



Escuela de Negocios

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Plan de negocio para la empresa asesora en la compra de equipos
tecnológicos para pymes "Deepsolutions C.A."**

Profesor

Gabriel Fernando González Castro

Autor

Patricia Alexandra Centeno Pilaguano

2023

Tabla de Contenidos

Contenido

Tabla de Contenidos	2
Resumen Ejecutivo	1
Introducción	1
Abstract	2
CAPÍTULO 1: Identificación del objeto de estudio, planteamiento del problema y literatura relacionada al problema	3
1.1. Antecedentes que permiten comprender el tema, cuál es el negocio que se plantea abordar y pertinencia del mismo.....	3
1.2. Objetivos generales y específicos del plan de negocio planteado.....	4
1.3. Hallazgos de la revisión de la literatura académica relacionada con el negocio planteado	4
1.4. Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente.....	5
1.5. Conclusiones del capítulo.....	6
CAPÍTULO 2: Justificación y aplicación de la metodología a utilizar	7
2.1. Entorno macroeconómico y político.	7
2.1.1. Político.....	7
2.1.2. Económico.....	7
2.1.3. Social.....	8

2.1.4.	Tecnológico.	9
2.1.5.	Ecológico.	10
2.1.6.	Legal.	11
2.2.	Análisis del sector.	11
2.2.1.	Tamaño de la industria.	12
2.2.2.	Ciclos económicos.	13
2.3.	Análisis de la competencia.....	14
2.3.1.	Amenaza de entrada de nuevos competidores	14
2.3.2.	Posición de fuerza de clientes	14
2.3.3.	Posición de fuerza de proveedores.....	14
2.3.4.	Amenaza de productos sustitutos.....	15
2.3.5.	Matriz Boston Consulting Group (BCG).....	15
2.4.	Análisis del mercado/ investigación del mercado/mercado objetivo.	16
2.4.1.	Segmentación de clientes.....	16
2.4.2.	Matriz de Operacionalización de Variables.....	17
2.4.3.	Perfil del cliente	18
2.5.	Análisis FODA.....	18
2.6.	Definición de la estrategia genérica específica del negocio (con base en PESTEL, PORTER, BCG, FODA y demás análisis antes realizados).	19
2.7.	Conclusiones del capítulo.....	20
CAPÍTULO 3: Propuesta de solución del problema planteado – Naturaleza del negocio		21

3.1.	Naturaleza, filosofía del negocio y estilo corporativo.....	21
3.2.	Misión y visión.....	21
3.2.1.	Misión	21
3.2.2.	Visión.....	21
3.3.	Objetivos de crecimiento y financieros considerando el análisis de la industria.	21
3.4.	Información legal	21
3.4.1.	Tipo de empresa, estado legal actual o para constitución; Gastos de constitución; Normas o Política de distribución de utilidades. Capital social. Socios, participantes.	21
3.4.2.	Legislación vigente (ventajas y desventajas) que regule la actividad económica y la comercialización de los productos / servicios (urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental).	23
3.5.	Estructura Organizacional: Descripción detallada de los integrantes y sus responsabilidades. Gobierno corporativo. Organigrama.	23
3.6.	Ubicación: Lugar donde se ubicará la empresa/proyecto, y por qué (justificar desde el punto de vista comercial y operativo). Si tiene subsidiarias explique.	25
3.7.	Ventaja competitiva y propuesta de posicionamiento considerando la estrategia genérica definida.....	25
3.7.1.	Ventaja Competitiva	25
3.7.2.	Propósito de Marca.....	26
3.8.	Estrategias de Mercadeo: (con base en los análisis previos realizados: PESTEL, PORTER, BCG, FODA y análisis de mercado):	26

3.8.1. Producto o servicio: Descripción básica, especificaciones o características, aplicación / uso del producto o servicio, diseño, calidad, empaque y embalaje. Garantía y servicio postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago. Analizar fortalezas y debilidades del producto o servicio, frente a la competencia.....	26
Análisis del producto o servicio, frente a la competencia.	28
3.8.2. Estrategias de distribución: Alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física internacional, estrategias de ventas, presupuesto, tácticas relacionadas con distribución.....	29
3.8.2.1. Alternativas de Penetración.....	29
3.8.2.2. Alternativas de comercialización	29
3.8.2.3. Estrategia de ventas	29
3.8.2.4. Distribución.....	30
3.8.2.5. Presupuesto.....	30
3.8.3. Estrategias de precios.....	30
3.8.4. Estrategias de Promoción y Comunicación: Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes.....	32
3.9. Presupuesto: Cuantificar los costos en que se incurren en la aplicación de cada estrategia.	32
3.10. Proyecciones de ventas: Selección de método de pronóstico de ventas/supuestos empleados. Defina cantidades de ventas mensualmente el primer año, y los totales de los años subsiguientes. Determine los ingresos (en US\$ dólares) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Análisis del punto de equilibrio.	32

3.11. Conclusiones del capítulo	35
CAPÍTULO 4: Propuesta de solución al problema planteado - Operaciones.....	36
4.1. Gestión Táctica de Operaciones. Avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar. Táctica Operativa (planes concretos, a mediano plazo, con base en las estrategias establecidas para poder desarrollarlas).	36
4.2. Descripción del proceso: Diseño, puesta en marcha y producción. Macro procesos y Cadena de valor (donde se pueda identificar la ventaja competitiva antes descrita). Análisis de la capacidad del proceso - diagrama de flujo.	37
4.3. Necesidades y requerimientos/capacidad instalada: Materias primas e insumos; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; Capacidad instalada; Mantenimiento; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación de los costos de las necesidades y requerimientos para estas adquisiciones (inversión inicial, mano de obra, gastos, compras para la producción, etc.).	39
4.4. Plan de producción: Tomando como referencia el plan de ventas y la capacidad instalada, establecer las cantidades a producir y sus respectivos tiempos, teniendo en cuenta las políticas de inventario, en el caso de empresas comerciales o de manufactura. En el caso de empresas de servicio, análisis de la capacidad de brindar el servicio (análisis de filas de espera).	40
4.5. Plan de compras: En base al Plan de Producción y en la cuantificación de las necesidades y requerimientos. Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores; pago a proveedores; planeación de compras (dependiendo de la naturaleza del negocio); Control de calidad: procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a las compras,	

implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.....	40
4.6. KPI's de desempeño de la gestión táctica (planes establecidos en 4.1) y proceso productivo	41
4.7. Conclusiones del Capítulo.....	41
CAPÍTULO 5: Propuesta de solución al problema planteado - Plan financiero	42
5.1. Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero.....	42
5.2. Estados Financieros Proyectados	42
5.2.1. Estado de resultados.....	42
5.2.2. Estado de situación o balance general	43
5.2.3. Estado de flujos de caja.....	45
5.2.4. Análisis de relaciones financieras: Índices aplicables a la empresa e industria; VAN, TIR, PRI y considere el análisis de punto de equilibrio.....	46
5.3. Impacto económico, regional, social y ambiental: Generación de empleo directo, ventas nacionales y exportaciones, según el caso, etc.	46
5.4. Conclusiones del capítulo.....	47
CAPÍTULO 6: Conclusiones Generales y Recomendaciones (Progreso 3)	47
Lista de referencias	48
Referencias.....	48
Apéndice (Progreso 3)	51

Tabla 1 Número de Empresas por Categoría G Comercio al por mayor y al por menor.....	12
Tabla 2 Matriz de Operacionalización de variables para Deepsolutions Cía. Ltda.	17
Tabla 3 Matriz FODA para Deepsolutions Cía. Ltda.	19
Tabla 4 Presupuesto	30
Tabla 5 Costos Fijos.....	33
Tabla 6 Cantidades de Ventas por Año.....	33
Tabla 7 Datos Punto de Equilibrio.....	34
Tabla 8 Inversión Inicial	39
Tabla 9 KPI de Desempeño	41
Tabla 10 Datos y supuestos.....	42
Tabla 11 Estados de Resultados.....	43
Tabla 12 Estado de Situación Financiera.....	44
Tabla 13 Flujo de Caja.....	45

Figura 1 Número de Empresas para las actividades G4651 y J6201.01	12
Figura 2 Crecimiento de las compañías relacionadas a las actividades G4651 y J6201.01	13
Figura 3 Matriz BCG para la empresa Deepsolutions Cía. Ltda.	15
Figura 4 Matriz Buyer/ Person para Deepsolutions Cía. Ltda	18
Figura 5 Organigrama	23
Figura 6 Punto de Equilibrio.....	34
Figura 7 Macroproceso Deepsolutions Cía. Ltda.	37
Figura 8 Cadena de Valor	38
Figura 9 Matriz CANVAS	38

Resumen Ejecutivo

Introducción

El plan de negocio desarrollado para la empresa Deepsolutions Cía. Ltda. establece las estrategias a seguir para posicionarse en el mercado tecnológico, ofertando el servicio de asesoría personalizada para PYMES.

De acuerdo a la información recabada en las PYMES de la ciudad de Quito, una gran parte de estas empresas necesitan acompañamiento en la compra o renovación de equipos de tecnología, porque no cuenta con la estructura organizacional para realizar estos procesos de forma ágil, afectando la operatividad de las organizaciones.

Deepsolutions Cía. Ltda. cuenta con personal altamente calificado y alianzas estratégicas con los principales proveedores en el Ecuador, que permiten brindar asesoría y acceso a equipos tecnológicos a precios competitivos , con garantía y el soporte técnico que las empresas necesitan para mantenerse activas y a la vanguardia de la tecnología.

Abstract

The business plan developed for the company Deepsolutions Cía. Ltda. establishes the strategies to be followed to position itself in the technological market, offering personalized consulting services for SMEs.

According to the information collected in the SMEs of the city of Quito, a large part of these companies need support in the purchase or renewal of technology equipment, because they do not have the organizational structure to carry out these processes in an agile way, affecting the operations of organizations.

Deepsolutions Cía. Ltda. has highly qualified personnel and strategic alliances with the main suppliers in Ecuador, which allow it to provide advice and access to technological equipment at competitive prices, with a guarantee and the technical support that companies need to remain active and at the forefront of technology.

CAPÍTULO 1: Identificación del objeto de estudio, planteamiento del problema y literatura relacionada al problema

1.1. Antecedentes que permiten comprender el tema, cuál es el negocio que se plantea abordar y pertinencia del mismo

Las Pymes contribuyen al desarrollo de la economía del Ecuador, gracias a los productos y servicios que ofertan permiten dinamizar el mercado generando fuentes de empleo que aporta al desarrollo social.

Según la base de datos REDATAM del INEC, 99 de cada 100 empresas son pequeñas o medianas, lo que confirma la importancia de este sector en los activos productivos del país. el mundo. (Vélez & Chamba, 2017).

“La globalización es un reto para las empresas ecuatorianas, los avances en TIC’s generan un dinamismo productivo, económico y social. Una buena inversión en tecnología agrega valor y aumenta la productividad de las empresas haciéndolas más competitivas” (Quiroga-Parra, Torrent-Sellens, & Zorrilla, 2017, pág. 13).

La utilización de las TIC’s en las Pymes representan una gran oportunidad, sin embargo; una gran parte de las empresas PYMES en el Ecuador no cuenta un departamento de tecnología o con trabajadores técnicos calificados que impulsen la innovación tecnológica y por consecuencia el incremento de las ventas.

Para las Pymes la continuidad del negocio es una prioridad, pero las soluciones tradicionales requieren un alto presupuesto, y personal capacitado para cumplir con este objetivo, en un entorno con varios competidores ofreciendo una gran variedad de productos, Deepsolutions C.A. busca la creación de un servicio diferenciador, con enfoque en proveer soluciones personalizadas a cada PYME, con acceso a personal técnico calificado y certificado con los mejores fabricantes de equipamiento tecnológico.

1.2. Objetivos generales y específicos del plan de negocio planteado

Objetivo General:

Elaborar un plan de negocios para Deepsolutions C.A. que permita el asesoramiento en la compra de equipamiento tecnológico para las PYMES ubicadas en las ciudades de Quito y Cuenca.

Objetivos Específicos:

- Elaborar una investigación de mercado para evaluar la factibilidad de los servicios de asesoría tecnológica para empresas PYMES.
- Lograr la participación del mercado en venta de equipos tecnológicos para Pymes en un 15% en Ecuador para el año 2028.
- Alcanzar una rentabilidad para la empresa del 8% para el año 2025.

1.3. Hallazgos de la revisión de la literatura académica relacionada con el negocio planteado

La literatura se revisó en los motores de Google Académico; SCOPUS, DSPACE utilizando palabras claves como PYMES, TECHNOLOGY; TIC´S; ASESORIA entre otros.

Según la información publicada por la CEPAL, evidencia que las pymes son las principales impulsoras del crecimiento en Sud América. Las Pymes se caracterizan por tener diferentes tamaños de mercado, tecnología y recursos humanos, y fomentan relaciones con otras empresas, para mejorar su producción y la posibilidad de exportar a otros países y la capacidad de crecimiento (Velasquez Carrillo, 2020).

El informe dice que, a pesar de los problemas financieros, las PYMES han podido invertir en tecnología. Para 2021, el 86% de las pequeñas y medianas empresas planea implementar herramientas para adoptar nuevas tecnologías para el desarrollo empresarial. Esta es la mayor cantidad de proyectos de inversión en tecnología de los siete temas

educativos, que muestran la importancia de la transformación para cubrir las necesidades del consumidor y otros aspectos de los negocios, como el trabajo remoto (Primicias, 2021).

“Las pymes representan el 99% de negocios en Ecuador, especialistas dicen que innovar en el mercado logrará que negocios tengan un desarrollo sostenido” (Renata, Campaña, David, & Rivas, 2023) .

Según la CEPAL, las pymes son las principales impulsoras del crecimiento en América Latina, estas empresas tienen diferentes tamaños en su experiencia de mercado, tecnología y capital humano, así como en sus relaciones con otras empresas, factores que inciden en su producción, la posibilidad de exportar a otros países y la capacidad de crecimiento (Velasquez Carrillo, 2020).

Las pequeñas, micro y medianas empresas deben desarrollar, actualizar las últimas tecnologías y actualizarse periódicamente. Hay quienes les queda tiempo.

1.4. Proyectos similares que se hayan diseñado, analizado y/o puesto en práctica previamente.

“Tesis Flor, 2013, cuyo objetivo la externalización de computadoras en las empresas de comercio al por mayor PYMES del Guayas a través de sistemas de virtualización” (Flor, 2013).

Plan de negocios de (Stalin, 2015), “el cual tiene como objetivo desarrollar un modelo de negocio de Pc Electronik para atender a los clientes empresariales de la zona norte de Guayaquil”.

(Serrano & Chen Kuan, 2005) “nos permite identificar algunas problemáticas de las Pymes y plantea algunas soluciones interesantes”.

(De & De Empresas, 2023) Determinar la prevalencia de las estrategias competitivas de las pequeñas y medianas empresas del sector manufacturero y su impacto derivado

de la integración de las tecnologías de la información en busca del crecimiento empresarial del sector manufacturero, que tiene como objetivo dotar de computadores a los minoristas. . PYMES del Guayas con aplicaciones de virtualización.

1.5. Conclusiones del capítulo

En el presente capítulo nos permite determinar las metas y objetivos que queremos realizar para la empresa, por lo tanto; es muy importante que sea dimensionado con la visión estratégica para lograr la consecución de los objetivos planteados.

CAPÍTULO 2: Justificación y aplicación de la metodología a utilizar

2.1. Entorno macroeconómico y político.

Para el análisis del sector utilizamos la metodología PESTEL para cada uno de los factores.

2.1.1. Político.

El Ecuador en los últimos años ha presentado escenarios de inestabilidad política. La oposición entre el poder Ejecutivo y Legislativo generan incertidumbre en la aprobación de leyes enviadas por el Ejecutivo, mismas que le permiten cumplir con su oferta de gobierno, esta inseguridad jurídica impide la planificación para el crecimiento de las empresas.

Es necesaria la generación de alianzas entre las distintas ideologías políticas que permitan la gobernabilidad en el país, de esta manera permitirán el desarrollo de las pequeñas y medianas empresa en un largo plazo, tomando en cuenta que son fuentes de empleos y que dinamizan la economía del país.

2.1.2. Económico.

La economía del mundo sufrió un grave impacto por el COVID-19. En el Ecuador; la crisis económica que tenía en los últimos años incrementó, causada por la deficiente administración de las finanzas públicas, reducción de las exportaciones e importaciones, caída del valor del petróleo entre otras.

El sector privado fue afectado por el déficit de la economía pública, generando pérdidas para la gran mayoría de pequeñas y medianas empresas en los distintos sectores económicos, por esta razón es necesaria la creación de políticas públicas que promuevan la recuperación y posterior crecimiento económico del país.

El objetivo de la actual administración liderada por el presidente Guillermo Lasso es el desarrollo de la economía, para lo cual ha creado el plan “Encontrémonos” 2021-2025

centrado principalmente en los ejes: social, económico e institucional, que permitirá potencializar el desarrollo del país.

El eje económico contempla incrementar y fomentar las fuentes de empleo a través del emprendimiento, impulsar el sistema económico que fomenté la atracción de inversión extranjera, modernización del servicio financiero, desarrollo del turismo. Crear una economía circular que permita fomentar la productividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, por último, garantizar el gasto público priorizando la inversión en salud, educación, infraestructura y seguridad.

Gracias al plan de desarrollo ofertado por el gobierno, las empresas de asesoría tecnológica tendrán grandes oportunidades para su desarrollo y potencializar el desarrollo de las Pymes.

Otra de las iniciativas impulsadas por el gobierno, corresponde a “La Estrategia Ecuador Emprendedor, Innovador y Sostenible 2030 (Estrategia EEIS 2030)”, que permite la alianza entre el sector público-privado, academia y organismos de cooperación internacional en pro de facilitar el trabajo del emprendimiento e innovación, permitiendo el acceso a las nuevas tecnologías disponibles en el mundo.

Esta iniciativa genera importantes oportunidades para las empresas consultoras especializadas en la asesoría tecnológica, porque permite asesorar a las Pymes para tomar las mejores ofertas para la infraestructura tecnológica.

2.1.3. Social.

Según los datos publicados por el INEC (Laborales, 2023) la tasa de empleo bruto a nivel nacional al mes de agosto del 2022, se ubicó en el 63,6%. La tasa de desempleo a nivel nacional alcanzó al mes de agosto del 2022 el valor del 4%, esta tasa es alta comparada con el mes de julio del mismo año, sin embargo; si comparamos la tasa de desempleo al mes de

agosto del 2021 que fue del 4,9%, podemos determinar que existe una ligera reducción del desempleo.

Según el informe (CEPAL, 2022), la tasa de desempleo fue de 4,1% de la actividad económica total (PEA) en diciembre de 2021. Por su parte el sector legal completo aumentó 3,3 por ciento, a 27,4% PEA21. Cabe señalar que, a diciembre de 2021, el 50,6% de las EAP trabajaban en el sector informal frente al 43,2% en el sector formal, el cambio actual en las condiciones de empleo se refleja en el cambio en los salarios²². A diciembre de 2021, el ingreso nacional llegó a \$297 a inflación constante, de \$289 en diciembre de 2020, aunque aún hubo una reducción del 9% con respecto a diciembre de 2019. De acuerdo a estas cifras el poder adquisitivo en el entorno social no se ha recuperado en su totalidad referente a datos tomados antes de la pandemia, lo que produce que, con el ánimo de ahorrar opten por adquirir bienes o servicios con precio bajo y de poca calidad.

La utilización del teletrabajo en la mayoría de empresas permitió a las empresas continuar con su giro de negocio en la pandemia y al ver reducción de algunos costos, se ha instaurado como forma de trabajo de la gran mayoría, lo que conlleva a fortalecer la parte de tecnología de las empresas, y optan por tener asesoría externa para la implementación de la misma.

2.1.4. Tecnológico.

El uso de la tecnología permite el desarrollo de las empresas en cuanto a competitividad, innovación y transformación de modelos negocios, optimizando recursos que permiten mayor generación de ingresos.

Según datos del (INEC, 2023) a nivel nacional, el 40.4% utilizan equipamiento tecnológico en el hogar, el 69.7% tienen acceso al internet, el 52.2% tienen acceso a

celulares, por lo tanto, el uso de tecnologías compatibles con celulares inteligentes es necesaria para que las empresas puedan ofertar sus productos.

En sus inicios las empresas incluían en su organigrama, un departamento de tecnología para la administración del hardware así como del software, generando costos y tiempos altos en la administración de la tecnología en la empresa, con el paso del tiempo esto fue cambiando y actualmente gran parte de las empresas optan por tener servicios en la nube en reemplazo de servidores y la compra de computadores los realizan a través de outsourcing reduciendo costos de mantenimiento y riesgos de parar la operatividad por el daño de los equipos.

A partir del año 2020 y gracias a la pandemia, la transformación digital creció a pasos acelerados, permitiendo que muchas de las empresas que utilizaban documentación física, pasen a utilizar documentación digital, obligando a cambiar varios de procesos internos, por esta razón es necesario contar con sistemas que permitan el manejo y almacenamiento documental.

2.1.5. Ecológico.

El Ministerio del Medio Ambiente, fomenta la implementación de buenas prácticas ambientales misma que se otorga a las organizaciones que reduzcan la cantidad de contaminación de acuerdo a: consumo de agua, consumo de energía, kilogramos de papel, kilogramos de papel reciclado y residuos y residuos por persona. Las empresas que participen en este convenio se beneficiarán de impuestos y podrán recibir certificados de responsabilidad social y ambiental.

2.1.6. Legal.

En el Ecuador las leyes generales que toda empresa debe conocer son: Ley de Seguridad Social, Ley de Compañías, Código Laboral, Código Tributario, Leyes tributarias y otras leyes que se aplican dependiendo del sector en el que se encuentra clasificado la empresa.

Las leyes tributarias se ven afectadas por los constantes cambios y reformas que buscan mejorar la recaudación tributaria, las empresas realizan altas inversiones de tiempo y recursos para cumplir con las solicitudes por el ente de control, o a su vez optan por contratar servicios de asesoría tributaria.

2.2. Análisis del sector.

Según el (CIU, 2023) existen 22.626 empresas activas registradas en la categoría G Comercio al por mayor y al por menor, que comprende la venta (sin transformación) de todo tipo de productos y la prestación de servicios accesorios a la venta de esos productos.

El 54% de estas empresas se encuentran registradas como Compañías Anónimas, seguidas en un 32% por compañías de Responsabilidad Limitada que es en la que se encuentra categorizada la empresa Deepsolutions C.A, ver tabla 1.

Tabla 1 Número de Empresas por Categoría G Comercio al por mayor y al por menor

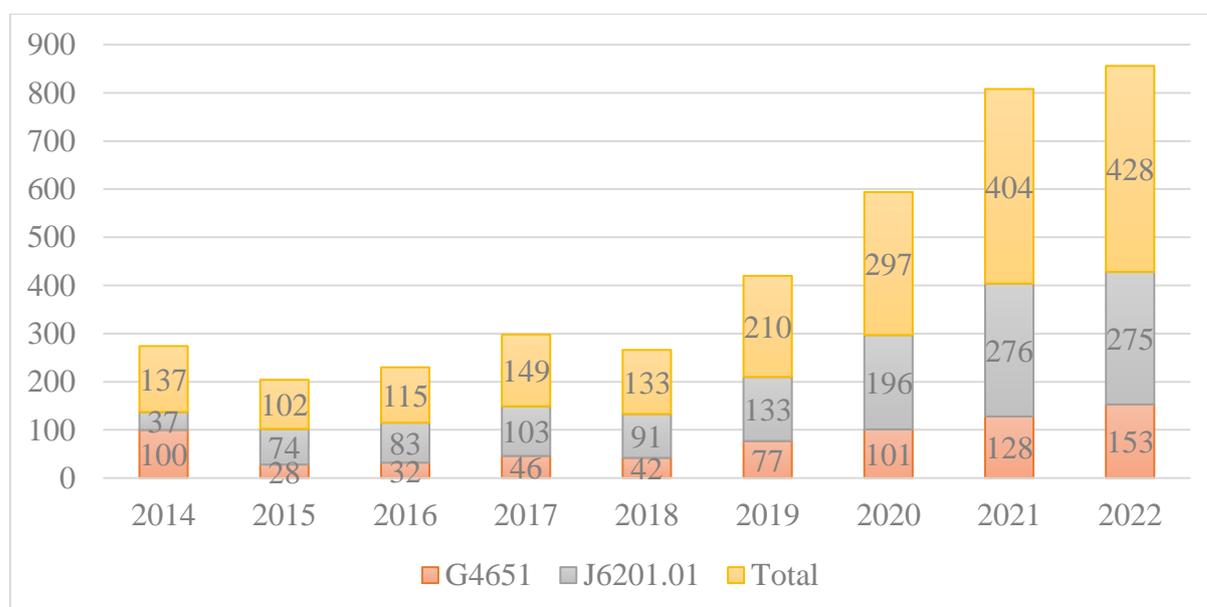
Tipo de Compañía	Nro.	%
Anónima	12.109	54%
Sociedad por acciones simplificada	5.378	24%
Responsabilidad limitada	4.979	22%
Sucursal extranjera	147	1%
Asociación o consorcio	8	0%
Economía mixta	3	0%
Anónima en predios rústicos	2	0%
Total general	22.626	100%

Nota. Elaborado con datos obtenidos de la Superintendencia de Compañías

2.2.1. Tamaño de la industria.

De acuerdo CIU, desde el año 2014 al 2022, las actividades económicas G4651 (G4651.01 Y G4651.02) que corresponden a la actividad de Venta al por mayor de computadores y equipos periféricos generaron la constitución de 707 empresas, mientras que la actividad J6201.01 que corresponde a las actividades de programación informática y de consultoría de informática y actividades conexas, generó 1268 empresas, ver Figura 1.

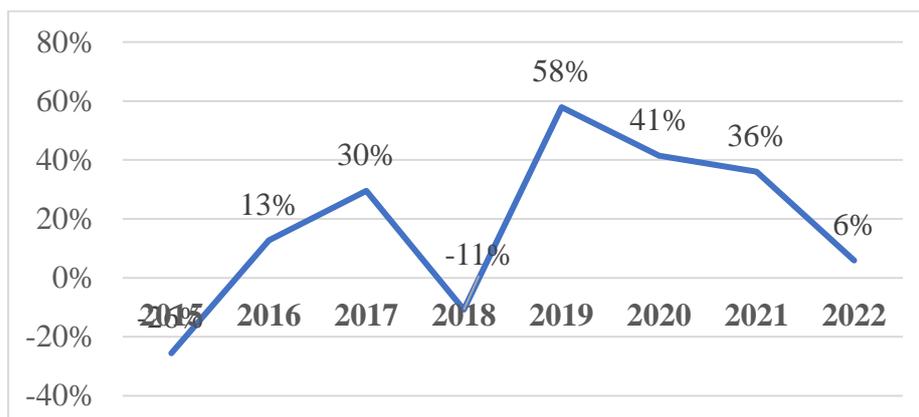
Figura 1 Número de Empresas para las actividades G4651 y J6201.01



Nota. Elaborado con datos obtenidos de la Superintendencia de Compañías hasta el año 2022 (Centeno, 2023)

De acuerdo a las mencionadas actividades se refleja un crecimiento del 6% en el año 2022 en referencia al 2021, en empresas dedicadas a la venta al por mayor de computadoras.

Figura 2 Crecimiento de las compañías relacionadas a las actividades G4651 y J6201.01
Crecimiento de las compañías relacionadas a las actividades G4651 y J6201.01



Nota. Elaborado con datos obtenidos de la Superintendencia de Compañías hasta el año 2022 (Centeno, 2023)

En la pandemia existió un crecimiento de las empresas que ofertaban la venta de computadoras y por otro lado existió el crecimiento en la asesoría tecnológica, es importante mencionar que las Pymes representan 84,3% de los establecimientos, y aportan 13% al Producto Interno Bruto (PIB).

2.2.2. Ciclos económicos.

El servicio de asesoría y ventas de equipos tecnológicos no responden a una estacionalidad, utilizarán nuestros servicios de acuerdo a la necesidad y cambios tecnológicos, de la misma manera en la venta o arrendamiento de equipos dependerá de la planificación de infraestructura tecnológica que se requiera implementar.

El sector tecnológico es afectado por el desabastecimiento de semiconductores que son utilizados para el ensamblaje de equipos tecnológicos, esto genera que no podemos ofertar precios competitivos y en los tiempos que el cliente solicite.

Existen políticas que afectan positivamente al desarrollo de las empresas tecnológicas al impulsar los emprendimientos y la innovación que en la mayoría de su contexto necesitan cambios de tecnología, por otro lado, las leyes tributarias impactan negativamente por el tiempo y el recurso que debemos destinar para la elaboración de anexos y pagos de impuestos.

2.3. Análisis de la competencia

2.3.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Nivel: Alto

El acceso a la tecnología a través de la compra en línea permite que cada vez exista más empresas creadas con el objetivo de proveer el equipo tecnológico a las Pymes, e inclusive permite que las Pymes puedan importar directamente los equipos desde cualquier parte del mundo.

En cuanto a la asesoría se ve afectada porque cada vez existen profesionales que optan por el emprendimiento y no por el trabajo en relación de dependencia creando empresas que se dedican a la asesoría tecnológica.

2.3.2. Posición de fuerza de clientes

Nivel Medio

Según datos del (Laborales, 2023) en el año 2021 existe un decrecimiento Pymes en un -21.76% respecto al año 2020, llegando a un número total de 47.910 empresas, sin embargo, existe una tendencia de crecimiento de las microempresas lo que permite determinar que son las empresas que requerirán de los servicios de asesoría y compra de equipos tecnológicos.

2.3.3. Posición de fuerza de proveedores

Nivel Bajo

Los proveedores mayoristas existente en el país y que son los que tienen forma de ofrecer precios bajos en los equipos tecnológicos, tienen requisitos previos de cumplimiento para que una empresa llegue a ser partner de la marca. De la misma manera su política es la venta al por mayor a través de empresas constituidas y autorizadas para este giro del negocio.

En cuanto a la asesoría se requiere personal que tenga conocimiento y experiencia tanto en el equipo tecnológico, así como las configuraciones para que el equipo se encuentre funcionando, de la misma manera el personal debe estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías para que el cliente pueda sentir que el costo vale la pena.

2.3.4. Amenaza de productos sustitutos

Nivel bajo

Las Pymes pueden optar por contratar personal en relación de dependencia y crear el departamento de tecnología que se dedique a los cambios de infraestructura, o cambios de tecnología, sin embargo, el costo administrativo para mantener este departamento es bastante alto.

2.3.5. Matriz Boston Consulting Group (BCG)

De acuerdo al análisis de la matriz BCG la empresa puede ingresar con precios bajos para captar el mercado, para el crecimiento puede ser un precio medio para captar mayor demanda de clientes, ya con una demanda estable el precio justo para mantener una demanda estable, como se puede ver en la figura 3.

Figura 3 Matriz BCG para la empresa Deepsolutions Cía. Ltda.



2.4. Análisis del mercado/ investigación del mercado/mercado objetivo.

Se realizaron encuestas para cuantificar la información demográfica de las pequeñas y medianas empresas con enfoque a la asesoría tecnológica, y acerca de la frecuencia, tipos de contratos para soporte técnico. Uno de los principales resultados obtenidos es que más del 50% de empresas no tienen un departamento de TI.

2.4.1. Segmentación de clientes.

De acuerdo a la información publicada en la (CIIU, 2023) en Quito existe un total de 39,347 empresas catalogadas como Pymes.

Según (Laborales, 2023) INEC menciona que el 53,75% de la Pymes corresponden al sector Servicios y el 24,98% pertenece al sector del comercio, considerando estos porcentajes el mercado objetivo sería 30761 empresas que requerirían la asesoría tecnológica y actualización de equipo informático, esto porque son las actividades económicas que deben tecnificarse en su mayoría para poder responder la demanda de los clientes.

2.4.2. Matriz de Operacionalización de Variables.

La empresa Deepsolutions Cía. Ltda. Ofrece sus servicios en la ciudad de Quito y Cuenca, sin embargo, en la primera parte de la comercialización se priorizará la atención en Quito por el número de empresas que existen en esta ciudad, en la Tabla 2 se encuentran las variables a considerar para cumplir con los principales objetivos específicos.

Tabla 2 Matriz de Operacionalización de variables para Deepsolutions Cía. Ltda.

Nro.	Objetivos Específicos	Variable	Sub Variable	Indicadores	Instrumento
1	Lograr la participación en el mercado de venta de equipos tecnológicos para Pymes en un 15% en Quito para el año 2025.	Participación del mercado	Ventas	Ventas	Informe de Ventas
				Nivel de Satisfacción del cliente	Encuestas de Satisfacción
			Benchmarking	Porcentaje de participación	Encuestas Focus Group
2	Alcanzar una rentabilidad para la empresa del 8% para el año 2023	Rentabilidad	Ventas	EBITDA	Informe de Resultados de pérdidas y ganancias
			Retorno de la inversión del proyecto	ROI	Informe de Resultados de pérdidas y ganancias

2.4.3. Perfil del cliente

Son personas que tienen experiencia en cargos gerenciales o cargos estratégicos superior a los 5 años, deben tomar decisiones y que formen parte de los directorios de las Pymes.

Figura 4 Matriz Buyer/ Person para Deepsolutions Cía. Ltda

CLIENTE PERFECTO		
<p>ANTECEDENTES</p> <p>Las personas deben tener al menos 5 años de experiencia en cargos gerenciales estratégicos.</p>	<p>Gerente / Líders de la Empresa</p> 	<p>DESAFÍOS</p> <p>Inspirara a otras personas para que utilicen la tecnología en el desarrollo y crecimiento de sus empresas</p>
<p>DEMOGRÁFICA</p> <p>Edad: 35 años Género: Indistinto Nivel Socio Económico: Pymes Raza: Mestizo Lugar de residencia: Quito</p>		<p>OBJECIONES COMUNES</p> <p>No tengo el presupuesto para la inversión en tecnología</p>
<p>OBJETIVOS</p> <p>Realizar innovaciones en la empresa. Tener opciones accesibles para la compra de tecnología</p>	<p>PASATIEMPOS E INTERESES</p> <p>Les gusta el desarrollo profesional Les gusta estar a la vanguardia de la tecnología</p>	<p>GRANDES TEMORES</p> <p>Que el valor de la inversión sea alta y no apoye al desarrollo de la empresa</p>

2.5. Análisis FODA.

Una vez evaluados los factores externos (EFE) y los factores internos (EFI), en la Tabla 3, se muestra el análisis FODA.

Tabla 3 Matriz FODA para Deepsolutions Cía. Ltda.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa cuenta con personal capacitado tanto en equipos como en asesoría tecnológica. • Cuenta con alianzas estratégicas con los proveedores mayoristas de tecnología lo que le permiten competitividad en costo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un crecimiento en las Microempresas en la ciudad de Quito. • La mayoría de Pymes no cuenta con un departamento de TI. • Existe cambios de tecnologías a corto plazo
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de presupuesto para fortalecer las finanzas de la compañía • No cuenta con presencia en otras ciudades del país 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevas empresas con precios bajos. • Compra directa de equipos en las plataformas digitales. • Cambios en las leyes Tributarias.

2.6. Definición de la estrategia genérica específica del negocio (con base en PESTEL, PORTER, BCG, FODA y demás análisis antes realizados).

Una vez consolidados los análisis realizados de los entornos externos e internos, se ha identificado los productos-servicios que ofrece la empresa, complementando con el análisis

FODA se puede plantear una estrategia que permita a Deepsolutions lograr los objetivos planteados.

La estrategia es priorizar el servicio de asesoría a las empresas Pymes segmentando los diferentes tipos de necesidades que puedan tener las empresas de acuerdo a la actividad económica, la asesoría incluir un presupuesto de compra de equipos con precios competitivos para entregar una solución de 360 grados.

2.7. Conclusiones del capítulo

El presente capítulo representa una gran recopilación de conocimientos que permite encontrar información valiosa que debe ser utilizada para ajustar la estrategia y la consecución de los objetivos planteados.

Ha permitido determinar que el servicio de consultoría y bastante valorado especialmente por las empresas que no tienen un departamento de TI pero que sin embargo quieren optimizar recursos y contar con un servicio oportuno y rápido.

CAPÍTULO 3: Propuesta de solución del problema planteado – Naturaleza del negocio

3.1. Naturaleza, filosofía del negocio y estilo corporativo.

Deepsolutions Cía. Ltda. brinda servicios de asesoría y venta de equipo tecnológico para pequeñas y medianas empresas, ofrece servicios integrales en la compra o renovación del equipo de tecnología de las PYMES.

3.2. Misión y visión.

3.2.1. Misión

Entregamos soluciones tecnológicas que permiten el crecimiento de las empresas, brindando asesoría personalizada y ofertando equipos de cómputo con la mejor tecnología, garantía de fábrica, precio justo y accesible, brindando un servicio eficiente, confiable y de calidad.

3.2.2. Visión

“Ser un aliado estratégico para las PYMES en la ciudad de Quito, contribuyendo al desarrollo de nuestros clientes, posicionar la marca de la empresa y los servicios que ofrece, mediante la mejora continua y capacitación en los avances tecnológicos a nuestro personal”.

3.3. Objetivos de crecimiento y financieros considerando el análisis de la industria.

- Captar el 15% del mercado de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito para el año 2028.
- Alcanzar una rentabilidad del 8% para el año 2025.

3.4. Información legal

3.4.1. Tipo de empresa, estado legal actual o para constitución; Gastos de constitución;

Normas o Política de distribución de utilidades. Capital social. Socios, participantes.

Tipo de empresa: Responsabilidad Limitada.

Actividad Económica: CIIU G4651.01- Venta al por mayor de computadoras y equipos periféricos.

Estado Legal: Constituida.

Gastos de Constitución:

Detalle	Valor
Honorarios Abogado	\$ 500,00
Valor Superintendencia de Compañías	\$ 420,00
Total	\$ 920,00

Número de socios: 3 (tres)

Socios	%
Michael Méndez	40%
Patricia Centeno	30%
Alexandra Uzhca	30%

Capital Social: \$ 400,00

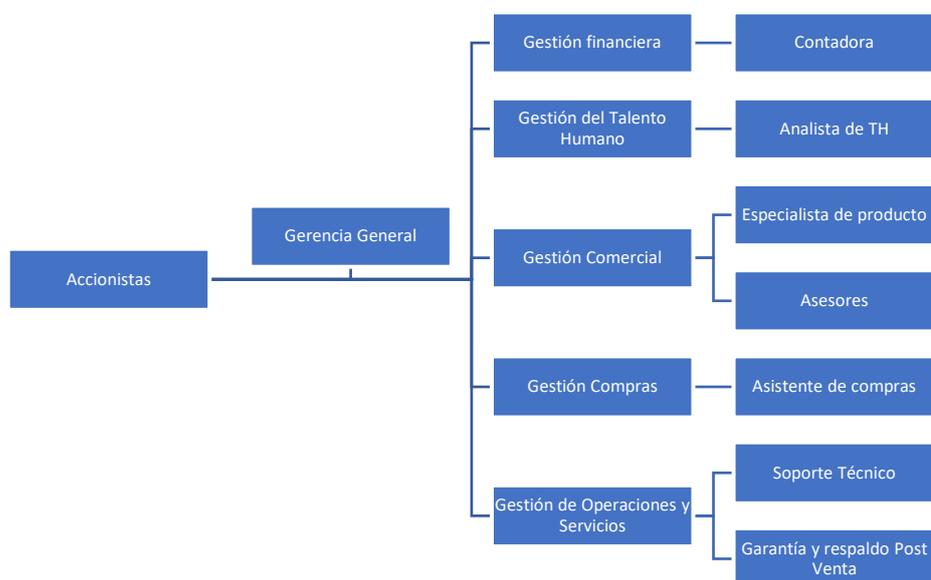
Accionista	%	Capital Social
Michael Méndez	40%	\$ 160,00
Patricia Centeno	30%	\$ 120,00
Alexandra Uzhca	30%	\$ 120,00
Total	100%	\$ 400,00

3.4.2. Legislación vigente (ventajas y desventajas) que regule la actividad económica y la comercialización de los productos / servicios (urbana, ambiental, laboral y protección social, registros, tributaria, protección intelectual y ambiental).

Items	Descripción
Ley de Compañías	Vigila y controla que las actividades de las compañías y otras entidades se encuentren de acuerdo a las condiciones establecidas por la ley.
Acuerdo Interministerial Nro. 21001	Estrategia Nacional del comercio electrónico.
Código Tributario	Regula los impuestos que deben ser cancelados por la empresa.
Código del Trabajo	Regula la relación empleado-empleador.
Ley de Seguridad Social	Establece los derechos de las personas en relación de dependencia o sin ella.

3.5. Estructura Organizacional: Descripción detallada de los integrantes y sus responsabilidades. Gobierno corporativo. Organigrama.

Figura 5 Organigrama



Responsabilidades:

- **Gerente General:** Encargado de definir la estrategia para el cumplimiento de los objetivos planteados y toma de decisiones financieras.
- **Gestión Financiera:** área encargada de administrar las finanzas y establecer fuentes de ingreso de la empresa, llevar de manera ordenada la información contable de la empresa, cumplir a tiempo y de forma correcta con las obligaciones tributarias propias del giro del negocio, realizar pagos a proveedores, nómina y gastos generales de la empresa, gestionar la recuperación de la cartera vencida, elaboración y presentación de informes de estados financieros de la compañía. Esta persona será un profesional independiente que goza de la confianza de los Accionistas y Gerente General.
- **Gestión del Talento Humano:** realiza procesos de contratación del personal calificado.
- **Producto y Ventas:** se encuentra conformada por el Especialista de Producto y el Asesor comercial, con el fin de elaborar en conjunto las soluciones personalizadas para el cliente. El asesor especializado en tecnología, es la persona encargada de levantar las necesidades del cliente a través de visitas a las empresas, así como de la recuperación de cartera. El Especialista de producto es el encargado de diseñar la mejor solución a medida de las necesidades del cliente y entregar la oferta al Asesor Comercial.
- **Gestión de Compras:** realiza las compras de los equipos, partes y piezas, y pedidos especiales de nuestros clientes, cotizando con los proveedores de la empresa y seleccionando la mejora oferta. Las compras son aprobadas por la Gerencia General previo a una gestión coordinada con el departamento Ventas, Financiero y Operaciones.

- **Gestión de Operaciones y Servicios:** el departamento de operaciones y servicios está conformado por profesionales técnicos capacitados en tecnología, son los encargados de cumplir con el servicio ofertado por el comercial dentro de los tiempos y con la calidad requerida por el cliente, elaborar cronogramas y SLA de cumplimiento garantizado la eficiencia y calidad del servicio. Coordinar con nuestros proveedores el proceso correspondiente para hacer uso de la garantía del fabricante en caso de ser necesario o dependiendo la necesidad del cliente.

3.6. Ubicación: Lugar donde se ubicará la empresa/proyecto, y por qué (justificar desde el punto de vista comercial y operativo). Si tiene subsidiarias explique.

Se encuentra ubicada en Ecuador-Pichincha-Quito, ciudad donde existe 39.347 empresas Pymes y que permite tener un campo de comercialización más amplio, reduciendo costos de logística y movilización en la oferta o entrega de productos.

3.7. Ventaja competitiva y propuesta de posicionamiento considerando la estrategia genérica definida.

3.7.1. Ventaja Competitiva

Según (Porter, 1982) existen tres tipos de ventajas competitivas: Liderazgo en costos, que considera la eficiencia en la cadena de valor y proyectar esta reducción al precio del producto. Liderazgo en diferenciación, realizando productos diferentes por los cuales el cliente esté dispuesto a pagar más. Segmentación, diseñar productos pensados en un segmento bien definido según los hábitos de consumo, el lugar donde se encuentre ubicado, o un tipo de población en específico.

La ventaja competitiva utilizada por Deepsolutions Cía. Ltda. es Liderar en diferenciación, buscando ser un aliado estratégico en el desarrollo de las Pymes, brindando un servicio diferenciado al contar con asesoría personalizada para levantar las necesidades de

cada empresa, poner a disposición personal altamente calificado con capacitación continua, lo que permite entregar ofertas a medida que genera un valor agregado y complementado con la venta de equipos a precios competitivos y con garantía de fábrica.

3.7.2. Propósito de Marca

Para las Pymes ubicadas en la ciudad de Quito, que buscan generar competitividad a través de una estrategia tecnológica, optimizando recursos y automatizando procesos, Deepsolutions es la marca que le permite fortalecer la innovación tecnológica, brindando servicios y productos dinámicos, de calidad, con alto sentido de profesionalidad, y en el tiempo esperado, generando la mejor experiencia de asesoría en nuestros clientes.

3.8. Estrategias de Mercadeo: (con base en los análisis previos realizados: PESTEL, PORTER, BCG, FODA y análisis de mercado):

3.8.1. Producto o servicio: Descripción básica, especificaciones o características, aplicación / uso del producto o servicio, diseño, calidad, empaque y embalaje. Garantía y servicio postventa; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago. Analizar fortalezas y debilidades del producto o servicio, frente a la competencia.

Deepsolutions Cía Ltda. actualmente ofrece servicios de Asesoría y Soporte Técnico.

- **Asesoría:**

Deepsolutions Cía. Ltda. trabaja de la mano con proveedores y fabricantes que están a la vanguardia de las últimas tecnologías, y que se han convertido en nuestros aliados estratégicos, de esta forma unimos esfuerzos para asesorar a las empresas en la renovación del equipo tecnológico ya sea a través de venta de equipos a precios competitivos o bajo la modalidad de leasing (arrendamiento de computadores).

El asesor de tecnología visita o realiza reuniones virtuales con los representantes de las empresas para determinar las necesidades del cliente en cuanto a equipamiento tecnológico y de esta manera elaborar una proforma personalizada.

- **Soporte Técnico:**

Mantenimiento Preventivo: Realizar chequeos dos veces al año de los equipos de cómputo a nivel de hardware, así como software (Programas Utilitarios, licencias, etc.), prolongando la vida útil de los equipos y garantizando un correcto funcionamiento.

Varias empresas optan por contratar proveedores externos para realizar este tipo de mantenimiento pagando un valor mensual, acordando visitas semestrales en horarios flexibles. Existen otras empresas que contratan el servicio por horas de soporte y dependiendo de la cantidad de equipamiento tecnológico que posean.

Mantenimiento Correctivo: este servicio es utilizado, una vez que se ha presentado inconvenientes con el equipo tecnológico o el mismo deja de funcionar, en este caso es valorado por el cliente el tiempo de respuesta del proveedor externo y el funcionamiento del equipo tecnológico.

La empresa Deepsolutions realiza un acta de entrega detallando el equipamiento y servicio entregado con sus respectivas características y alcances de acuerdo a la propuesta aceptada por la empresa.

Deepsolutions Cía. Ltda. posee un manual de identidad Corporativa, basado en seis ítems: introducción, la marca, variantes y otros usos, usos no correctos, aplicaciones, papelería corporativa. Ver Anexo 1

Garantía

En la venta de equipos tecnológicos estamos respaldados por la garantía de fábrica mínima de 1 año. En el mantenimiento preventivo otorgamos una garantía de seis meses,

finalmente en el mantenimiento correctivo la garantía es de 3 meses ó la garantía propia partes y piezas propias del fabricante.

Servicio Post Venta:

Deepsolutions Cía. Ltda. brinda soporte virtual para nuestros clientes en caso de que el producto o servicio entregado presente algún inconveniente, aplicando las garantías propias del fabricante y/o Deepsolutions. El cliente deberá comunicarse a nuestro departamento técnico a través del correo electrónico info@deppsolutions.ec.

Método de Pago:

- Transferencia bancaria a la cuenta de Deepsolutions.
- Pago con tarjeta de crédito.

Condiciones de Pago:

- Pago contra entrega.

Análisis del producto o servicio, frente a la competencia.

Existen varias empresas que ofertan equipos tecnológicos en la ciudad de Quito, entre los que sobresalen principalmente Computron, Novicompu, Tecno Mega, sin embargo, estas empresas ofertan también sus servicios a nivel B2C por lo que no tienen productos dedicados para las pequeñas y medianas empresas.

En cuanto al soporte técnico existen varias empresas y emprendedores que realizan este tipo de actividad por lo que existe una gran competitividad en este entorno, y gran parte de estos se encuentran con enfoque al cliente final, es decir, ofrecen sus servicios a clientes B2C y lo realizan bajo demanda.

Existen en la ciudad de Quito algunas empresas que realizan consultoría tecnológica, otras tantas enfocadas al asesoramiento únicamente en preventa de equipos tecnológicos,

cuyo segmento corresponde a empresas de mayor tamaño, entre las principales tenemos a DOS, EY, Solutek B2B, entre otras.

Aunque existe una gran variedad de empresas que brindan estos servicios, Deepsolutions tiene una gran oportunidad basado en las Pymes que carecen de infraestructura de TI o un proveedor externo que sea un aliado estratégico en la innovación tecnológica.

3.8.2. Estrategias de distribución: Alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física internacional, estrategias de ventas, presupuesto, tácticas relacionadas con distribución.

3.8.2.1. Alternativas de Penetración

Deepsolutions Cía. Ltda. ha generado convenios con empresas de Talento Humano y otros tipos de consultores, profesionales de ventas que tienen cartera de clientes que necesitan este servicio generando de esta manera un plan de recomendación de nuestros servicios.

3.8.2.2. Alternativas de comercialización

Deepsolutions Cía. Ltda. posee un departamento de ventas que facilita la gestión comercial y el acercamiento a los potenciales clientes para la oferta de nuestros servicios y productos, toda nuestra asesoría es realizada de manera directa sin intervención de intermediarios, lo que genera confianza en nuestros clientes. El e-commerce será utilizado para la venta de equipo tecnológico.

3.8.2.3. Estrategia de ventas

Realizar webinar en conjunto con el fabricante para nuestros clientes, con el fin de actualizar los conocimientos sobre nuevas tecnologías y/o actualizaciones de nuestros fabricantes, generando de esta forma fidelidad de nuestros aliados estratégicos y recomendación para nuevos clientes.

3.8.2.4. Distribución

Para equipos tecnológicos, partes y piezas será entregando al cliente por movilización propia de la empresa al encontrarse dentro de la ciudad de Quito y será realiza por el personal técnico que acuda a implementar la solución.

3.8.2.5. Presupuesto

Los valores que son utilizados para la puesta en marcha del cliente se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 4 Presupuesto

Alternativas	Acción	Valor
Alternativas de Penetración	Plan de recomendación de nuestros clientes	\$ 300,00
Alternativas de Comercialización	Desarrollo de la página e-commerce	\$2.500,00
Estrategia de Ventas	Webinar con fabricantes	\$ 500,00
Distribución	Movilidad Propia	\$ 500,00
Total		\$3.800,00

3.8.3. Estrategias de precios

3.8.3.1. Análisis de costos del producto o servicio

Para los clientes que contraten el servicio de mantenimiento a través de un contrato anual se establecen tarifas de acuerdo al número de computadores, en el caso de mantenimiento correctivo las partes o piezas deben ser compradas por las Pymes para la puesta en marcha del equipo. Los valores detallados no tienen incluido el IVA.

De 1 a 10 computadoras: \$ 25,00

De 10 a 20 computadoras: \$ 20,00

Más de 20 computadoras: \$ 15,00

Para clientes que no cuentan con un contrato anual, el valor del servicio será de \$30,00,

El costo para la asesoría de equipamiento tecnológica será de \$ 60,00, en caso de realizar la compra de los equipos con nuestra empresa la asesoría no tendrá costo.

3.8.3.2. Análisis del precio del producto o servicio. Análisis competitivo de precios, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario (exportaciones), preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios.

Para la determinación de precios nos hemos en los precios que oferta la competencia, y el valor promedio en el mercado, se determinó que el costo de mantenimiento oscila desde los \$25,00 dólares a \$45,00 dólares, mientras que las asesorías tecnológicas se encuentran en un valor promedio entre \$50,00 hasta \$70,00.

El valor de los equipos dependerá de las necesidades y requerimientos del cliente, por lo que no se puede estimar un valor promedio.

Condiciones de Pago: el pago será contra entrega del servicio o producto, y podrá ser realizado por transferencia bancaria o tarjeta de crédito.

Impuesto a las ventas: las ventas pagan el 12% IVA, la empresa no es agente de retención por lo que no grava ningún otro impuesto en las ventas.

Costos de transporte: la empresa cuenta con movilización propia por lo que el costo está incluido dentro de los precios detallados anteriormente.

Tácticas relacionadas con precio: el precio puede variar dependiendo el número de equipos, tipo de soporte y el contrato de prestación de servicios que tenga el cliente.

3.8.4. Estrategias de Promoción y Comunicación: Promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes

Deepsolutions Cía. Ltda. realizará campañas publicitarias a través de mailing, a nuestros clientes que accedan a la página web.

La principal estrategia de promoción para la empresa será realizada a través de nuestro personal comercial generando relaciones a largo plazo y nexos con nuestros clientes, lo que permitirá tener un buen índice de recomendación, el personal de Deepsolutions deberá utilizar la camiseta polo de acuerdo al manual de marca de la empresa, de igual manera utilizarán material promocional de la empresa.

3.9. Presupuesto: Cuantificar los costos en que se incurren en la aplicación de cada estrategia.

Campañas mailing:	\$ 50 mensuales
Camisetas Polo con la imagen de marca empresarial:	\$200,00 anuales
Tarjetas de Presentación del equipo comercial	\$100,00 anuales.
Material promocional	\$ 100,00 anuales.

3.10. Proyecciones de ventas: Selección de método de pronóstico de ventas/supuestos empleados. Defina cantidades de ventas mensualmente el primer año, y los totales de los años subsiguientes. Determine los ingresos (en US\$ dólares) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Análisis del punto de equilibrio.

Deepsolutions Cía Ltda. desea alcanzar al año 2025 el 15% de las empresas clasificadas como Micro, pequeña y medianas empresas que no disponen de un departamento de TI que según el análisis del mercado corresponde aproximadamente al 51%.

Los costos fijos se estiman serán los siguientes:

Tabla 5 Costos Fijos

Rubros	Mensual	Anual
Nómina	\$ 3.341,60	\$ 40.099,20
Arriendo bodega	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Capacitaciones	\$ 100,00	\$ 600,00
Servicios Básicos	\$ 20,00	\$ 240,00
Contadora	\$ 60,00	\$ 720,00
Internet	\$ 30,00	\$ 360,00
COSTOS FIJOS	\$ 3.651,60	\$ 43.219,20

Cantidades de ventas por año

Deepsolutions Cía. Ltda. tiene varias combinaciones de productos que puede ofertar a las empresas, por esta razón para la simulación de las ventas se considera el costo de la Asesoría tecnológica que tiene un costo de \$60,00, sin tomar en cuenta los requerimientos de soporte técnico.

Tabla 6 Cantidades de Ventas por Año

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Asesorías mensuales	\$51,18	\$102,37	\$153,55	\$204,74	\$345,00
Asesorías anuales	\$614,21	\$1.228,42	\$1.842,64	\$2.456,85	\$3.071,06
Mercado Objetivo	\$20.473,73	\$20.473,73	\$20.473,73	\$20.473,73	\$20.473,73
Participacion Mercado	3,00%	6,00%	9,00%	12,00%	15,00%

CUENTAS A PROYECTAR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Proyectadas (\$)	\$ 36.864,72	\$ 74.107,46	\$ 111.921,10	\$ 150.375,79	\$ 189.511,73
Costo de Ventas	\$ 19.420,10	\$ 27.677,18	\$ 36.344,91	\$ 46.299,55	\$ 47.416,26
Gastos Operativos	\$ 24.039,10	\$ 24.653,48	\$ 25.283,56	\$ 25.929,74	\$ 26.592,44
Depreciación Anual (\$)	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00

Análisis del punto de Equilibrio:

De acuerdo a los datos antes detallados se determina que la empresa Deepsolutions, logra el punto de equilibrio al entregar una hora de servicio a 671 empresas, con 2 recursos comerciales.

Tabla 7 Datos Punto de Equilibrio

Datos	
Precio Unitario	\$ 60,00
Cantidad de venta	614
Costo Unitario	\$ 31,62
Costos fijos	\$ 1.618
Punto de equilibrio	57

Cantidad	Total Ingresos	Total Costos	Costo Fijo	P.Equilibrio	Ganancia
0	\$ -	\$ 1.618	\$ 1.618		
614	\$ 36.853	\$ 21.038	\$ 1.618		
57				\$ -	
57				\$ 3.421	
491					\$ 17.154
491					\$ 29.482

Figura 6 Punto de Equilibrio



3.11. Conclusiones del capítulo

Este capítulo es muy importante porque realizamos todos los análisis correspondientes a costos que van de la mano con las estrategias para la consecución de los objetivos de desarrollo de la empresa, logramos clarificar las ventas que debemos realizar para lograr el punto de equilibrio y es importante para ver los resultados que podemos lograr aplicando la estrategia definida.

CAPÍTULO 4: Propuesta de solución al problema planteado - Operaciones

4.1. Gestión Táctica de Operaciones. Avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar. Táctica Operativa (planes concretos, a mediano plazo, con base en las estrategias establecidas para poder desarrollarlas).

Táctica Operativa:

Las tácticas operativas serán realizadas en base a las estrategias descritas en el capítulo 3.

Decisiones estratégicas:

- Diseñar el plan para la campaña publicitaria hasta el año 2025, en el primer año se enviará mailyng a nuestros correos promocionando los productos y servicios de la empresa con la finalidad de que puedan reenviar esta información y de esta manera aumentar la recomendación de la empresa.
- Con el personal comercial de la empresa se realizará un plan de posicionamiento de marca, entregando material publicitario, tarjetas de presentación, y utilizando el uniforme corporativo de la empresa.

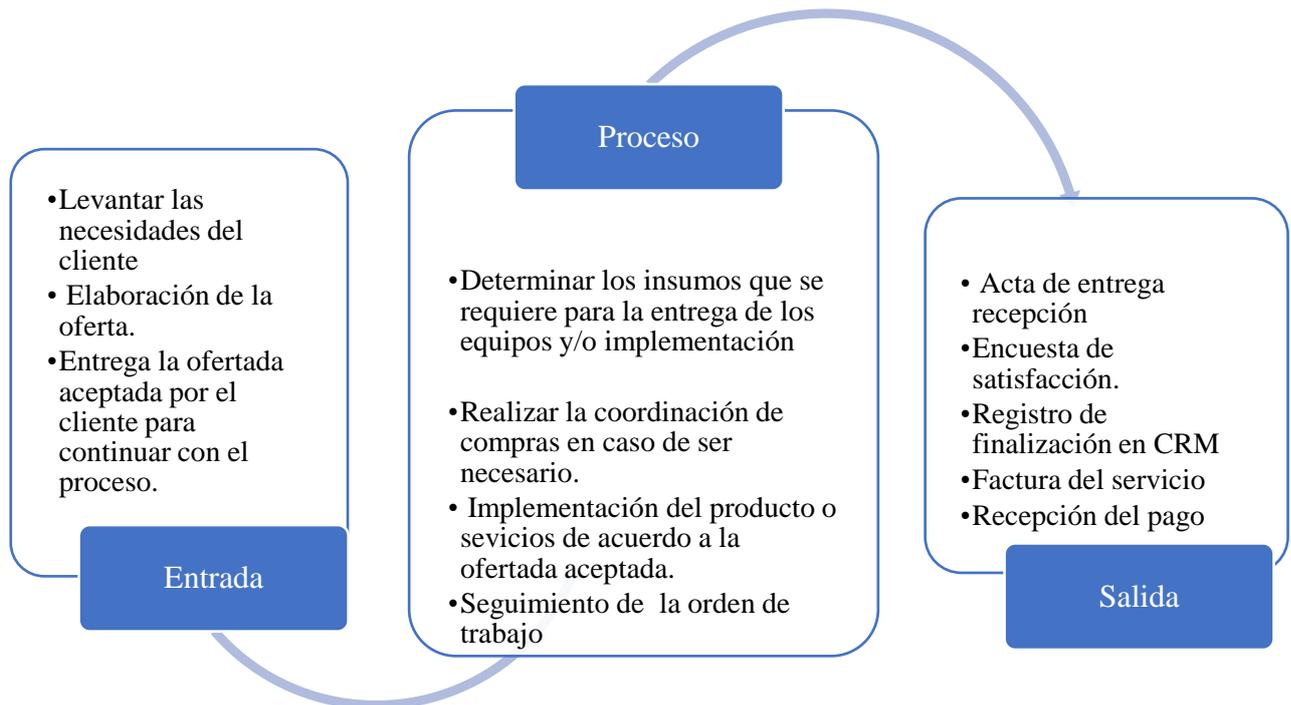
Decisiones Tácticas:

- Automatizar los procesos de la empresa por optimizar los recursos.
- Implementar un sistema de tareas, CRM y BI para realizar los seguimientos de las ofertas, CRM para registrar las oportunidades de negocio, y BI para generar seguimiento de información y modelos predictivos para la venta.

4.2. Descripción del proceso: Diseño, puesta en marcha y producción. Macro procesos y Cadena de valor (donde se pueda identificar la ventaja competitiva antes descrita).

Análisis de la capacidad del proceso - diagrama de flujo.

Figura 7 Macroproceso Deepsolutions Cía. Ltda.



Cadena de Valor

En la cadena de valor podemos observar que el primer paso es realizar la consultoría con los clientes para determinar las necesidades, y posterior diseñar una propuesta de valor con el fabricante que es nuestro aliado estratégico.

Figura 8 Cadena de Valor

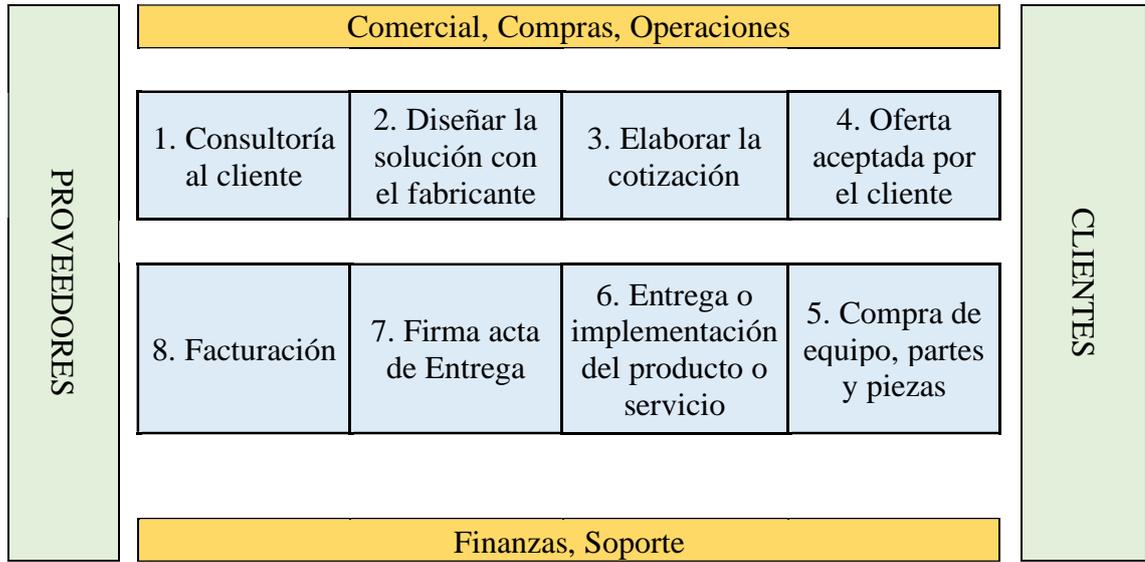


Figura 9 Matriz CANVAS



4.3. Necesidades y requerimientos/capacidad instalada: Materias primas e insumos; Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas; Capacidad instalada; Mantenimiento; Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas; Mano de obra operativa especializada requerida. Cuantificación de los costos de las necesidades y requerimientos para estas adquisiciones (inversión inicial, mano de obra, gastos, compras para la producción, etc.).

Al entregar soluciones a la medida de la empresa, no tenemos productos en inventario para la venta, las compras se realizarán dependiendo de las necesidades del cliente.

Los costos de promoción y penetración fueron explicados en el capítulo tres, el valor de la inversión inicial es:

Tabla 8 Inversión Inicial

Conceptos	Costos	Depreciación
Equipos informáticos	\$ 2.250,00	\$ 742,50
Aplicaciones informáticas	\$ 3.000,00	\$ 600,00
Transporte	\$15.000,00	\$ 3.000,00
Total	\$20.250,00	\$ 4.342,50

Como podemos observar al no ser fabricantes del producto, los costos de inversión son bastantes bajos, existen también convenios de pago con los fabricantes que permite ofertar soluciones personalizadas para el cliente.

4.4. Plan de producción: Tomando como referencia el plan de ventas y la capacidad instalada, establecer las cantidades a producir y sus respectivos tiempos, teniendo en cuenta las políticas de inventario, en el caso de empresas comerciales o de manufactura. En el caso de empresas de servicio, análisis de la capacidad de brindar el servicio (análisis de filas de espera).

Deepsolutions Cía. Ltda. al ser una empresa que ofrece servicios personalizados, y tomando en cuenta que la oferta al cliente la realiza en conjunto con el proveedor, los valores de compra dependerán de cada proyecto, en los casos que se requiera.

De acuerdo al plan la proyección de ventas determinamos que el primer año vamos a realizar asesorías a 1030 para lo cual necesitamos 2 personas del área comercial, por lo tanto, concluimos que tenemos el personal que se requiere para cubrir la demanda.

4.5. Plan de compras: En base al Plan de Producción y en la cuantificación de las necesidades y requerimientos. Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores; pago a proveedores; planeación de compras (dependiendo de la naturaleza del negocio); Control de calidad: procesos de control de calidad requeridos por la empresa, control de calidad a las compras, implementación y seguimiento a normas de calidad establecidas, plan de control de calidad.

Deepsolutions Cía. Ltda. tiene como aliados estratégicos a los principales mayoristas y fabricantes que le permite manejar ofertas competitivas en el mercado:

Mayoristas

- Intcomex
- Siglo XXI
- Nexxys

Fabricantes

- HP
- LENOVO
- ASUS
- DELL

El control esta atada a la encuesta de satisfacción del cliente, tomando en cuenta que los equipos y/o partes y piezas vienen con Garantía del fabricante y será aplicada en caso de presentar alguna falla.

4.6. KPI's de desempeño de la gestión táctica (planes establecidos en 4.1) y proceso productivo

Tabla 9 KPI de Desempeño

Decisión	KPI	Indicador
Automatizar los procesos de la empresa por optimizar los recursos.	Nro. de Procesos automatizados / Nro. De Procesos Totales	> 90%
Implementación de CRM	Avance de implementación / Implementación de CRM	100%
Implementación de sistema de tareas	Avance de implementación / Implementación de sistema de tareas	100%

4.7. Conclusiones del Capítulo

Este capítulo es muy interesante para los giros de negocio que realizan procesos de fabricación o procesos industriales porque permite planificar la operación y mapear cada una de las acciones que le permiten satisfacer la demanda.

CAPÍTULO 5: Propuesta de solución al problema planteado - Plan financiero

5.1. Supuestos a considerar para la elaboración del plan financiero

Dentro del plan financiero existen algunas variables importantes que afectan directa o indirectamente al proyecto, el PIB per cápita según el Banco Mundial para el año 2021 cerró en el valor de 5,965 y se prevé crecimiento para los siguientes años, de esta forma podemos predecir que existirá crecimiento en el poder adquisitivo para las empresas.

A continuación, un detalle de los rubros y valores supuestos utilizados para el proyecto:

Tabla 10 Datos y supuestos

Estructura de Capital	Valor
Capital Total	\$25.000,00
Recursos Propios	\$17.500,00
Préstamo Bancario	\$ 7.500,00

Sueldos y Salarios	Valor
Aporte Patronal	11,15%
Aporte Patronal	9,45%
Pago de Utilidades	40%
Reinversión	60%
Tasa de Interés	11,83%
Plazo de Crédito (años)	5

Impuesto a la Renta	25%
---------------------	-----

5.2. Estados Financieros Proyectados

Los estados financieros permiten evaluar el desempeño de la empresa proyectado a 5 años, cada uno de ellos nos proporciona información importante.

5.2.1. Estado de resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos de las proyecciones realizadas podemos observar que el primer año la empresa no genera utilidad antes de impuestos y participaciones, para el segundo año la empresa ya genera utilidad por el valor de \$ 18,048,19.

Tabla 11 Estados de Resultados

**ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE**

INGRESOS OPERACIONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	36.864,72	74.107,46	111.921,10	150.375,79	189.511,73
(-) COSTO DE VENTAS	19.420,10	27.677,18	36.344,91	46.299,55	47.416,26
Materia Prima	-	-	-	-	-
Mano de Obra	16.060,10	24.296,69	32.943,79	42.877,68	43.973,52
Costos Fijos	3.360,00	3.380,50	3.401,12	3.421,86	3.442,74
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	17.444,62	46.430,27	75.576,19	104.076,25	142.095,46
(-) GASTOS OPERACIONALES	24.039,10	24.653,48	25.283,56	25.929,74	26.592,44
GASTOS ADMINISTRATIVOS	24.039,10	24.653,48	25.283,56	25.929,74	26.592,44
Sueldos	24.039,10	24.653,48	25.283,56	25.929,74	26.592,44
(-) DEPRECIACION	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Maquinaria y Equipo	-	-	-	-	-
Vehículo	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
Equipos de Computación	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Edificios	-	-	-	-	-
Mobiliaria	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	- 9.594,48	18.776,80	47.292,63	75.146,51	112.503,03
(-) GASTOS NO OPERACIONALES	825,21	728,61	533,84	312,59	71,14
Gastos financieros	825,21	728,61	533,84	312,59	71,14
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP	- 10.419,69	18.048,19	46.758,79	74.833,92	112.431,89
15 % participación de utilidades	- 1.562,95	2.707,23	7.013,82	11.225,09	16.864,78
UTILIDAD ANTES DE IMP	- 8.856,74	15.340,96	39.744,97	63.608,83	95.567,11
22% Impuesto a la Renta	- 2.214,18	3.835,24	9.936,24	15.902,21	23.891,78
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	- 6.642,55	11.505,72	29.808,73	47.706,62	71.675,33
Pago utilidades	- 2.657,02	4.602,29	11.923,49	19.082,65	28.670,13
Reinversion	- 3.985,53	6.903,43	17.885,24	28.623,97	43.005,20

5.2.2. Estado de situación o balance general

Para la elaboración del balance, la empresa Deepsolutions Cía. Ltda. tomará en cuenta el valor de asesorías, no realizará proyecciones sobre la venta de equipos informáticos, porque depende de la necesidad de cada empresa. El ROA en el primer año genera un valor negativo del 45% , sin embargo, a partir del segundo año incrementa generando un retorno del 61% sobre el valor de los activos.

Tabla 12 Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	7.500,00	5.267,86	13.828,08	33.175,34	63.040,09	107.044,60
BANCOS						
CAJA	7.500,00	5.267,86	13.828,08	33.175,34	63.040,09	107.044,60
ACTIVO FINANCIERO		-	-	-	-	-
CUENTAS POR COBRAR		-	-	-	-	-
ACTIVO NO CORRIENTE	17.500,00	14.500,00	11.500,00	8.500,00	5.500,00	2.500,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	17.500,00	14.500,00	11.500,00	8.500,00	5.500,00	2.500,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	-	-	-	-	-	-
VEHICULO	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00
EQUIPO DE COMPUTACION	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
MOBILIARIA	-	-	-	-	-	-
EDIFICIO	-	-	-	-	-	-
TERRENO	-	-	-	-	-	-
(-) DEPRECIACION ACUMULADA		3.000,00	6.000,00	9.000,00	12.000,00	15.000,00
TOTAL ACTIVO	25.000,00	19.767,86	25.328,08	41.675,34	68.540,09	109.544,60
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
CUENTAS POR PAGAR	-	-				
PROVEEDORES		-	-	-	-	-
PASIVO NO CORRIENTE	7.500,00	6.315,43	4.990,73	3.509,32	1.852,65	0,00
PRESTAMO BANCARIO L/P	7.500,00	6.315,43	4.990,73	3.509,32	1.852,65	0,00
CXP LP	-		-	-	-	-
TOTAL DE PASIVO	7.500,00	6.315,43	4.990,73	3.509,32	1.852,65	0,00
PATRIMONIO						
CAPITAL	17.500,00	17.500,00	17.500,00	17.500,00	17.500,00	17.500,00
CAPITAL SOCIAL	17.500,00	17.500,00	17.500,00	17.500,00	17.500,00	17.500,00
RESULTADOS		- 3.985,53	2.917,90	20.803,14	49.427,11	92.432,31
UTILIDAD DEL EJERCICIO		- 3.985,53	6.903,43	17.885,24	28.623,97	43.005,20
UTILIDAD RETENIDA			- 3.985,53	2.917,90	20.803,14	49.427,11
TOTAL PATRIMONIO	17.500,00	13.514,47	20.417,90	38.303,14	66.927,11	109.932,31
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	25.000,00	19.829,90	25.408,63	41.812,45	68.779,76	109.932,31

Razones de liquidez						
Razón circulante		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Razones de apalancamiento						
Razón de deuda a capital	0,43	0,47	0,24	0,09	0,03	(0,00)
Cobertura del efectivo	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Razones de rentabilidad						
Margen de utilidad		-18,0%	15,5%	26,6%	31,7%	37,8%
ROA		-45%	61%	95%	93%	87%
ROE		0%	33%	53%	61%	67%

5.2.3. Estado de flujos de caja

El flujo de cada para la empresa es positivo a partir del segundo año obteniendo como resultado el valor de \$19.713, esto considerando que lo que ofertamos son servicios y no requiere mayores gastos. Al final del ejercicio la relación deuda/capital es positiva, por cada dólar de deuda ganaremos \$1,50 en el capital.

Tabla 13 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA LIBRE

Ítem	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja libre del proyecto						
Utilidad antes de intereses, impuestos y participación	0	(10.420)	18.048	46.759	74.834	112.432
Gastos de depreciación	0	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Gastos de amortización	0	920	920	920	920	920
15% Participación trabajadores	0	(1.563)	(2.707)	(7.014)	(11.225)	(16.865)
Impuesto a la renta	0	(2.214)	(3.835)	(9.936)	(15.902)	(23.892)
I. Flujo de efectivo operativo neto	0	(10.277)	15.426	33.729	51.627	75.595
Flujo de caja libre del inversionista						
Inversión de capital de trabajo neto	(25.000)	0	0	0	0	0
Variación de capital de trabajo neto	0	0	0	0	0	0
Recuperación de capital de trabajo neto	0	0	0	0	0	0
II. Variación de capital de trabajo neto	(25.000)	0	0	0	0	0
Inversiones	(17.500)	0	0	0	0	0
III. Gastos de capital (CAPEX)	(17.500)	0	0	0	0	0
Flujo de caja libre del proyecto	(42.500)	(10.277)	15.426	33.729	51.627	75.595
Flujo de caja libre del inversionista	(42.500)	(10.277)	15.426	33.729	51.627	75.595
Flujo de caja libre del proyecto	(42.500)	(10.277)	15.426	33.729	51.627	75.595
Préstamo		6.331	5.016	3.536	1.872	0
Gastos de interés		(825)	(729)	(534)	(313)	(71)
Amortización del capital						
Escudo Fiscal						
Flujo de caja libre del inversionista	(42.500)	(4.771)	19.713	36.731	53.186	75.524

VAN	60.994
TIR	38%
B/C	1,44

Relación
Deuda
Capital

Por cada \$1,00 de Deuda genero \$1,50 de Capital

5.2.4. Análisis de relaciones financieras: Índices aplicables a la empresa e industria;

VAN, TIR, PRI y considere el análisis de punto de equilibrio.

La tasa TIR al final de los cinco años genera un 38% mientras que el WACC es del 18,86% al ser menor que la TIR podemos evidenciar que el proyecto es altamente rentable.

VAN	60.994
TIR	38%
B/C	1,44

WACC (año 5)	18,86%	Empresa
Rf	3,61%	Bloomberg Us treasury
Bapal		
MRP	6,71%	adamodar/summary for ppt stocks - T Bill
Riesgo país Ec	15,17%	BCE
Utilidad Antes de Imp (UAI)	100%	
Trabajadores	15%	
Base Imponible	85%	
Imp Renta (IR)	25%	Según supuestos
U Neta	60%	
Tasa de impuesto	40%	

5.3. Impacto económico, regional, social y ambiental: Generación de empleo directo, ventas nacionales y exportaciones, según el caso, etc.

El impacto que genera la empresa Deepsolutions Cía. Ltda. en la economía es de gran importancia, porque genera rentabilidad y crecimiento en el tiempo, desarrollando fuentes de empleo en varias áreas, especialmente en el área comercial y operativa, al tratarse de una empresa de servicios no tiene impacto negativo en el ambiente.

5.4. Conclusiones del capítulo

El presente capítulo es de gran importancia porque permite plasmar los valores finales resultantes de todas las estrategias establecidas en los capítulos anteriores y podemos validar de esta forma la viabilidad financiera del proyecto.

CAPÍTULO 6: Conclusiones Generales y Recomendaciones (Progreso 3)

Luego de analizar el mercado podemos evidenciar que existen grandes oportunidades para el asesoramiento a pequeñas y medianas empresas (PYMES) ya que la automatización de todas las industrias es importante para mejorar la eficiencia.

Al tener un TIR del 38% comparado con el WACC del 18,86% podemos concluir que la empresa es altamente rentable.

Lista de referencias

Referencias

- 131, A. M. (04 de August de 2023). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de gob.ec:
<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/Acuerdo-Ministerial-131.pdf>
- Calderón, B. (2013). EFECTOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA COMPETITIVIDAD DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS . Quito, Pichincha, Ecuador.
- Centeno, P. (2023). Superintendencia de Compañías.
- CEPAL. (2022). Obtenido de cepal.org:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/48077/13/EE2022_Ecuador_es.pdf
- Directorio de Compañías*. (23 de January de 2023). Obtenido de
<https://mercadodevalores.supercias.gob.ec/reportes/directorioCompanias.jsf>
- el Caribe, C. E. (15 de febrero de 2017). *Acerca de Microempresas y Pymes*. Obtenido de Cepal.org: <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- Flor, D. S. (30 de agosto de 2013). La externalización de computadoras en las empresas de comercio al por mayor PYMES del Guayas a través del sistema de virtualización. Guayaquil, Guayas, Costa.
- INEC. (04 de april de 2023). *Tecnologías de la Comunicación y de la información*. Obtenido de gob.ec: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2022/202207_Tecnolog%C3%ADa%20de%20la%20I
nformaci%C3%B3n%20y%20Comunicaci%C3%B3n-%20TICs.pdf

Laborales, I. (2023 de April de 2023). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Obtenido de Gob.ec:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/EMPLEO/2022/Agosto_2022/202208_Mercado_Laboral.pdf

Narea, W. (27 de jun de 2019). *Las mipymes representan el 99% de negocios en Ecuador*.

Obtenido de El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/06/27/nota/7396308/mipymes-representan-99-negocios-pais/>

Narea, W. (27 de jun de 2019). *Las mipymes representan el 99% de negocios en Ecuador*.

Obtenido de El Universo:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/06/27/nota/7396308/mipymes-representan-99-negocios-pais/>

Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva - Técnica para el análisis de sectores industriales y de la competencia*.

Primicias. (20 de July de 2021). *El 59% de las pymes ha desarrollado nuevas líneas de negocio*. Obtenido de Primicias.ec:

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/pymes-desarrollo-nuevas-lineas-negocio/>

Quiroga-Parra, D. J., Torrent-Sellens, J., & Zorrilla, C. P. (Jun de 2017). *Usos de las TIC en América Latina: una caracterización*. Chile, Arica.

Serrano, H. (., & Chen Kuan, J. C. (Diciembre de 2005). *Estudio de factibilidad de un plan de negocios para una empresa que ofrece soluciones tecnológicas de NTICs para pymes de Quito*. Obtenido de usfq.edu.ec:

https://repositorio.usfq.edu.ec/jspui/handle/23000/1056/simple-search?cv=1&etal=0&filter_field_1=dateIssued&filter_type_1>equals&filter_value_1=2005&filtername=subject&filterquery=Ciencias+sociales&filtertype>equals&order=desc&query=&rpp=10&sort_by=score

Stalin, D. S. (27 de agosto de 2015). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACION DE SERVICIO DE SOPORTE TÉCNICO DE LA EMPRESA PC ELECTRONIK A LAS PYMES DEL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. Guayaquil, Guayas, Costa.

Vélez, M. J., & Chamba, N. E. (2017). Estructura de las PyMEs en la economía ecuatoriana. *Revistas Unl*, 32.

Apéndice (Progreso 3)

Apéndice A. Preguntas de encuestas realizadas

1. ¿La clasificación de su empresa es?
 - Micro
 - Pequeña
 - Mediana
 - Otra.

2. ¿El giro de negocio de su empresa es?
 - Comercio
 - Servicios
 - Salud
 - Sector Financiero
 - Hoteles
 - Manufactura
 - Educación
 - Gobierno
 - Otra

3. ¿Cuántos empleado tiene su empresa?
 - De 1 a 10
 - De 11 a 30
 - De 31 a 50
 - De 51 a 100

- Más de 100

4. ¿En qué lugar de Quito se encuentra ubicada su empresa?

- Norte
- Sur
- Centro
- Cumbayá y alrededores
- Valle de los chillos

Equipamiento Tecnológico

5. ¿Cada que tiempo la empresa realiza renovación del equipo tecnológico?

- Un año
- Dos años
- Tres años
- Cinco años

6. ¿Qué tipo de mantenimiento realiza la empresa a los equipos tecnológicos?

- Correctivo
- Preventivo
- Correctivo y Preventivo
- Ninguno

7. ¿Qué marca o fabricante de computadoras utiliza actualmente su empresa?

- HP
- Dell
- Lenovo
- Asus

- Otra.
8. ¿Los equipos tecnológicos de la empresa cuentan con garantía vigente del fabricante?
- Si
 - No
9. Le gustaría realizar la renovación de equipo tecnológico a través de:
- Adquisición de equipos
 - Leasing (Arrendamiento de equipos con pago mensual)

Asesoría Tecnológica

10. ¿Su empresa cuenta con departamento de TI?
- Si
 - No
11. ¿Cuántas personas conforman el departamento de TI?
- De 1 a 3
 - Más de 3
12. ¿Cuenta con algún proveedor externo para soporte, reparación y mantenimiento de los equipos tecnológicos?
- Si
 - No
13. ¿Le interesaría contar con soporte técnico externo para su empresa?
- Si
 - No
14. ¿Qué tipo de soporte técnico les gustaría contratar?

- Valor mensual
- Por hora de soporte

Apéndice C . Manual de identidad Corporativa



MANUAL DE
MARCA_DEEPSOLUTI