser realizados por los clientes a través de: **Cheques, Transferencias, Tarjeta de Crédito y Efectivo**, esta forma de pago lo podrá hacer todos los clientes en general.

#### **Precio.**

El objetivo al fijar el precio en INTELSIS, es la maximización de participación de mercado utilizando una estrategia de fijación de precio de descremen.

Debido a que INTELSIS no tiene una competencia directa el servicio y los productos tienen un precio que para el segmento al que lo dirigimos es apropiado por las características del mismo.

Los precios se han calculado en función de los costos los cuales cubrirán los costos fijos y costos variables y brindarán un margen de ganancia a la empresa. Los cuales se analizarán más a fondo en los siguientes capítulos.

#### **Plaza.**

La empresa INTELSIS, estará ubicado en el Cantón Machala de la Provincia de Oro, en las calles Rocafuerte entre Junín Y Páez – Zona céntrica, esta ubicación



tiene como ventaja el rápido acceso, servicios básicos de primera, frecuencia de transporte público y ninguna presencia industrial.

### **Promoción y Publicidad.**

Para la promoción y difusión de los servicios que prestará la empresa se aplicará estrategias que permitirán realizar dichos procesos con mayor eficiencia, las mismas que se detallan a continuación:

**Estrategia de promoción:** El objetivo de la estrategia de promoción dirigida a las empresas, es intensificar en una etapa inicial las ventas del servicio en la ciudad de Machala, para ello se realizará:

- Promoción de lanzamiento: Reducción del precio en un 20% para los primeros 50 clientes.
- Cupones de descuento para futuras solicitudes de soporte.
- Obsequio Pad mouse o similar por cada servicio (Hasta agotar existencias.
- Se presupuestan 100 Pad Mouse mensuales
- Convenios con Empresas (Ofertas capacitación Tic's
- Email marketing: Correo directo presentando una oferta especial.
- Participación en exposiciones, seminarios, congresos, ferias, etc.

**Estrategia de Comunicación:** Se desarrollará una campaña de lanzamiento la cual tendrá como objetivo la atracción de clientes, y por supuesto contribuir con el crecimiento de ventas planificado. Como los segmentos de mercado que tiene el plan de negocios son: medianas y pequeñas empresas, las comunicaciones para estos grupos puede variar en cuanto a contenido y en cuanto al medio utilizado. Se utilizarán actividades de comunicación como:

- Publicidad impresa (volantes – vallas publicitarias – carteles - trípticos).
- Cuñas radiales.

- Referidos

*Posicionar el plan de negocios en redes sociales:*

- Facebook.
- Twitter.
- Instagram.
- Avisos relacionados con las búsquedas (Adwords Google).
- Email marketing (planificando envíos de forma inteligente, la intención no es saturar a los clientes, se promocionaran servicios con precios especiales).
- Página web de la empresa.

**Estrategias de Servicio:** Los clientes tendrá a disposición una línea de atención, un sitio Web, un correo electrónico y una línea celular, para poder comunicar sus necesidades.



Figura 12

### **Inversiones.**

La inversión total que el proyecto necesita para la instalación, operación y puesta en marcha de la empresa INTELSIS se estima en USD \$ 26.940,04 que se encuentra constituido en la inversión de activos fijos, de capital de trabajo y en gastos diferidos. Referente al capital de trabajo se ha considerado la necesidad de presupuestar un capital para un trimestre con el fin de poder cubrir costos de servicios totales que abarca costos del personal y de otros gastos.

### **Activos fijos.**

Constituye todos los muebles y enseres, equipos de computación y demás equipos necesarios para llevar a cabo las operaciones de la empresa.

En la tabla presentada, se puede observar el valor total de los activos que asciende a USD \$8,070.00 que corresponden a los equipos para la realización de cada uno de los procesos y para brindar una buena atención a los clientes tanto internos como externos. Además, se observa sus respectivas depreciaciones para cada activo.

**Tabla 6**  
*Detalle del Activo Fijo.*

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS						
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	Vida útil	depreciacion anual %	DEPREC. ANUAL
5	ESCRITORIOS DE OFICINA	\$ 123,00	\$ 615,00	10	10%	\$ 55,35
30	ESCRITORIOS PARA COMPUT	\$ 60,00	\$ 1.800,00	10	10%	\$ 162,00
3	LAPTOPS	\$ 650,00	\$ 1.950,00	3	33%	\$ 433,33
2	TELEFONO INALAMBRICO	\$ 45,00	\$ 90,00	3	33%	\$ 20,00
1	ROUTER	\$ 58,00	\$ 58,00	3	33%	\$ 12,89
2	AIRE ACONDICIONADO SPLIT	\$ 600,00	\$ 1.200,00	3	33%	\$ 266,67
1	IMPRESORA MULTIFUNCION	\$ 250,00	\$ 250,00	3	33%	\$ 55,56
35	SILLAS GIRATORIAS	\$ 40,00	\$ 1.400,00	10	10%	\$ 126,00
1	MESA RECTANGULAR	\$ 89,00	\$ 89,00	10	10%	\$ 8,01
4	DISPENSADOR DE AGUA	\$ 62,00	\$ 248,00	8	13%	\$ 27,13
2	EXTINTORES	\$ 35,00	\$ 70,00	10	10%	\$ 6,30
2	SOFA	\$ 150,00	\$ 300,00	10	10%	\$ 27,00
			<b>\$ 8.070,00</b>			<b>\$ 1.200,23</b>

### **Activos diferidos.**

Los gastos diferidos para el presente trabajo constan de patente, permisos municipales y de bombero, registro sanitario y seguros, representando un gasto de USD \$1.927, valor que debe considerarse al momento de la inversión inicial.

**Tabla 7***Detalle del Activo Diferido.*

<b>GASTOS DIFERIDOS</b>			
<b>Descripcion</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unita</b>	<b>Total</b>
Patente (Nombre de la empresa)	1	\$ 477,00	\$ 477,00
Permisos municipales y bombero	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Registro sanitario	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Seguros	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.927,00</b>

**Financiamiento.**

Dadas las características del proyecto, se prevé que la inversión del mismo debe de realizarse a través de capital propio que representa el 40% del total de la inversión y con un crédito bancario que representa el 60% de la inversión total, el mismo que se realizará mediante la CFN con una tasa de interés del 9.24% anual, al monto de \$16.164,03 y que genera un gasto financiero de \$4.743,77 pagaderos en 5 años.

**Tabla 8***Detalle de la Inversión.*

<b>FINANCIAMIENTO DE INVERSION INICIAL</b>		
APORTACIÓN DE CAPITAL	40%	\$ 10.776,02
PRESTAMO BANCARIO	60%	\$ 16.164,03
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 26.940,04</b>

**Tabla 9***Detalle del Financiamiento.*

<b>CUOTA</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
<b>0</b>				\$ 16.164,03
1	\$ 4.181,56	\$ 1.493,56	\$ 2.688,00	\$ 13.476,02
2	\$ 4.181,56	\$ 1.245,18	\$ 2.936,37	\$ 10.539,65
3	\$ 4.181,56	\$ 973,86	\$ 3.207,70	\$ 7.331,95
4	\$ 4.181,56	\$ 677,47	\$ 3.504,09	\$ 3.827,86
5	\$ 4.181,56	\$ 353,69	\$ 3.827,86	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.907,80</b>	<b>\$ 4.743,77</b>	<b>\$ 16.164,03</b>	

**Presupuesto de ingresos**

Para determinar el ingreso del proyecto, se tomaron en cuenta los precios por el servicio integral tecnológico considerando la fórmula:

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo del servicio}}{1 - \text{Margen de Ganancia}}$$

**Tabla 10**  
*Precios por Servicio*

Servicio	2018	2019	2020	2021	2022
Costo del servicio	\$ 212,60	\$ 226,58	\$ 229,84	\$ 233,11	\$ 236,40
Precio del servicio	\$ 531,50	\$ 566,45	\$ 574,60	\$ 582,78	\$ 591,00

El precio se determinó con un margen del 60%, lo que permitió obtener los siguientes niveles de ingresos en dólares por servicios integrales:

**Tabla 11**  
*Ingresos*

PRODUCTO	2018	2019	2020	2021	2022
Servicios Tecnológicos	\$ 71.753,10	\$ 76.470,33	\$ 77.570,85	\$ 78.675,56	\$ 79.784,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 71.753,10</b>	<b>\$ 76.470,33</b>	<b>\$ 77.570,85</b>	<b>\$ 78.675,56</b>	<b>\$ 79.784,60</b>

Por lo tanto, los ingresos en base al margen de contribución representan \$71.753,10 para el año de lanzamiento, incrementándose a \$76.470,33 en el año intermedio de la proyección y concluyendo con \$79.784,60 en el año 5 considerando inflación promedio.

### **Presupuesto de costos y gastos.**

#### **Costos Fijos y variables.**

Dentro de este rubro se ha presupuestado los costos por mano de obra que corresponden al trabajo realizado en cada servicio integral brindado, por otro lado, están otros gastos que cubren ciertos gastos indirectos que para el presupuesto se ha establecido al internet por existir las capacitaciones on line; ambos rubros corresponden a los costos internos de la empresa conocidos como los costos variables del servicio. Referente a los costos o gastos externos están los gastos administrativos y de ventas; en los primeros se encuentran los gastos del personal administrativo, alquiler del local y los servicios básicos. Respecto a los gastos de

ventas se consideró al sueldo del vendedor, a los gastos de lanzamiento y al presupuesto de marketing.

**Tabla 12**

*Detalle del Costo Fijo y Variable.*

COSTOS FIJOS Y VARIABLES						
DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
Costos de MOD	\$ 27.501,24	\$ 29.344,09	\$ 29.738,64	\$ 30.133,19	\$ 30.527,74	\$ 147.244,92
Otros gastos (CIF)	\$ 1.200,00	\$ 1.244,04	\$ 1.289,70	\$ 1.337,03	\$ 1.386,10	\$ 6.456,86
Gastos Administrativo	\$ 31.167,10	\$ 32.186,10	\$ 32.433,55	\$ 32.689,26	\$ 32.953,53	\$ 161.429,54
Gastos de Ventas	\$ 7.903,83	\$ 6.785,35	\$ 6.971,32	\$ 7.157,30	\$ 7.343,27	\$ 36.161,07
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 67.772,17</b>	<b>\$ 69.559,58</b>	<b>\$ 70.433,21</b>	<b>\$ 71.316,78</b>	<b>\$ 72.210,64</b>	<b>\$ 351.292,38</b>

Referente a los costos por servicio que se obtienen de sumar los costos por la mano de obra de los técnicos y capacitadores más otros gastos indirectos en los que se incurre para brindar el servicio da como resultado los siguientes costos unitarios considerando que se atienden a 135 clientes por año.

**Tabla 13**

*Costos por Servicio*

PRESUPUESTO DE COSTO TOTAL					
DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022
Mano de obra	\$ 27.501,2	\$ 29.344,1	\$ 29.738,6	\$ 30.133,2	\$ 30.527,7
Otros gastos	\$ 1.200,0	\$ 1.244,0	\$ 1.289,7	\$ 1.337,0	\$ 1.386,1
<b>Costo Total</b>	<b>\$ 28.701,2</b>	<b>\$ 30.588,1</b>	<b>\$ 31.028,3</b>	<b>\$ 31.470,2</b>	<b>\$ 31.913,8</b>
Unidades a producir	135	135	135	135	135
<b>Costo de servicio tecnológico</b>	<b>\$ 212,60</b>	<b>\$ 226,58</b>	<b>\$ 229,84</b>	<b>\$ 233,11</b>	<b>\$ 236,40</b>

### Gastos Administrativos.

Para hacer frente a este rubro se ha presupuestado los gastos en los que se incurre para el pago del personal administrativo y el alquiler, gasto de energía eléctrica, agua y teléfono, obteniendo como resultado gastos de \$31.167,10 para el primer año, incrementando a \$32.953,53 hasta el último año proyectado.

**Tabla 14**

*Detalle del Gasto Administrativo.*

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS						
DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
GERENTE	\$ 12.366,02	\$ 12.775,40	\$ 12.786,70	\$ 12.798,00	\$ 12.809,30	\$ 63.535,42
ADMINISTRADOR	\$ 9.291,08	\$ 9.683,80	\$ 9.695,10	\$ 9.706,40	\$ 9.717,70	\$ 48.094,08
ALQUILER	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 18.000,00
ENERGIA ELECTRICA	\$ 3576	\$ 3.707,24	\$ 3.843,29	\$ 3.984,34	\$ 4.130,57	\$ 19.241,45
AGUA	\$ 1494	\$ 1.548,83	\$ 1.605,67	\$ 1.664,60	\$ 1.725,69	\$ 8.038,79
TELEFONO	\$ 840	\$ 870,83	\$ 902,79	\$ 935,92	\$ 970,27	\$ 4.519,80
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 31.167,10</b>	<b>\$ 32.186,10</b>	<b>\$ 32.433,55</b>	<b>\$ 32.689,26</b>	<b>\$ 32.953,53</b>	<b>\$ 161.429,54</b>

### Sueldos y Salarios.

El siguiente cuadro muestra la nómina de empleados con su respectiva remuneración anual donde se incluye beneficios sociales:

**Tabla 15**

*Detalle del Sueldo y Salario.*

SUELDOS Y SALARIOS						
DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
GERENTE	\$ 12.366,02	\$ 12.775,40	\$ 12.786,70	\$ 12.798,00	\$ 12.809,30	\$ 63.535,42
ADMINISTRADOR	\$ 9.291,08	\$ 9.683,80	\$ 9.695,10	\$ 9.706,40	\$ 9.717,70	\$ 48.094,08
VENTAS	\$ 6.178,84	\$ 6.545,35	\$ 6.731,32	\$ 6.917,30	\$ 7.103,27	\$ 33.476,08
CAPACITADOR 1	\$ 7.751,67	\$ 8.126,70	\$ 8.138,00	\$ 8.149,30	\$ 8.160,60	\$ 40.326,27
CAPACITADOR 2	\$ 7.751,67	\$ 8.126,70	\$ 8.138,00	\$ 8.149,30	\$ 8.160,60	\$ 40.326,27
TECNICO 1	\$ 5.998,95	\$ 6.545,35	\$ 6.731,32	\$ 6.917,30	\$ 7.103,27	\$ 33.296,19
TECNICO 2	\$ 5.998,95	\$ 6.545,35	\$ 6.731,32	\$ 6.917,30	\$ 7.103,27	\$ 33.296,19
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 55.337,18</b>	<b>\$ 58.348,64</b>	<b>\$ 58.951,76</b>	<b>\$ 59.554,89</b>	<b>\$ 60.158,02</b>	<b>\$ 292.350,49</b>

Tanto el gerente como el administrador poseen un sueldo mensual de \$800 y \$600 respectivamente, más el pago de los beneficios correspondiente como indica la ley, mientras que en el encargado de ventas y técnicos se les otorgó el rubro de un salario básico unificado, mismo factor que se va incrementando conforme se ha proyectado en base a datos históricos. Referente al capacitador se establecieron sueldos por \$500 mensuales.

### **Flujo de efectivo**

Mediante el estado de flujo de caja se puede determinar si el proyecto ha generado flujos de efectivo positivos durante el periodo proyectado, por lo tanto, puede cumplir con sus obligaciones financieras así como los otros gastos que intervienen en sus casos. El proyecto requiere una inversión de \$26.940,04, con un préstamo bancario que cubre \$16.164,03, cuyos ingresos van de \$71.753,10 hasta el término de periodo incrementa a \$79.784,60 referente a los gastos pueden ser cubiertos con los ingresos del proyecto, teniendo un flujo positivo de \$18.66, 42 en el primer año, mientras que en el 2022 el flujo es de \$30.924,31.

**Tabla 16**

*Estado de Flujo de Caja*

DETALLE	AÑO 0	2018	2019	2020	2021	2022
Saldo Inicial		\$18.870,04	\$18.669,42	\$21.398,62	\$24.354,69	\$27.531,90
Ingresos por ventas		\$71.753,10	\$76.470,33	\$77.570,85	\$78.675,56	\$79.784,60
Préstamo bancario	\$16.164,03					
<b>Total ingreso</b>	<b>\$16.164,03</b>	<b>\$90.623,15</b>	<b>\$95.139,75</b>	<b>\$98.969,46</b>	<b>\$103.030,25</b>	<b>\$107.316,51</b>
Inversión	\$26.940,04					
Pago MOD		\$27.501,24	\$29.344,09	\$29.738,64	\$30.133,19	\$30.527,74
Otros gastos (cif)		\$1.200,00	\$1.244,04	\$1.289,70	\$1.337,03	\$1.386,10
Pago Gastos Administrativo		\$31.167,10	\$32.186,10	\$32.433,55	\$32.689,26	\$32.953,53

**Tabla 17**  
*Flujo de Efectivo Neto*

<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>					
<b>Inversion Inicial</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
\$ (26.940,04)	\$ 18.669,42	\$ 21.398,62	\$ 24.354,69	\$ 27.531,90	\$ 30.924,31

**Estado de Resultados.**

El Estado de Resultado de la empresa INTELSIS refleja los ingresos operacionales provenientes de la venta del servicio integral a ofrecer, así como los egresos operacionales y no operacionales.

La diferencia entre los ingresos y egresos permite determinar la utilidad operacional, de la cual, se descuentan los impuestos, se obtiene la utilidad que genera la empresa en un período de tiempo

**Tabla 18**  
*Estado de Resultados del Proyecto*



DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS TOTALES	\$ 71.753,10	\$ 76.470,33	\$ 77.570,85	\$ 78.675,56	\$ 79.784,60
COSTO DE VENTA	\$ 28.701,24	\$ 30.588,13	\$ 31.028,34	\$ 31.470,22	\$ 31.913,84
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 43.051,86</b>	<b>\$ 45.882,20</b>	<b>\$ 46.542,51</b>	<b>\$ 47.205,33</b>	<b>\$ 47.870,76</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 31.167,10	\$ 32.186,10	\$ 32.433,55	\$ 32.689,26	\$ 32.953,53
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.903,83	\$ 6.785,35	\$ 6.971,32	\$ 7.157,30	\$ 7.343,27
GASTOS DE INTERES	\$ 1.493,56	\$ 1.245,18	\$ 973,86	\$ 677,47	\$ 353,69
GASTOS DEPRECIACIÓN	\$ 1.200,23	\$ 1.200,23	\$ 1.200,23	\$ 1.200,23	\$ 1.200,23
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 1.287,15</b>	<b>\$ 4.465,34</b>	<b>\$ 4.963,54</b>	<b>\$ 5.481,07</b>	<b>\$ 6.020,04</b>
15% PARTIC. TRABAJADORES	\$ -	\$ 669,80	\$ 744,53	\$ 822,16	\$ 903,01
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>\$ 1.287,15</b>	<b>\$ 3.795,54</b>	<b>\$ 4.219,01</b>	<b>\$ 4.658,91</b>	<b>\$ 5.117,03</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ 835,02	\$ 928,18	\$ 1.024,96	\$ 1.125,75
<b>UTILIDAD ANTES DE R.L.</b>	<b>\$ 1.287,15</b>	<b>\$ 2.960,52</b>	<b>\$ 3.290,83</b>	<b>\$ 3.633,95</b>	<b>\$ 3.991,29</b>
10% DE RESERVA LEGAL	\$ -	\$ 296,05	\$ 329,08	\$ 363,40	\$ 399,13
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 1.287,15</b>	<b>\$ 2.664,47</b>	<b>\$ 2.961,74</b>	<b>\$ 3.270,56</b>	<b>\$ 3.592,16</b>

Como puede observarse en el Estado de Resultados del proyecto al cabo del primer año se obtiene una utilidad de \$1.287,15, mientras que al término del 2022 se ha incrementado la utilidad a \$3.592,16; cabe destacar que por iniciar las actividades no se consideran rubros como: participación de trabajadores, impuesto a la renta y no se realiza reserva legal, sino hasta el segundo año.

### **Factibilidad privada TIR, VAN y PRI.**

#### **Tasa interna de retorno (TIR)**

La TIR es la tasa de interés que convierte en cero al valor actual neto de los flujos del proyecto, esto equivale a decir que la TIR encuentra el rendimiento anual (promedio) de la inversión. De acuerdo al criterio de la tasa interna de retorno, el proyecto es aceptable si esta tasa es mayor al costo promedio del capital que para este caso se aplicó la tasa mínima atractiva de rendimiento.

En el presente proyecto resulta viable financieramente debido a que la TIR del proyecto es del 75% y la TMAR es del 14,12%, es decir, es mayor.

### **Valor Actual Neto (VAN)**

El VAN es un método utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital mediante la determinación del valor presente de los flujos futuros de efectivo descontado a la tasa de descuento exigida por la empresa.

En el presente estudio el proyecto resulta viable financieramente debido a que el VAN del proyecto es de USD \$ 54.442,04 siendo mayor a cero.

### **Período de recuperación de la inversión (PRI)**

El período de recuperación de la inversión es de un año y un trimestre aproximado para recuperar el valor de la inversión indicado anteriormente, por lo cual se puede concluir que es viable financieramente el proyecto.

**Tabla 19**

*Detalle del VAN, TIR, PRI, TMAR*

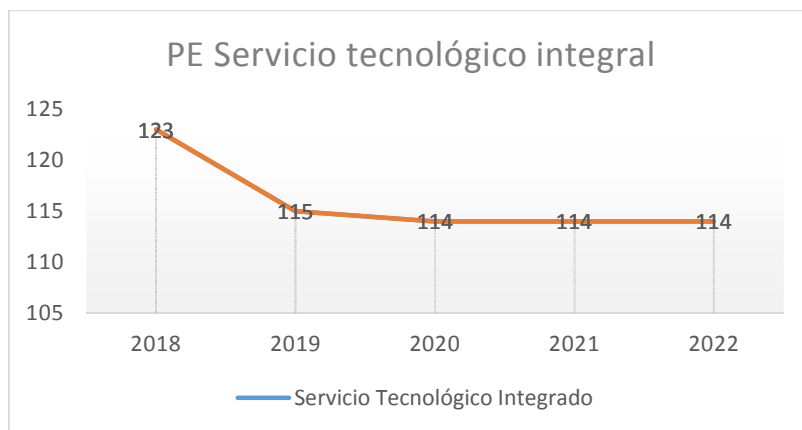
<b>VARIABLES</b>	<b>VALORES</b>
<b>VAN</b>	\$ 54.442,04
<b>TIR</b>	75%
<b>PRI</b>	1,44
<b>TMAR</b>	14,12%

### **Punto de equilibrio.**

Es el nivel donde las unidades vendidas cubren los costos y a partir del cual las ventas adicionales producirán una utilidad. Con la finalidad de determinar la cantidad idónea de unidades que debe vender se aplica la fórmula de punto de equilibrio:

$$Unidades = \frac{Utilidad + Costos\ fijos}{Precio - costo\ de\ venta}$$

El resultado es que se debe vender 123 unidades en el primer año disminuyendo 114 unidades de servicio integral en el último año proyectado, estas unidades van disminuyendo debido a que se van cancelando valores del crédito y la empresa va consolidándose en el tiempo.



**Figura 13**  
Punto de equilibrio.

**Tabla 20**  
*Detalle del Punto de Equilibrio.*

Punto de equilibrio en unidades al año					
Servicio	2018	2019	2020	2021	2022
Servicio Integral tecnológico	123	115	114	114	114
<b>TOTAL</b>	<b>123</b>	<b>115</b>	<b>114</b>	<b>114</b>	<b>114</b>

## Responsabilidad Social

Sin duda el empresario tiene un papel importante en el desarrollo económico y social de sus comunidades. Al ser parte integrante de toda sociedad, se encuentra comprometido a actuar de manera responsable y sostenible. La responsabilidad social de la empresa (RSE) es el nombre que se utiliza con más frecuencia para designar una multitud de iniciativas innovadoras y positivas por parte de las empresas tanto en el mercado como en la comunidad en sentido amplio. La Organización Internacional de Estandarización se refiere a este tema, definiendo que los elementos de actividades, productos o servicios de una organización interactúan con el ambiente, de esto se genera un impacto socio económico (Normas y Certificación ISO 14.000, 2005 – GESTION AMBIENTAL).

Resaltando que las funciones que realiza la empresa se destaca una realidad económica que constituye uno de los pilares fundamentales del sistema económico en la actualidad. La dimensión social de la empresa, crea empleo y genera riqueza.

Es así como se pretende en este capítulo detallar la forma en que el proyecto aporta con la sociedad, su impacto social directo, a través del efecto multiplicador de empleo, ingreso y desarrollo.

La clasificación del tipo de aporte que la empresa INTELSIS busca ofrecer a su entorno será:

- Ser amigable con el medio ambiente
- Ser comprometido con temas sociales

**Amigable con el medio ambiente.**

La empresa INTELSIS preocupada por el medio ambiente contribuirá con el ecosistema de la siguiente forma:

- **Naturaleza.-** Se tendrá una planta en las instalaciones, ya que además de decorar, produce oxígeno el cual compensará las emisiones de anhídrido carbónico.
- **Reciclaje.-** Se colocará dentro la empresa tachos para desechos con leyendas de reciclaje, así como también se elaborará un plan para el manejo de los desechos tecnológicos, como es consabido este tipo de desechos no puede tener el mismo tratamiento que los desechos comunes.
- **Uso de luces de bajo consumo.-** En la elección de focos compactas fluorescentes o LED que tienen un tiempo de uso mayor y consumen menos energía respecto a los focos incandescentes.
- **Botellas PET.-** Se comprará aguas y jugos que tengan el símbolo de reciclaje PET, los cuales serán entregados a los centros de acopio especializados.

### **Comprometido con temas sociales.**

A continuación se presentan los impactos sobre la seguridad y la calidad de vida de los usuarios finales, a través de un desarrollo social.

#### **a) Aportes al cliente**

- Brindar soluciones tecnológicas para la automatización de los procesos que se realizan en las empresas.
- Ser un aliado tecnológico para con la comunidad.

#### **b) Aportes a sus colaboradores**

- A través de la generación de empleo, considerando a su talento humano como esencial, se lo capacita continuamente en el rol que desempeña, siendo una relación de ganar-ganar. Teniendo un colaborador a gusto con labor, donde se contará con elementos invaluable a la hora de brindar el servicio. Con ello además, se aumentará la competitividad; “La única cosa que hace a una organización competitiva y sostenible, es lo que sabe y con qué rapidez puede saber cosas nuevas” (Prusak, 1996).
- Brindando un ambiente agradable, donde el colaborador se sienta en armonía para realizar sus labores. A través de la distinción de *empleado del mes* se evaluará constantemente a los colaboradores en cuanto a eficiencia y eficacia con la que desarrollan sus actividades, en aras de poder así animarlos a ser mejores, con incentivos de que al final del mes puedan contar con tarjetas de obsequio de algún servicio o producto que ofrezca la empresa.

## **Conclusiones**

La empresa INTELSIS, está dirigida a pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Machala que buscan dar solución y automatizar cada uno de los procesos con la finalidad de dar agilidad a cada uno de ellos. Este plan de negocio presenta grandes posibilidades competitivas y de crecimiento a futuro, ya que el mundo tecnológico evoluciona y crece a pasos agigantados y en la misma medida crece la demanda de los servicios proyectados por esta empresa.

En la actualidad no existe una empresa que brinde estos servicios de forma integral similar al planteado por la autora de este proyecto, que tenga la característica de tener todos los servicios, ofreciéndoles la oportunidad de minimizar costo y tiempo

en la automatización de los procesos, además que tenga la oportunidad de contar con mano de obra especializada, siendo éste el valor agregado del proyecto.

Para lograr los objetivos de este proyecto se realizó una encuesta a las empresas pequeñas y mediana de la ciudad de Machala, donde los resultados que se obtuvieron muestran que los servicios al ser ofertados por la empresa tendrían su nicho dentro del mercado por cuanto existe la necesidad y el interés por parte de los potenciales clientes.

Finalmente se realizó un análisis de financiero para determinar la factibilidad del proyecto, donde se concluyó con los siguientes resultados:

La inversión inicial del proyecto será de USD \$ 26,940.04 la cual será financiada 40% de capital propio y el 60% restante mediante un préstamo de un Banco local a 5 años a una tasa nominal anual del 9.24%.

Los resultados de la evaluación financiera para el servicio de la empresas INTELSIS, tomando en cuenta que una parte del capital a invertir será financiado, determinó que los flujos netos de fondos generados por la empresa en sus 5 primeros años de operación llevados al valor presente arrojan como resultado un VAN positivo de USD \$ 54,442.04 demostrando que el proyecto es económicamente viable.

La obtención de un VAN mayor a cero muestra que la tasa interna de retorno es mayor que la tasa mínima exigida para la inversión, teniendo para este proyecto una la TIR de 75%.

Este plan de negocio es viable tanto financiera como técnicamente en la ciudad de Machala, ya que se debe tener en cuenta que el uso de las tics reduce en una medida muy importante tanto los costos como los tiempos de producción y respuesta de productos o servicios, situación que se convierte en una gran ventaja puesto que es un plan de negocio basado exclusivamente en el uso de las Tic's, con un gran crecimiento económico.

Basándose en lo anterior, también se puede concluir teniendo en cuenta el análisis de la competencia, que este plan de negocio ofrece grandes oportunidades para esta empresa, ya que el mayor porcentaje de competencia en la ciudad de Machala no presta servicios garantizados con estándares de calidad que le permitan estar a la vanguardia del mercado como se pretende con este proyecto, pues en gran medida está compuesto por personal no profesional, y no existen muchas empresas reconocidas que garanticen y respalden la prestación de servicios de asistencia en tics de calidad, sino que son ofrecidos por personas que en muchas oportunidades se basan en conocimientos empíricos, lo que le genera a este plan de negocio la posibilidad de incursionar en el mercado como una empresa innovadora, 100% confiable, competitiva, con gran proyección y respaldo, y con un fin social y ecológico con miras a convertirse en una empresa líder a nivel nacional en la prestación de servicios de asistencia en nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.



### **Recomendaciones.**

Crear la empresa INTELSIS, captando 6% de participación del mercado pequeña y mediana empresa de la demanda insatisfecha existente en el centro de la ciudad Machala, lugar donde funcionará la empresa, continuamente se debe dar a conocer de manera transparente la ubicación de la empresa, horarios y servicios demostrando que no es una figura ficticia, brindando la suficiente confianza, realizar un adecuado proceso de selección de personal, contratando a los mejores candidatos, de modo que su participación en la empresa genere los mejores resultados.

Diseñar estrategias que permitan a la empresa adaptarse rápidamente a un entorno cambiante, minimizando el riesgo de obtener pérdidas en su periodo de operación, además construir una cultura organizacional de servicio y una estructura orientada a los clientes como parte integral del negocio, construyendo relaciones a largo

plazo, manteniendo la prestación de los servicios con estándares de calidad de manera sostenible y que satisfagan las necesidades y expectativas. La permanencia en el mercado depende de la lealtad del cliente.

Se debe contar con los mecanismos, canales y espacios adecuados para desarrollar una interacción eficaz, oportuna y constructiva que permita una comunicación confiable y permanente para dar cumplimiento a la promesa de servicio pactada con los clientes, se deben analizar de manera estructurada las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, efectuar evaluaciones permanentes encaminadas a mejorar el servicio de los clientes, de modo que se logre su fidelidad hacia la empresa.

Mejorar y/o desarrollar nuevos servicios y productos ampliando la oferta de los mismos, permitiendo diversificar el riesgo, con el fin tener un mayor ámbito de acciones en la ciudad de Machala de la Provincia de El Oro.

Se recomienda que se implemente la propuesta en la creación de la empresa INTELSIS, debido a que el proyecto es rentable y además se cuenta con el área y la liquidez necesaria para llevarlo a cabo.

## **Referencias Bibliográficas**

- Alicia, R. E. (2016). Tecnología de Información y Comunicación en las Organizaciones. México: Publicaciones Empresariales UNAM. FCA. Publishing.
- Almoguera, J. (2009). Manual práctico del emprendedor. Madrid: Megaconsulting, S.L.
- Blake, O. (2011). La Capacitación. Macchi.
- Chiavenato, I. (22 de 08 de 2006). Introducción a la Teoría General de la Administración. México: Mc Graw Hill. Recuperado el 20 de 11 de 2017, de Las principales teorías administrativas y sus enfoques.
- Cuello, J. (2013). Diseñando Apps para móviles. Catalina Duque Giraldo.
- Dessler, G. (2001). Administración de Personal. Mexico: PEARSON. Obtenido de Administración de recursos humanos.

- Drucker, P. (2006). Drucker para todos los días. En P. F. Drucker, 366 días de reflexión clave para acertar en su negocio (pág. Bogota). Grupo Editorial Norma.
- Escobar, A. (06 de 08 de 2014). El uso de las TICS en las PYMES ecuatorianas. PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA - ECUADOR, pág. 117.
- Fong, C. (2005). La Teoría de Recursos y Capacidades. México: D.R.
- Fonseca Pinto, E. (2013). Desarrollo e implementación de las TICS en las PYMES . Revista FIR, FAEDPYME International Review, pp. 49 - 59.
- Fraile, S., & Martin, S. (2012). EL LEASING. EL LEASING Y EL RENTING, 21.
- Gallaga, R. (02 de 04 de 2008). Teoría de las relaciones humanas. Recuperado el 26 de 11 de 2017, de Teoría de las relaciones humanas:  
<http://www.monografias.com/trabajos14/relaciones-humanas/relaciones-humanas.shtml>
- Guzmán, G., Guzmán, M., & Fuentes, R. (2015). Análisis del uso de las TIC en las pymes de Guayaquil. Revista OIKOS, pp. 109 - 119.
- Hoyos, J., & Valencia, A. (Diciembre de 2012). EL PAPEL DE LAS TIC EN EL ENTORNO ORGANIZACIONAL DE LAS PYMES. Revista Trilogía(7), 105 – 122. Recuperado el Mayo de 2018, de  
<file:///C:/Users/Jessica/AppData/Local/Temp/Dialnet-ElPapelDeLasTICEnElEntornoOrganizacionalDeLasPymes-4521389.pdf>
- INEC. (01 de 12 de 2016). TECNOLOGIA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACION. Recuperado el 30 de 09 de 2017, de  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)

- Instituto Nacional de estadísticas y censo. (20 de 12 de 2016). SISTEMA INTEGRADO DE CONSULTAS. Recuperado el 08 de 05 de 2017, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=DIEE2015&MAIN=WebServerMain.inl>
- Jácome, H. (2013). Estudios Industriales de la Micro, pequeña y mediana empresa. Quito: FLACSO, Sede Ecuador.
- James, V. (04 de 07 de 2012). Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter. Recuperado el 12 de 10 de 2017, de Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter: <https://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- Maldonado, G., Martínez, M., & García, D. (23 de 04 de 2010). La influencia de las Tics en el rendimiento de la Pyme de Aguascalientes. Recuperado el 20 de 05 de 2018, de Investigación y ciencia: <http://www.redalyc.org/pdf/674/67413393008.pdf>
- Mayo, E. (2007). El libro de las PYMES. En C. Cleri, El libro de las PYMES (pág. 144). Buenos Aires, Santiago, Mexico: Ediciones Granica S.A.
- MTSI. (12 de 05 de 2016). PLAN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGIAS DE INFORMACION DE ECUADOR 2016 - 2021. Recuperado el 20 de 08 de 2017, de PLAN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGIAS DE INFORMACION DE ECUADOR 2016 - 2021: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/Plan-de-Telecomunicaciones-y-TI..pdf>
- Munch, L. (12 de 03 de 2007). Administración. México: Pearson Educación. Recuperado el 20 de 01 de 2018, de Administración Científica:

<http://www.monografias.com/trabajos19/administracion-cientifica/administracion-cientifica.shtml>

Murillo, R., Ortega, I., & Andagoya, R. (2017). RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, INNOVACIÓN Y LA APLICACIÓN DE LAS TICS EN PYMES DEL CANTÓN QUEVEDO. Revista Eumednet, 16.

Ocampo, M. (2007). Comunicación empresarial : plan estratégico como herramienta gerencial. Chia, Bogotá: ECOE Ediciones.

Pelayo, C. M. (22 de 08 de 1999). Las principales teorías administrativas y sus enfoques. Recuperado el 20 de 11 de 2017, de Las principales teorías administrativas y sus enfoques:

<http://www.monografias.com/trabajos2/printeoadmin/printeoadmin.shtml>

Plúa, K., Ballesteros, E., Velasco, A., Villarroel, M., & Cárdenas, M. (2017). EL ROL DE LAS TIC'S EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL CANTÓN QUEVEDO. UNA MIRADA DESDE LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA. Revista de Entramiento, 10.

Porter. (04 de 07 de 2017). Ser Competitivo. Barcelona: Deusto. Recuperado el 12 de 10 de 2017, de Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter: <https://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>

Porter, M. (1980). Competitive Strategy. New York: The Free Press.

Ramón, M. (22 de 11 de 2017). Administración por objetivos (apo). Recuperado el 22 de 01 de 2018, de Administración por objetivos (apo):

[http://www.monografias.com/trabajos32/administracion-objetivos/administracion-objetivos.shtml#\\_Toc129049693](http://www.monografias.com/trabajos32/administracion-objetivos/administracion-objetivos.shtml#_Toc129049693)

- Robbins & Judge, S. (2009). *Comportamiento Organizacional: Teoría y Práctica*. Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. En S. P. Robbins, & M. Coulter, *Administración* (págs. 30-31). Mexico: Pearson Education.
- Rodriguez, R. A. (2011). *El Emprendedor del Exito*. Mexico D.F.: The McGraw-Hill .
- SENPLADES. (22 de 09 de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Stiven, A. K. (2011). *Mantenimiento de Computadores*. Bogotá, D. C. - Colombia.: Sello Editorial Universidad del Cauca.
- Suarez, R. (2014). *TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION*. Madrid: IDEASPROPIAS EDITORIAL.
- Taylor, F. (21 de 09 de 2005). *monografias.com*. Recuperado el 06 de 07 de 2017, de *PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACION CIENTIFICA*:  
<http://www.monografias.com/trabajos26/taylor/taylor.shtml>
- Valdez, L., Pérez, D., & Maldonado, G. (18 de 08 de 2017). *TIC y la gestión del conocimiento como elementos determinantes del crecimiento de la PyME*. Recuperado el 15 de 09 de 2018, de *DIALNET*:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6130897>
- Velázquez, D. (30 de 11 de 2012). *Aplicaciones web Vs Aplicaciones de escritorio*. Recuperado el 14 de 06 de 2018, de *Aplicaciones web Vs Aplicaciones de escritorio*: <https://webprogramacion.com/356/blog-informatica-tecnologia/aplicaciones-web-vs-aplicaciones-de-escritorio.aspx>
- Villarán, K. W. (2011). *PLAN DE NEGOCIOS*. PERU: USAID.

Zabala, V. (2016). RANKING TIC. BUSINESS INNOVATION  
COMPUTERWORLD, 225,26.

Zuccardi, G. (2016). Seguridad Informática.

## Apéndice.

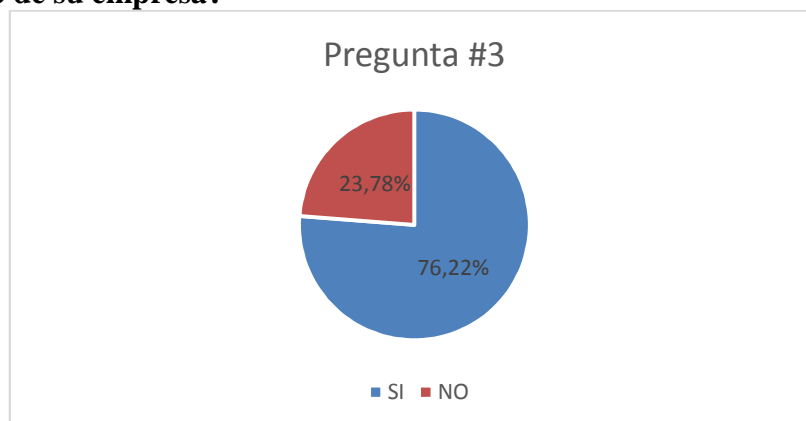
### Anexo a. Encuesta e interpretación de datos.

**TEMA DE TESIS:** “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES TECNOLÓGICOS EN LA CIUDAD DE MACHALA”.

**AUTOR:** JESSICA RAQUEL GUERRERO SILVA.

La pregunta 1 y 2 corresponden a información acerca de los datos de la empresa, así como de la cantidad de equipos informáticos, razón por la cual el análisis empieza desde la pregunta 3.

### 3.- ¿Posee una red de comunicación de datos que interconecta los equipos de cómputo de su empresa?

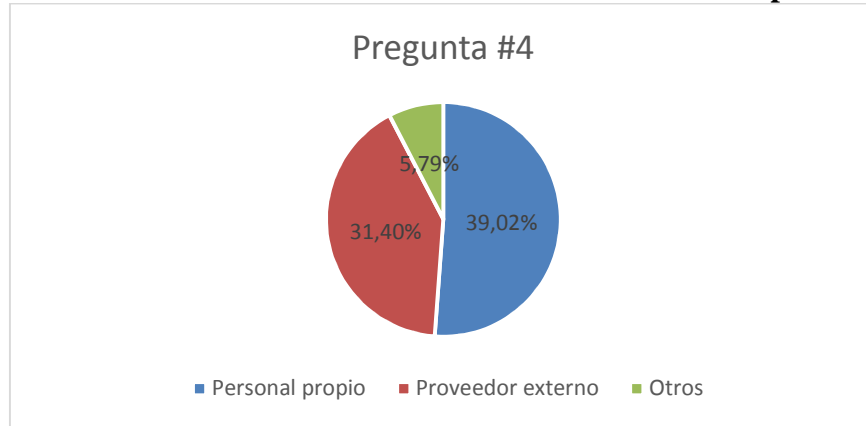




<b>SI</b>	<b>250</b>	<b>76,22%</b>
<b>NO</b>	<b>78</b>	<b>23,78%</b>

El 76,22% (250) de los encuestados mencionó que poseían una red de comunicación de datos en su empresa, mientras que el 23,78% mencionó que no posee una.

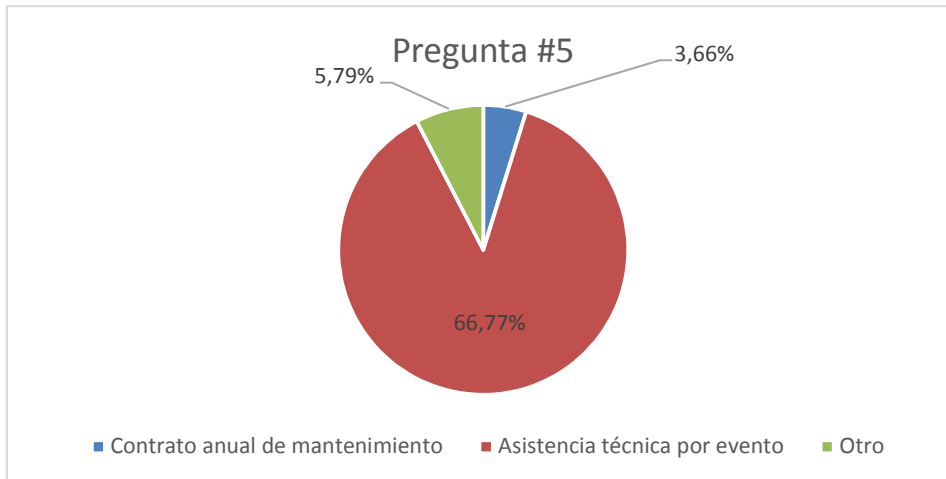
**4.- El mantenimiento de la red de comunicaciones es realizada por:**



<b>Personal propio</b>	<b>128</b>	<b>39,02%</b>
<b>Proveedor externo</b>	<b>103</b>	<b>31,40%</b>
<b>Otros</b>	<b>19</b>	<b>5,79%</b>

De las 250 personas que indicaron que poseían una red de comunicaciones, un 39,02%(128) mencionó que realizan el mantenimiento con personal propio, un 31,40%(103) con personal contratado externo, y un 5,79%(19) con otra modalidad.

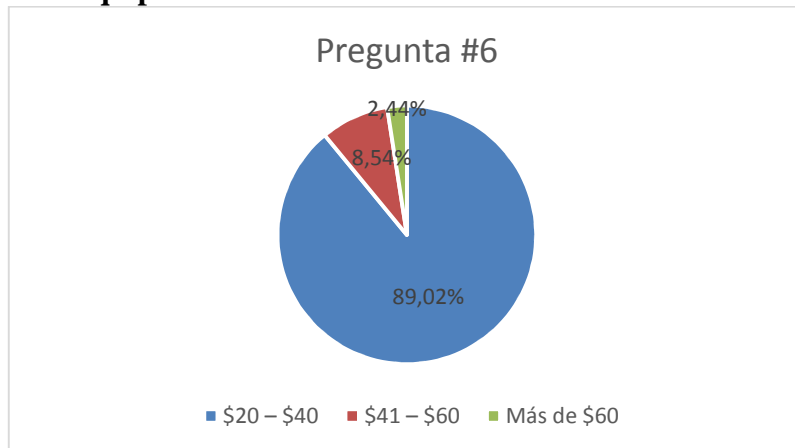
**5.- El mantenimiento preventivo/correctivo de los equipos de la red de comunicaciones es realizado a través de:**



<b>Contrato anual de mantenimiento</b>	<b>12</b>	<b>3,66%</b>
<b>Asistencia técnica por evento</b>	<b>219</b>	<b>66,77%</b>
<b>Otro</b>	<b>19</b>	<b>5,79%</b>

De las 250 personas que indicaron que poseían una red de comunicaciones, un 3,66%(12) lo realizan a través de un contrato de mantenimiento anual, un 66,77%(219) lo realiza a través de la asistencia técnica por evento, y un 5,79%(19) tiene otra modalidad.

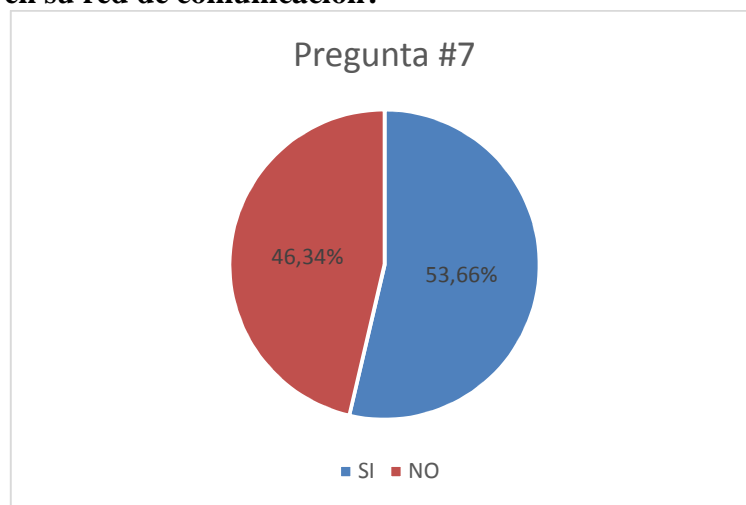
**6.- ¿Cuánto usted usualmente paga por un servicio de mantenimiento a un computador o equipo de su red de comunicaciones?:**



<b>\$20 – \$40</b>	<b>292</b>	<b>89,02%</b>
<b>\$41 – \$60</b>	<b>28</b>	<b>8,54%</b>
<b>Más de \$60</b>	<b>8</b>	<b>2,44%</b>

De los encuestados un 89,02% mencionaron que usualmente pagan entre \$20 y \$40 por un servicio de mantenimiento a un computador o un equipo de red, un 8,54%(28) paga entre \$41 y \$60, y un 2,44%(8) más de \$60.

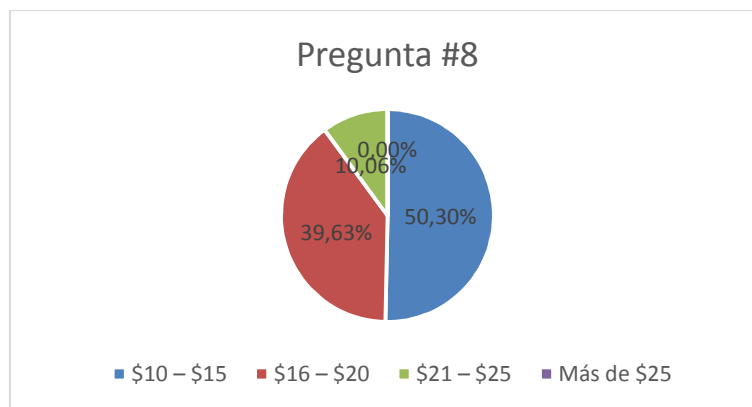
**7.- ¿Conoce el concepto de seguridad informática y la importancia en la aplicación en su red de comunicación?**



<b>SI</b>	<b>176</b>	<b>53,66%</b>
<b>NO</b>	<b>152</b>	<b>46,34%</b>

De lo mencionado por los encuestados, un 53,66(176) conoce que es la Seguridad Informática, mientras que un 46,34%(152) desconoce del tema o tiene un idea somera.

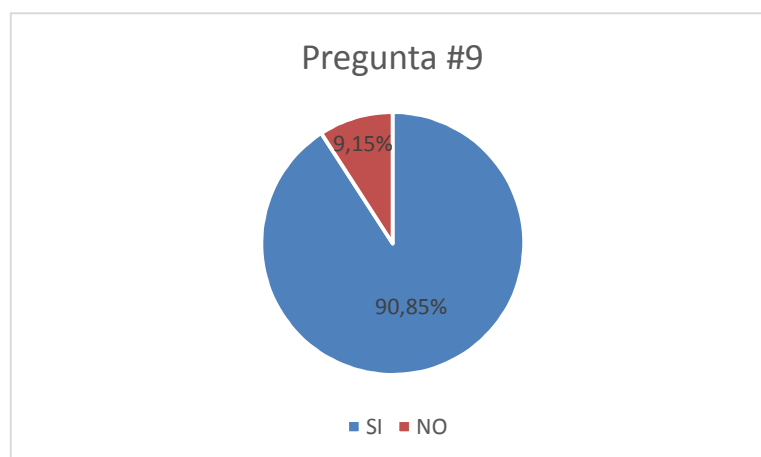
**8.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por cada una de sus computadoras por un servicio mensual que permita asegurar su infraestructura de red y por consiguiente la información que es procesada en la misma?:**



<b>\$10 – \$15</b>	<b>165</b>	<b>50,30%</b>
<b>\$16 – \$20</b>	<b>130</b>	<b>39,63%</b>
<b>\$21 – \$25</b>	<b>33</b>	<b>10,06%</b>
<b>Más de \$25</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>

Respecto a los rangos de precio del cual estarían dispuestos a pagar respecto a un servicio mensual relacionado con a seguridad informática, un 50,30%(165) está dispuesto a pagar entre \$10 y \$15, un 39,63%(130) está dispuesto a pagar entre \$16 y \$20, un 10,06%(33) está dispuesto a pagar entre \$21 y \$25.

**9.- ¿Contrataría usted un servicio de mantenimiento preventivo/correctivo mensual para sus equipos de cómputo?**

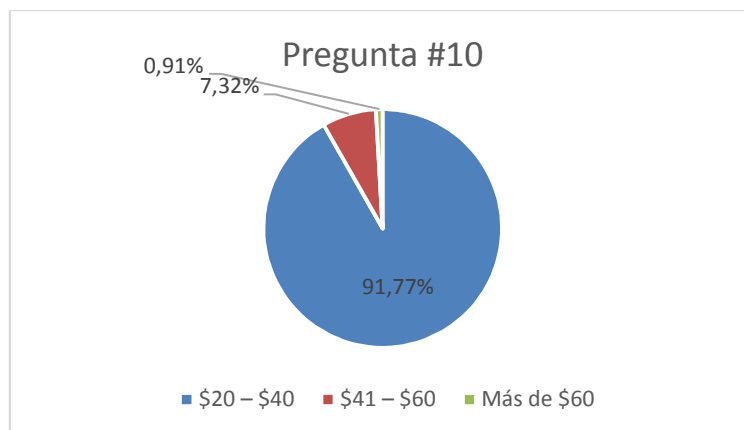


<b>SI</b>	<b>298</b>	<b>90,85%</b>
<b>NO</b>	<b>30</b>	<b>9,15%</b>

**NOTA:** El servicio de mantenimiento mensual se encargaría de asegurarse que los equipos dentro del contrato se encuentren funcionando correctamente, valga recalcar que los costos por compra de repuestos utilizados en los mantenimientos preventivos/correctivos son cubiertos, a excepción de: procesador, disco duro, mainboard, monitor.

De los encuestados, un 90,85%(298) contrataría un servicio de mantenimiento mensual para sus equipo, mientras que un 9,15%(30) desiste de lo mencionado.

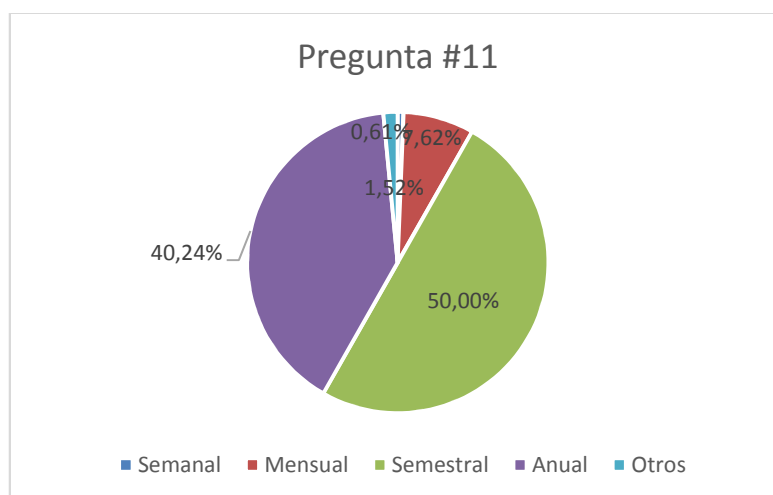
**10.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por cada uno de sus equipos para que sean cubiertos por un servicio de mantenimiento preventivo y correctivo mensual?:**



<b>\$20 – \$40</b>	<b>301</b>	<b>91,77%</b>
<b>\$41 – \$60</b>	<b>24</b>	<b>7,32%</b>
<b>Más de \$60</b>	<b>3</b>	<b>0,91%</b>

En relación al monto a pagar por el mantenimiento mensual, un 91,77% (301) estaría dispuesto a pagar un valor entre \$20 y \$40, un 7,32% (24) un valor entre \$41 y \$60, mientras que un 0,91% (3) un valor mayor a \$60.

#### 11.- ¿Con que frecuencia su personal es capacitado?



<b>Semanal</b>	<b>2</b>	<b>0,61%</b>
<b>Mensual</b>	<b>25</b>	<b>7,62%</b>
<b>Semestral</b>	<b>164</b>	<b>50,00%</b>
<b>Anual</b>	<b>132</b>	<b>40,24%</b>
<b>Otros</b>	<b>5</b>	<b>1,52%</b>

En referencia al servicio de capacitación, se preguntó acerca de la frecuencia de capacitación al personal de la empresa, un 0,61% (2) lo realiza semanalmente con personal interno de la empresa, un 7,62% (25) lo realiza con una frecuencia mensual, un 50% (164) semestralmente, un 40,24% (132) anualmente, mientras que un 1,52% mantiene otra frecuencia.

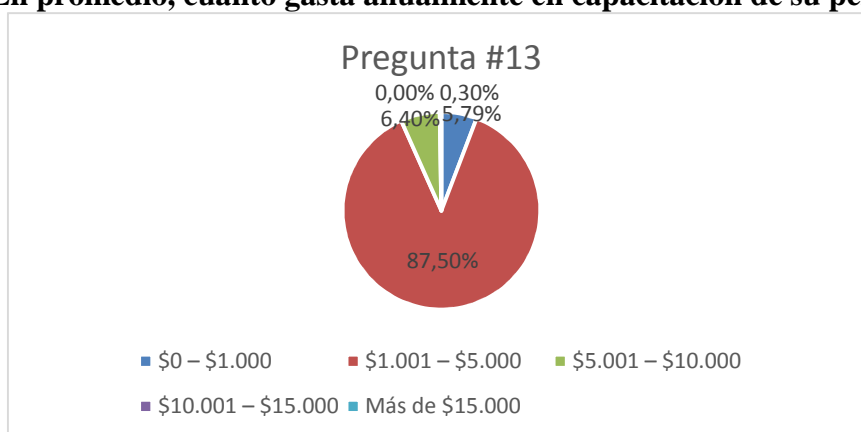
#### 12.- ¿Posee un plan anual de capacitación?



<b>SI</b>	<b>11</b>	<b>3,35%</b>
<b>NO</b>	<b>317</b>	<b>96,65%</b>

Respecto a si las empresas encuestadas mantienen un plan de capacitación, un 96,55%(317) mencionó que no poseen plan alguno al respecto, mientras que un 3,35%(11) comentó si poseen un plan a seguir respecto a las capacitaciones a su personal.

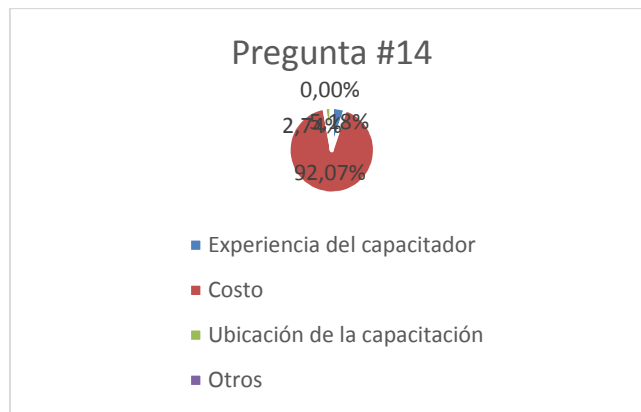
**13.- ¿En promedio, cuánto gasta anualmente en capacitación de su personal?**



<b>\$0 – \$1.000</b>	<b>19</b>	<b>5,79%</b>
<b>\$1.001 – \$5.000</b>	<b>287</b>	<b>87,50%</b>
<b>\$5.001 – \$10.000</b>	<b>21</b>	<b>6,40%</b>
<b>\$10.001 – \$15.000</b>	<b>1</b>	<b>0,30%</b>
<b>Más de \$15.000</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>

Respecto a los montos gastados en promedio, un 5,79%(19) tiene un monto de gasto promedio de hasta \$1000, la constante en esta pregunta es el 87,50%(287) que menciona que tienen un gasto de entre \$1001 y \$5000, así mismo el 6,40%(21) gasta entre \$5001 y \$10000, en cambio un 0,30%(1) ha tenido un gasto entre \$10001 y \$15000.

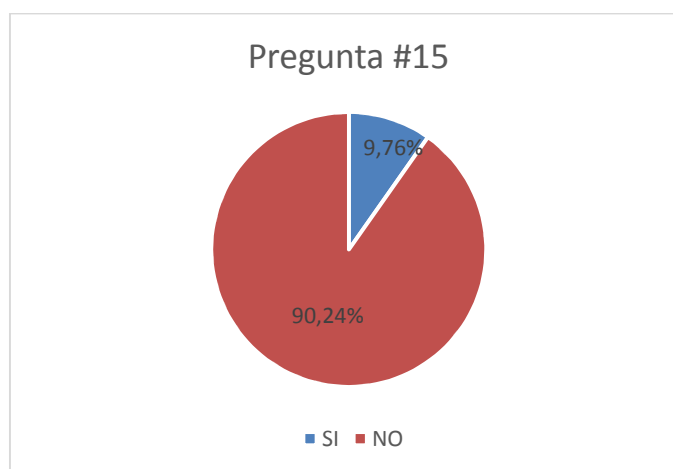
**14.- ¿Qué factores prioriza al momento de realizar una elección de una empresa para las capacitaciones de su personal?**



<b>Experiencia del capacitador</b>	<b>17</b>	<b>5,18%</b>
<b>Costo</b>	<b>302</b>	<b>92,07%</b>
<b>Ubicación de la capacitación</b>	<b>9</b>	<b>2,74%</b>
<b>Otros</b>	<b>0</b>	<b>0,00%</b>

Con relación a los factores a tomar en cuenta al momento de escoger una empresa para la capacitación del personal, un 92,07%(302) mencionó que el costo es el factor preponderante al momento de la toma de decisiones, el resto de respuestas se reparte entre las otras opciones.

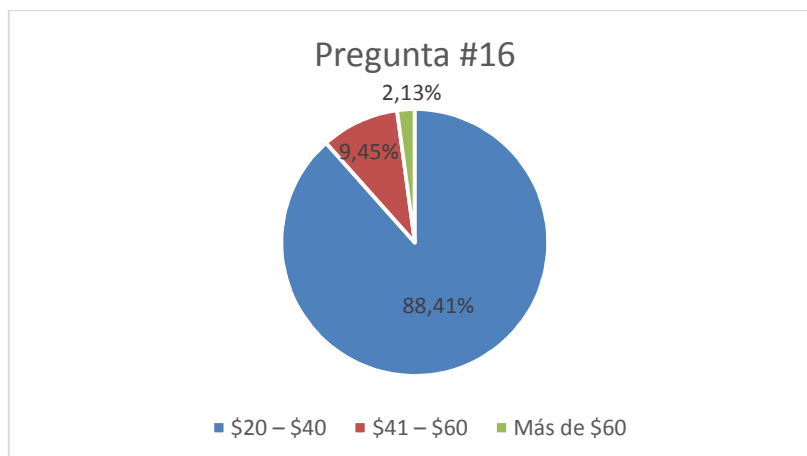
**15.- ¿Conoce usted que existe un servicio orientado al arrendamiento de equipos informáticos? Usted contrataría este tipo de servicio?**



<b>SI</b>	<b>32</b>	<b>9,76%</b>
<b>NO</b>	<b>296</b>	<b>90,24%</b>

Respecto al arrendamiento, un 90,24%(296) mencionó que no conocía la existencia del servicio, mientras que un 9,76%(32) si conocía del mismo.

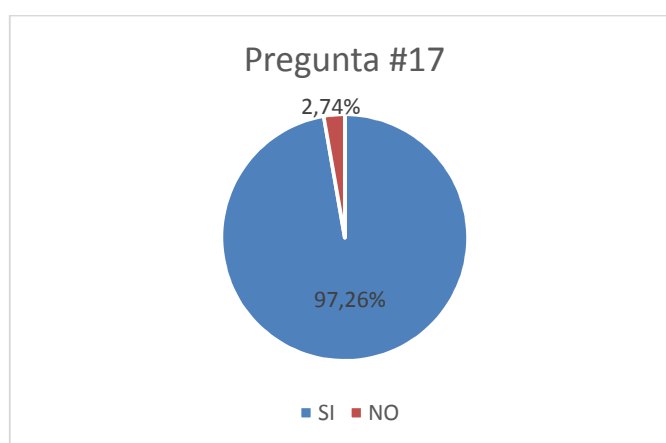
**16.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el arrendamiento de un equipo informático?:**



<b>\$20 – \$40</b>	<b>290</b>	<b>88,41%</b>
<b>\$41 – \$60</b>	<b>31</b>	<b>9,45%</b>
<b>Más de \$60</b>	<b>7</b>	<b>2,13%</b>

En relación al pago por concepto de arrendamiento de equipos, la mayor parte 88,41%(290) mencionó que estarían dispuestos a pagar entre \$20 y \$40, un 9,45%(31) pagarían entre \$41 y \$60, mientras que un 2,13%(7) un valor mayor a \$60.

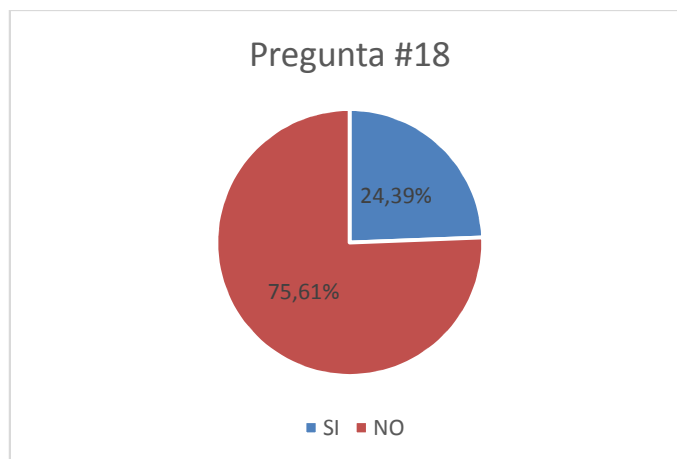
**17.- ¿Conoce usted que el Internet y las redes social (Facebook, Twitter, Instagram) son una plataforma tecnológica en la cual puede publicitar los productos o servicios que usted brinda, para con esto tener un mayor alcance publicitario?**



<b>SI</b>	<b>319</b>	<b>97,26%</b>
<b>NO</b>	<b>9</b>	<b>2,74%</b>

Respecto a los conocimientos respecto al alcance de las redes sociales, un 97,26%(319) mencionó que conocían del particular, mientras que un 2,74%(9) no conocía al respecto.

**18.- ¿Posee una página web en la que muestra los bienes o servicios que usted brinda?:**

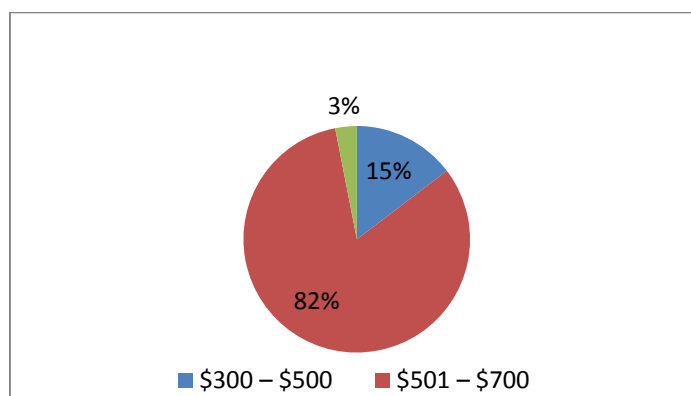


<b>SI</b>	<b>80</b>	<b>24,39%</b>
<b>NO</b>	<b>248</b>	<b>75,61%</b>

Un 75,61% mencionó que no posee página web, mientras que un 24,39%(80) comentó si poseía una, no obstante la frecuencia de actualización de la misma no era el correcto.

**19.- En caso de no poseer una página web. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el diseño y elaboración de una página web informativa?**

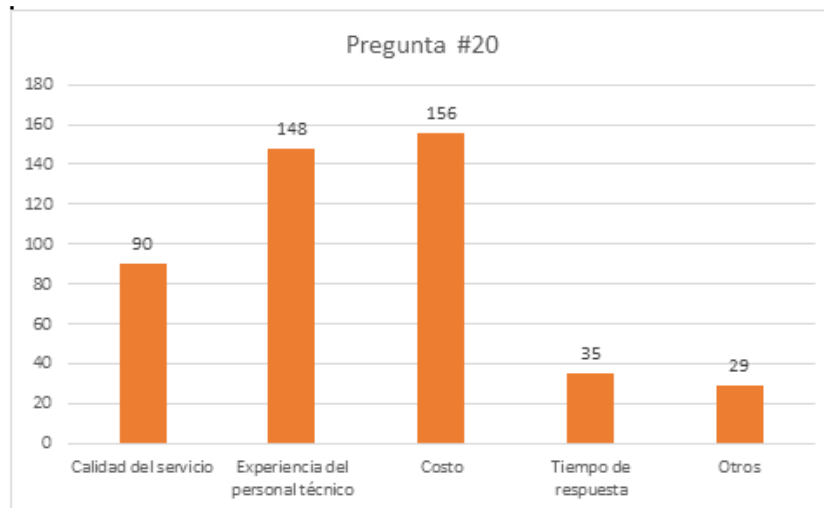
De los 328 encuestados, 48 empresas mencionaron pagaría un valor entre \$300 y \$500 por un nuevo sitio web o por la reconfiguración del sitio que tienen, 270 empresas dijeron pagarían un monto entre \$501 y \$700, mientras que 10 empresas pagarían un monto mayor a \$700.



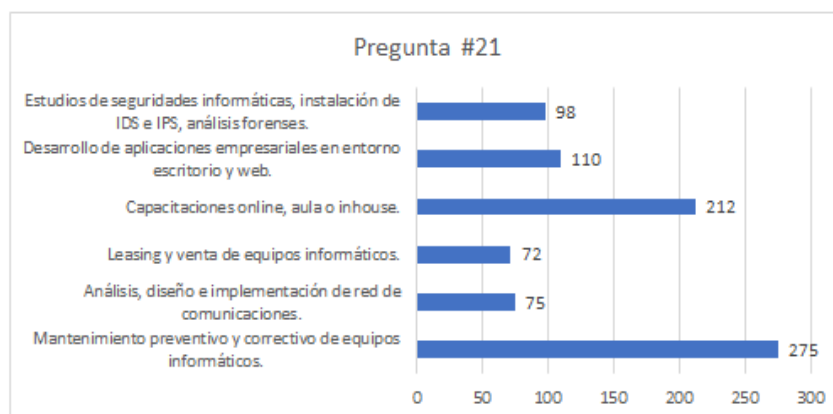
<b>\$300 – \$500</b>	<b>48</b>
<b>\$501 – \$700</b>	<b>270</b>
<b>Más de \$700</b>	<b>10</b>

**20.- ¿Qué factores son preponderantes en la toma de decisiones para la contratación de cualquiera de los servicios antes mencionados?**





**21.- ¿Qué servicios de los anteriormente expuestos usted contrataría para su empresa?**



## Anexo b. Entrevistas

**Nombre:** Juan Carlos Romero Herrera.

**Título académico:** Ingeniero de Sistemas.

**RUC:** 0703862888001

**Dirección:** 4ta Norte e/ Babahoyo y 10 de agosto.

### DESARROLLO

**1.- ¿Cómo se llama su empresa y a que se dedica?**

Mi empresa se llama **IMPRESO PUBLICIDAD S.A**, nos encontramos ubicados en la ciudad de Machala, la actividad principal del negocio es la impresión de todo tipo de material publicitario (lonas, viniles, entre otros), además de la elaboración de letras corpóreas, ya sea en madera o en PVC.

**2.- ¿Qué cantidad de los siguientes elementos tiene su empresa?**

Equipo	Cantidad
Computadores	6

<b>Impresoras</b>	2
<b>Tablets</b>	1
<b>Plotters</b>	2
<b>Equipos inalámbricos</b>	1

**3.- ¿Posee una red de comunicación de datos que interconecta los equipos de cómputo de su empresa?**

<b>SI</b>	<b>X</b>
<b>NO</b>	

**4.- El mantenimiento de la red de comunicaciones es realizada por:**

<b>Personal propio</b>	
<b>Proveedor externo</b>	<b>X</b>

**5.- ¿Podría comentarnos que conoce usted acerca de las tecnologías de la información y la comunicación?**

Las TIC's juegan un papel muy importante dentro las PYMES hoy en día, la adopción de las mismas dentro de una empresa, ya sea esta pequeña o mediana, obviamente acompañada de capacitación al personal operativo y administrativo, conllevarán a generar todos los factores necesarios para aumentar la competitividad dentro del mercado, conllevando a que la empresa no pertenezca al conglomerado *común*, y que por el contrario sobresalga de las demás.

**6.- ¿Qué soluciones basadas en las TIC's usted ha implementado en su empresa? ¿Qué ventajas le han generado?**

Dentro de una empresa una de las soluciones que primeramente debe ser tomado en cuenta es lo relacionado con la automatización de todo el proceso de venta (sistema ERP), es decir la toma de pedidos, pagos, facturación, garantías, etc, por cuanto esto le permite a la empresa tener un control de todas su operaciones, como puede ser el seguimiento de los pedidos, con lo cual se asegura que el cliente no sufra demoras en la entrega de su producto/servicio, lo que conlleva a una buena experiencia por parte del comprador, generando opiniones positivas respecto a nuestra empresa. Además valga recalcar que la mencionada automatización de las operaciones permite obtener reportes gerenciales al instante, con lo cual se obtiene un mayor sustento en la toma de decisiones.

Así mismo se contrató el servicio de instalación de una red de comunicaciones, lo que nos ha permitido que todos los equipos informáticos de la empresa se encuentren interconectados, con lo cual se pueden compartir recursos entre todos los usuarios, evitando demoras e inconvenientes en la transferencia de información.

**7.- ¿En la actualidad tiene pensado realizar alguna otra implementación relacionada con las TIC's?**

Sí, existen algunas funcionalidades que se tiene pensado implementar, todas ellas son principalmente con el objetivo de mejorar día a día como organización. Una de

las ideas que se mantiene es la de instalar una central telefónica IP, esto por cuanto a la interna existen diversas situaciones que han derivado en la necesidad de contar con una sistema de estas características, en la actualidad nos encontramos reuniendo los recursos necesarios para en lo posterior contratar una empresa que se encargue de implementación mencionada.

**8.- La siguiente pregunta venía relacionada a lo que mencionó recién. ¿En la ciudad de Machala ha encontrado empresas que le brinde los servicios de los cuales hemos conversado?**

Existen empresas que brindan servicios parecidos, no obstante para nosotros es complicado que al momento de realizar una implementación relacionadas con las TIC's se tenga que contactar a diferentes empresas que brindan una parte del servicio, es decir una empresa vende los repuestos, otra empresa realiza la instalación, y para finalizar se debe contratar otra empresa para la certificación, todo eso conlleva pérdida de tiempo.

**9.- ¿Qué le parece la idea de negocio de crear una empresa que brinde las soluciones integrales de los problemas de las PYMES en relación a las TIC's, es decir; evitar lo por usted mencionado?**

Me parece una muy buena idea, le recomendaría realice un estudio de todas las necesidades de las empresas del sector (soluciones de sistemas de gestión, seguridad informática, mantenimiento preventivo/correctivo), en mi caso puntual aún no he podido contactar una empresa que me brinde el servicio de mantenimiento anual de los equipos de cómputo, es decir; que al suscitarse algún daño o falla en los equipo de cómputo, en el menor tiempo posible se me dé el soporte para con el mismo y con eso no ver afectadas las operaciones de mi empresa.

**Nombre:** Galo Xavier Ramón Camacho.

**Título académico:** Licenciado en Diseño Gráfico.

**RUC:** 0704948959001.

**Dirección:** Machala entre Av. Rocafuerte y 10 de Agosto.

## DESARROLLO

**1.- ¿Cómo se llama su empresa y a que se dedica?**

Nuestra empresa se llama BRAIN ESTUDIO, la principal actividad está relacionada con el diseño de campañas publicitarias, así como todo lo relacionado con la provisión de estrategias (mailing, content marketing, diseño de sitios web, entre otros servicios) para el marketing digital.

**2.- ¿Qué cantidad de los siguientes elementos tiene su empresa?**

Equipo	Cantidad
Computadores	5
Impresoras	2
Tablets	2
Plotters	1

<b>Equipos inalámbricos</b>	1
-----------------------------	---

**3.- ¿Posee una red de comunicación de datos que interconecta los equipos de cómputo de su empresa?**

SI	X
NO	

**4.- El mantenimiento de la red de comunicaciones es realizada por:**

<b>Personal propio</b>	
<b>Proveedor externo</b>	X

**5.- ¿Podría comentarnos que conoce usted acerca de las tecnologías de la información y la comunicación?**

Las TIC's son una herramientas que influyen positivamente dentro de una organización, cada vez y cuando estas sean correctamente configuradas, en la actualidad las tecnologías de la información y la comunicación se encuentran presente en todos los ámbitos, principalmente automatizando procesos manuales y disminuyendo los tiempos en la ejecución de actividades que tomaban tiempos prolongados.

**6.- ¿Qué soluciones basadas en las TIC's usted ha implementado en su empresa? ¿Qué ventajas le han generado?**

Uno de los principales puntos que se requirió fue lo relacionado con la instalación y configuración de la red de datos de la empresa, misma que permitiría compartir los recursos con los que contamos. En lo posterior se requirió la instalación de un sistema para control de las operaciones de la empresa, así como la instalación de un reloj biométrico para el control de personal. Adicionalmente, se instaló un servidor web, con el propósito de brindar el servicio de alojamiento de páginas web.

**7.- ¿En la actualidad tiene pensado realizar alguna otra implementación relacionada con las TIC's?**

Se tiene proyectado brindar el servicio de mailing (envío de información publicitaria por correo a un gran número de personas de manera directa y personalizada), razón por la cual se requeriría la instalación de un servidor para este propósito.

**8.- La siguiente pregunta venía relacionada a lo que mencionó recién. ¿En la ciudad de Machala ha encontrado empresas que le brinde los servicios de los cuales hemos conversado?**

Realmente no conozco una empresa que brinde este tipo de servicios, en la mayoría de ocasiones se ha optado por contratar a empresas con domicilio fuera de la ciudad de Machala. Deberían existir empresas que brinden este tipo de servicios, por cuanto dentro de la ciudad existen empresas que requieren este tipo de servicios, principalmente los relacionados con configuraciones de servicios en equipos servidores.

**9.- ¿Qué le parece la idea de negocio de crear una empresa que brinde las soluciones integrales de los problemas de las PYMES en relación a las TIC's, es decir; evitar lo por usted mencionado?**

Pienso que tendría una buena acogida, cada vez y cuando la misma cubra necesidades de servicios que las actuales empresas no cubren, por cuanto es más fácil para nosotros negociar con una empresa local que con una empresa de otra ciudad. Adicionalmente sería recomendable que los precios de los servicios no sean muy elevados.



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Jessica Raquel Guerrero Silva, con C.C: # 0704186717 autor(a) del trabajo de titulación: *Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios integrales tecnológicos en la ciudad de Machala*, previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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 entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido 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.

Guayaquil, 02 de agosto del 2018

---

Nombre: Guerrero Silva Jessica Raquel  
C.C: 0704186717



## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios integrales tecnológicos en la ciudad de Machala.		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Guerrero Silva, Jessica Raquel.		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano, Ph.D./Econ. Cornejo Robayo Jazmín Angélica.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>UNIDAD/FACULTAD:</b>	Sistema de Posgrado		
<b>MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:</b>	Maestría en Administración de Empresas		
<b>GRADO OBTENIDO:</b>	Magíster en Administración de Empresas		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	02 DE AGOSTO DE 20118	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	107
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	AUTOMATIZACIÓN, SERVICIOS TECNOLÓGICOS.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	PYMES, SERVICIOS INTEGRALES, TIC'S, INTELSIS, SOLUCIONES TECNOLÓGICAS		

#### **RESUMEN/ABSTRACT:**

La empresa INTELSIS es una empresa familiar que será creada debido a la oportunidad que brinda el mercado de la ciudad de Machala, con el objetivo de proporcionar servicios integrales tecnológicos, esta iniciativa nace debido a que actualmente las TIC's juegan un papel muy importante dentro las PYMES, la adopción de las mismas dentro de una empresa hoy en día ya sea esta pequeña o mediana, obviamente acompañada de capacitación al personal operativo y administrativo. En el trabajo desarrollado se encuentra el detalle de los servicios que brindará, así como el estudio del mercado hacia las empresas pequeñas y medianas, mediante la investigación de campo y el instrumento de la encuesta y entrevista se conoció más acertadamente las necesidades para orientar el servicio hacia la satisfacción de las mismas. Por lo tanto se establecen estrategias comerciales con la finalidad de incrementar las ventas de los servicios que brindará la empresa. Para el proyecto se precisa de capital de trabajo el cual permitirá la adquisición de activos y adecuación para la infraestructura de las áreas, de tal manera que al proyectar sus flujos los resultados fueron favorables asegurando el éxito de la puesta en marcha de la propuesta.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-7-2909651 - 0991404097	<b>E-mail:</b> jessy_guerrero_s@hotmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> María del Carmen Lapo Maza	
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950	
	<b>E-mail:</b> maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec	

#### **SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	