



A.F. 132719

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



FACULTAD DE INGENIERÍA EN ELÉCTRICA Y COMPUTACIÓN

Plan de Negocios para el desarrollo del proyecto de
creación de la microempresa

*"Servicios Integrales de Secretariado en Sistemas de
Información para Pymes en la Península de Santa Elena"
("PymeSis")*

TESIS DE GRADO

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
MASTER EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL**

PRESENTADO POR:

EVELYN DEL PEZO IZAGUIRRE

**GUAYAQUIL – ECUADOR
2008**

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que con su apoyo, colaboración han hecho posible que este documento se realice y se convierta en una oportunidad de negocio ofertando nuevas fuentes de empleo que contribuyan al desarrollo de la Península de Santa Elena.

DEDICATORIA

A emprendedores que crean en la mano de obra de su gente y ante todo estén dispuestos a aportar al desarrollo socioeconómico del país.

Para quienes no desmayan en sus sueños, convicciones y buscan crecer humana y profesionalmente sin temor a alcanzar el éxito por muy duro que se muestre el camino.

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Lenín Freire
Director de Tesis

Ing. Eduardo Armijos
Vocal Suplente

Ing. Jaime Lozada
Vocal Principal

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL".

(Reglamento de Graduación de la ESPOL).

RESUMEN

"**Pymesis**" surgió como alternativa de demanda de los servicios secretariales de ciertos grupos de microempresarios quienes no disponen de infraestructura física para su empresa y empleados o medios suficientes como para cubrir al 100% los honorarios profesionales de una secretaria.

El estilo del negocio esta orientado a ofertar servicios secretariales a través del uso de las TIC's (Internet, telefonía, otros). Básicamente el Cliente solicita y paga solo por servicios puntuales solicitados a su secretaria virtual, quien desde un lugar remoto atiende a los clientes de sus jefes con envío de misivas, manejo de agendas y archivos, entre otros.

El Target principal son las Pymes de la Península de Santa Elena, iniciando la cartera de clientes con Santa Elena, La Libertad y Salinas.

En este documento se describe Plan de Negocios para el desarrollo del proyecto de creación de la microempresa "Servicios Integrales de Secretariado en Sistemas de Información para Pymes en la Península de Santa Elena" ("**PymeSis**").

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
1. GENERALIDADES.....	2
1.1. Antecedentes.....	2
1.2. Objetivos	3
1.3. Misión.....	3
1.4. Visión	4
1.5. Alcance del proyecto.....	4
1.6. Proyecciones a futuro	4
2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	6
2.1. Servicio que se oferta	6
2.2. Ventajas y oportunidades de mercado	8
2.3. Punto diferenciador y beneficios.....	9
2.4. Características de los sistemas de información que soportan el servicio.....	9
2.5. Consideraciones mínimas de los sistemas de información	11
2.6. Presentación del servicio que se oferta.....	12
3. ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMPETIDORES.....	13
3.1. Análisis de mercado.....	13
3.2. Análisis del consumidor.....	17
3.3. Objetivos mercadológicos y financieros	18
3.4. Cuantificación del mercado.....	19
3.5. Análisis de competencia	22
3.6. Modelos de negocios aplicables al proyecto.....	28
3.7. Modelo de negocio referencial y su alcance.....	29
4. ESTRATEGIA COMERCIAL	33
4.1. Lanzamiento del servicio	33
4.2. Estrategias: precio, comercialización, promoción y distribución	35
4.3. Políticas de comercialización y de servicios	39
5. MARCO LEGAL Y SEGURIDADES.....	41
5.1. Marco legal (empresa, empleados y clientes).....	41
5.2. Seguridad en el manejo de la información (empresa y clientes)	44
5.3. Limitaciones legales o técnicas en el país	46
6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO-ORGANIZACIONAL	48
6.1. Estructura de la empresa	48
6.2. Políticas laborales.....	49
6.3. Filosofía de servicio	50
6.4. Análisis del equipo de trabajo	52
6.5. Herramientas de control y desempeño	53
6.6. Metodologías de trabajo aplicables al proyecto.....	57
6.7. Requerimientos de recursos para aplicar la metodología.....	59
6.8. Beneficios de la metodología.....	59
6.9. Factores medibles al implementar la metodología.....	60

7. ANÁLISIS FINANCIERO	62
7.1. Capital de trabajo.....	62
7.2. Inversión en activos	62
7.3. Presupuestos	63
7.4. Análisis de costos.....	65
7.5. Flujo de caja.....	66
7.6. Análisis de razones financieras.....	71
7.7. Análisis de riesgos e intangibles	72
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
Conclusiones	75
Recomendaciones	76
BIBLIOGRAFÍA	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1: Criterios para selección de Sistemas	10
Tabla # 2: Monitoreo de Niveles de Satisfacción.	16
Tabla # 3: Objetivos Mercadológicos y Financieros.	18
Tabla # 4: Mercado Potencial.	19
Tabla # 5: Segmentación de Mercado.....	21
Tabla # 6: Tabla de Precios.	36
Tabla # 7: Aportes de los socios.	62
Tabla # 8: Inversión en Activos.	63
Tabla # 9: Presupuesto del Personal Administrativo.	64
Tabla # 10: Presupuesto de Servicios Básicos e insumos.	64
Tabla # 11: Inversión por Rubros.	65
Tabla # 12: Amortización del préstamo para Inversión del proyecto.	66
Tabla # 13: Proyección de Ventas.	67
Tabla # 14: Flujo de Caja - Proyección 5 años.....	68
Tabla # 15: Balance General.	69
Tabla # 16: Estado de Ganancias y Pérdidas.	70
Tabla # 17: Razones Financieras.....	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico # 1: Modelo de Negocio General	31
Gráfico # 2: Modelo de Negocio desde la perspectiva Empresarial de los SIG	32

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES	1
A.1. DESCRIPCIÓN DE CARGO "GERENTE GENERAL"	1
A.2. DESCRIPCIÓN DE CARGO "ASESOR EXTERNO"	2
A.3. DESCRIPCIÓN DE CARGO "ASESOR COMERCIAL"	3
A.4. DESCRIPCIÓN DE CARGO "ADMINISTRADOR DE REDES Y SISTEMAS"	4
A.5. DESCRIPCIÓN DE CARGO "SECRETARÍA"	5
A.6. DESCRIPCIÓN DE CARGO "AUXILIAR DE SERVICIO"	6
A.7. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "GERENTE GENERAL"	7
A.8. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "ASESOR EXTERNO"	9
A.9. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "ASESOR COMERCIAL"	12
A.10. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "JEFE DE PROYECTOS"	13
A.11. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "SECRETARÍA"	15
A.12. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "AUXILIAR DE SERVICIOS"	17
ANEXO B: INFRAESTRUCTURA DE PYMESIS	18
B.1. DISEÑO DE LAS OFICINAS "PLANTA BAJA"	18
B.2. DISEÑO INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA OFICINAS "PLANTA BAJA"	19
B.3. DISEÑO DE LAS OFICINAS "PLANTA ALTA"	20
B.4. DISEÑO INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA OFICINAS "PLANTA ALTA"	21
ANEXO C: LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	22
C.1. CUESTIONARIO PARA CYBER-CAFES DE LA RUTA DEL SOL	22
C.2. INTERPRETACIÓN DE SONDEO DE CYBER-CAFES DE LA RUTA DEL SOL	23
C.3. HOTELERÍA Y USO DE LA TECNOLOGÍA EN LA RUTA DEL SOL	25
ANEXO D: PRESENTACIÓN DEL SERVICIO	26
D.1. HOMEPAGE DE LA PÁGINA INFORMATIVA DE "PYMESIS"	26
D.2. IMAGEN CORPORATIVA DE "PYMESIS"	27
D.2.1. CARPETA PROMOCIONAL	27
D.2.2. HOJA MEMBRETADA	28
D.2.3. SOBRE	29
D.2.4. TARJETA DE PRESENTACIÓN DE EJECUTIVOS	29
D.2.5. TRÍPTICO INFORMATIVO (ANVERSO)	30
D.2.6. TRÍPTICO INFORMATIVO (REVERSO)	31
D.2.7. PUBLICIDAD	32
ANEXO E: GLOSARIO DE TÉRMINOS	33
ANEXO F: FLUJO DE EFECTIVO (INVERSIÓN SOLO DE SOCIOS)	36

INTRODUCCIÓN

Considerando la importancia de los Sistemas de Información Gerencial en la vida los proyectos y negocios que se lleven a cabo, se ve la necesidad de analizar el entorno de estos, no solo en el marco de sistemas que apoyen la gestión, sino también en la parte administrativa como tal.

"Pymesis" al ser implementado, requiere estudio y análisis de marcos legales, seguridades, metodologías de trabajos aplicables y sobre todo el soporte de herramientas tecnológicas, en el que se basará el negocio y su interacción con el cliente.

En lo que respecta a manejo de las TIC's, se sugerirá alternativas de sistemas de información que pueden incorporarse para el desenvolvimiento óptimo del proyecto, sin embargo como esto influye en la parte económica, se establecerán requerimientos mínimos que debe contemplar el inversionista para su implementación.

Finalmente la tesis será orientada al Plan de Negocios para el desarrollo del proyecto de creación de la microempresa "Servicios Integrales de Secretariado en Sistemas de Información para Pymes en la Península de Santa Elena" ("**Pymesis**").

Capítulo 1

1. GENERALIDADES

1.1. ANTECEDENTES

“Servicios Integrales de Secretariado en Sistemas de Información para Pymes en la Península de Santa Elena” (“*Pymesis*”), estará conformado por un grupo de líderes especializados en brindar servicios secretariales. La modalidad de trabajo es a distancia, desde su oficina, solo es necesario interactuar telefónicamente, por e-mail o por fax con la empresa cliente.

De ser preciso en los casos en que se requiera de la presencia física nuestra para realizar alguna actividad secretarial, una persona se trasladará hasta su oficina.

El equipo de trabajo estará conformado por jóvenes emprendedores y profesionales de diferentes áreas como: Administración, Sistemas, Manejo de Proyectos, Marketing, Secretarías Ejecutivas y otros.

Personal con basta experiencia profesional en su área, buscando siempre la mejora continua de conocimientos y el compromiso interno con la filosofía de trabajo de la empresa.

Entre los valores que se fomentarán en el equipo de trabajo están:

- Ética y responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Honradez

"Pymesis" fue llevado como plan piloto a la comunidad peninsular gracias al aporte intelectual y económico de profesionales politécnicos de EDCOM Santa Elena, y al apoyo de directivos del PDPSE y EDCOM Guayaquil quienes creyeron en la aceptación del proyecto por parte de la comunidad.

1.2. OBJETIVOS

Los objetivos de **"Pymesis"** son:

- ❑ Cubrir una demanda de servicios por parte de las Pymes en la Península de Santa Elena.
- ❑ Ofertar trabajo a profesionales del área de secretariado o estudiantes de esta carrera que cursen los últimos niveles.
- ❑ Hacer uso y transferencia de tecnología entre los usuarios que soliciten los servicios que oferta **"Pymesis"**
- ❑ Fomentar en el medio peninsular una nueva cultura de hacer negocios a través de las TIC's.
- ❑ Crear un negocio rentable que sea aceptado y genere mayores demandas del medio para poder crecer y expandirse.

1.3. MISIÓN

Ofertar servicios administrativos – gerenciales de calidad con recursos y profesionales especializados en TIC's, fomentando de manera continua el crecimiento, desarrollo social y económico de las Pymes en la Península de Santa Elena.

1.4. VISIÓN

Ser líderes a nivel regional, manteniendo e incrementando nuestro portafolio de servicios en función de la demanda del medio.

1.5. ALCANCE DEL PROYECTO

Determinar los requerimientos mínimos para la creación de "*Pymesis*" estipulando las condiciones de los marcos legales como empresa y por el tipo de servicios que se ofertan; tomando como referencia un modelo de negocio que brinde el soporte y guía necesarios para el tipo de empresa a instaurar.

Posteriormente se elaborarán documentos básicos con información de descripciones de cargos, funciones, organigramas que permitan una visión general y específica de la forma como trabajar dentro de la empresa una vez que se inicien las actividades comerciales.

Adicionalmente se justificará la inversión económica para llevar a cabo este proyecto, determinando el análisis de competidores y estrategias de mercado para la comercialización de los servicios que ofertará "*Pymesis*".

1.6. PROYECCIONES A FUTURO

Considerando el alcance actual del proyecto y los servicios que ofertará, lo ideal es consolidar a futuro demandas típicas de una empresa tales como:

- Ofertar los servicios las 24 horas al día, de tal manera que se tenga contacto permanente con la secretaria virtual
- Relaciones Públicas: Manejo de Imagen empresarial, protocolo, relaciones con medios de comunicación, organización de eventos.
- Diseños básicos: invitaciones, logos e imágenes para eventos, presentaciones personalizadas para diapositivas.
- Otros: Armar programas de capacitaciones para el personal de la empresa, ser el medio para ampliar la red de contactos y conseguir invitaciones a foros, charlas, talleres, seminarios, etc.

Capítulo 2

2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Previendo la demanda del medio peninsular y el nivel de compromiso de profesionales que están dispuestos a satisfacerlas, se ha considerado imperante evaluar las necesidades de las pymes para orientar de manera adecuada los servicios que la empresa busca ofertar.

El servicio que **"Pymesis"** busca ofertar está orientado de tal manera que permite a la empresa ser parte de la organización de las labores administrativas del cliente y/o ser un canal de comunicación ante captaciones de nuevos mercados y clientes potenciales.

Los resultados de la ejecución de los trabajos pactados serán dados a conocer de forma diaria a los clientes con la finalidad de que exista una estrecha comunicación entre ellos y **"Pymesis"**.

2.1. SERVICIO QUE SE OFERTA

Los servicios que tiene previsto ofertar **"Pymesis"** tenemos:

- Mailings → Organizar un mailing para los clientes, actuales o potenciales, para anunciarles una oferta de un producto, el cambio de domicilio de su empresa o cualquier otra comunicación, **"Pymesis"** redacta las respectivas cartas con papel de su empresa y las enviamos por correo, fax o e-mail. Ahorrándole todo el tiempo que esto significa.
- Mecanografiado, edición, maquetación y transcripción de documentos (español e inglés)

- Pasar todo tipo de grabaciones a papel; enviándola a través de e-mail, disquete, CD.
- Agendas → Diseño, mantenimiento y actualización de su agenda
- Redacción oficios, presupuestos, informes, manuales de procedimientos.
- Documentos de Excel → Manejo de tablas convencionales y dinámicas, informes, gráficos estadísticos, etc.
- Diseño y Creación de Base de Datos → Orientado a cualquier tipo de información que los clientes requieran manejar. Garantizando el mantenimiento y administración continua de las mismas con absoluta confidencialidad.
- Búsqueda de información en Internet.
- Traducciones → De cartas o documentos que le han enviado en cualquier idioma y desea traducirla al castellano, o si bien tiene algún tipo de documento para enviar al exterior y lo quiere traducir a algún otro idioma. Servicio ideal para optimizar su comunicación externa.
- Concertación de Entrevistas
- Viajes de Negocios → Reservación de los pasajes, la estadía en los hoteles y los traslados. Ya sea para viajes al interior o al exterior de nuestro país
- Regalos Empresariales → Buscar presupuestos de diferentes tipos de regalos que se adapten al perfil de su empresa.
- Presentaciones en PowerPoint → Preparar presentaciones totalmente personalizadas con diseños de gran calidad que le dan un valor

añadido a sus palabras e ideas para las conferencias o charlas que tenga que realizar el cliente.

- Archivo → Organización y manejo óptimo de su archivo.

2.2. VENTAJAS Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

Considerando que en el medio no se está explotando al 100% los negocios a través del Internet pese a que la cultura de uso de este último se está masificando, el tipo de negocio de negocio que prevé implantar "**Pymesis**" es prometedor.

Entre las ventajas y oportunidades de mercado tenemos:

- Ser empresa líder en la península.
- Ofertar plazas de trabajo a profesionales o estudiantes de últimos niveles de carreras de secretariado que puedan laborar desde la oficina central de "**Pymesis**" o desde sus hogares a futuro.
- Obtener mayor provecho del uso actual de la telefonía móvil y el Internet para interactuar con la empresa.
- Se disminuyen los costos generales de la empresa cliente, tales como contratación de personal, alquiler de oficina, equipamientos informáticos, mobiliario. Así se genera mayor competitividad porque al disminuir gastos puede reducir el precio de sus productos o servicios.
- Se elimina la ausencia laboral en las empresas que contratan los servicios de una secretaria virtual por horas.

2.3. PUNTO DIFERENCIADOR Y BENEFICIOS

El punto diferenciador de "**Pymesis**" es que ofrece los servicios de una secretaria virtual, con quien puede trabajar desde lugares remotos contactándolo a través del teléfono y/o internet.

Entre los beneficios de los servicios que ofertará la empresa tenemos:

- Proporcionar atención personalizada y mejor servicio al cliente, ya que es ideal para personas que salen permanentemente de su oficina, la tienen en casa o por último no la tienen, ya que pueden estar informados todo el tiempo de lo que ocurre.
- Se contratan los servicios sólo cuando el volumen de trabajo lo requiera.
- La empresa cliente sólo paga por las tareas realizadas

2.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

QUE SOPORTAN EL SERVICIO

Considerando una fortaleza a los sistemas de información al momento de ofertar servicios a través de Internet, es importante determinar las características que estos deben contemplar para el buen funcionamiento y el alcance de las metas de la empresa.

Dentro de los sistemas de información para "**Pymesis**" tenemos las siguientes opciones:

Sistemas de Información	Gratuitos	Existente en el mercado	Desarrollados a la medida del negocio
Requiere Inversión económica	x	√	√
Integración de Software (distintos proveedores)	x	x	√
Rápida implementación	√	x	x
Ambiente amigable	√	√	√
Permiten modularidad y escalabilidad	x	x	√
Soporte al usuario	x	√	√
Manual de usuario (online/digital/impreso)	x	√	√
Garantías del software y certificación de seguridades	x	x	√
Manejo de estándares (calidad y servicios)	x	√	√
Permite auditar manejo de información	x	√	√

Tabla # 1: Criterios para selección de Sistemas

Basándonos en que la empresa se inicia y no cuenta con suficiente capital a invertir en sistemas ya desarrollados y haciendo hincapié en que los desarrolladores de la idea son profesionales del área de sistemas y marketing, se inclinan por la alternativa de desarrollar un software a la medida y aprovechar los beneficios de las aplicaciones de telefonía IP que se expenden con el servicio de la venta de estos equipos.

Entre las principales características de los sistemas de información a utilizarse están:

- **Website**, con acceso a datos y que maneje dos ambientes, orientados a usuarios del sitio y personal administrativo.
 - Seguridad y usuarios
 - Mantenimiento del Website

- **ERP**, gestión de recursos empresariales
 - Facturación, contabilidad y financiero
 - Control y flujo de documentos (trabajos realizados por tiempo, entrega via courier normal/especial)
 - Nómina y recursos humanos
 - Suministros
- **CRM**, relación con los clientes (Venta y Post-venta)
 - Requerimientos y atención de servicios (telefónico/web)
 - Control de clientes

2.5. CONSIDERACIONES MÍNIMAS DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Para iniciar el proyecto de "**Pymesis**" se requiere como mínimo considerar lo siguientes requerimientos a nivel de sistemas de información que permitan cumplir la expectativa de la empresa.

- **Website**, con acceso a datos y que maneje dos ambientes, orientados a usuarios del sitio y personal administrativo.
 - Seguridad y usuarios
 - Mantenimiento del Website

- **Módulos:**

- Facturación y contabilidad
- Control y flujo de documentos (trabajos realizados por tiempo, entrega vía courier normal/especial)
- Requerimientos y atención de servicios vía web y a nivel telefónico; este último no requiere ser desarrollado ya que actualmente el software de telefonía IP permite almacenar llamadas.

2.6. PRESENTACIÓN DEL SERVICIO QUE SE OFERTA

Considerando que el servicio se oferta es a través de una página web informativa, se presenta las imágenes del Homepage del sitio e imagen corporativa al final del documento en los Anexos D página 26.

Capítulo 3

3. ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMPETIDORES

3.1. ANÁLISIS DE MERCADO

La vanguardia de avances tecnológicos, exigencias y demandas de mercado constituyen la base sólida con las que **"Pymesis"** busca abrirse campo y ser un referente en la oferta de servicios profesionales a nivel administrativo, por ello ha determinado importante el desarrollar un estudio y análisis del mercado que se detalla en los siguientes ítems.

3.1.1. POSICIONAMIENTO Y PROMESA BÁSICA

"Pymesis" como empresa líder en el mercado peninsular en esta línea de negocios, tiene el compromiso de fomentar fidelidad entre sus colaboradores y clientes, con la finalidad de alcanzar sus metas y estar inmerso en un proceso de mejora continua de sus servicios.

Su promesa básica es ser **"La mejor alternativa en ofertar soluciones de Servicios Integrales de Secretariado en Sistemas de Información"** y buscará siempre para sus clientes:

- Proyecciones de negocios que ofrezcan alternativas de aplicación en las áreas que maneja la empresa.
- Ofrecer información oportuna y al día de la empresa y sus clientes.
- Atención personalizada para la organización de la agenda, eventos, que el cliente requiera para poder llevar a cabo sus negociaciones.

La empresa busca posicionarse entre sus clientes a través de la oferta de **"calidad en servicios administrativos"**.

3.1.2. ALTERNATIVAS DE DESARROLLO

"Pymesis" esta consiente de la importancia de tener planes de contingencia ante los cambios socioeconómicos y tendencias de mercado, por ello se prevé para los siguientes casos otras alternativas:

❖ **Posicionamiento**

Con la finalidad de afianzar la contratación de los servicios, se tiene previsto a través de un plan de marketing y un cronograma de visitas abordar a asociaciones de pymes claves y microempresarios independientes, de esta manera se venderá de forma personalizada los servicios de la empresa en caso de que en el día de la presentación oficial de la misma estos no se hayan decidido aún por trabajar con **"Pymesis"**.

De presentarse el caso que el grupo de clientes iniciales que se visiten no respondan de la forma positiva que esperamos, se mantendrá una base de datos de futuros clientes que estará previamente jerarquizada por asociaciones o gremios y personas que laboran de manera independiente.

❖ **Respuesta deficiente del mercado**

Ante una respuesta deficiente de mercado, se considera conveniente ofertar los servicios de **"Pymesis"** que incluyan teléfonos celulares,

inclusive dependiendo el tipo de cliente y su relación con la tecnología puede combinarse el plan inicial con computadora e Internet.

Se buscará un gremio clave y se determinarán las actividades con las que se relaciona, de tal manera que se organice un evento donde reciban un seminario - taller sin costo que los ayude fusionando PNL e inteligencia emocional para obtener un mayor desempeño profesional en su microempresa y así puedan determinar junto con **"Pymesis"** metas y objetivos a mediano plazo, punto en el cual se ratificará la importancia de incursionar en nuevos ámbitos, estilos de hacer negocios y el soporte administrativo que requieren y que su asistente virtual esta en condiciones de ofrecerle.

Otra opción analizada sería el elaborar convenios con los gremios para intercambio de servicios que lleven a abaratar costos a los contratos de sus afiliados y a su vez nos permitan que los beneficios que **"Pymesis"** recibe puedan ser un punto de partida para nuevas negociaciones con terceros, creando así una cadena de valor y servicios.

❖ **Ataque agresivo a los competidores**

Considerando que al momento no se tiene competencia alguna, se debe prevenir la presencia de competidores en el medio, cubriendo de forma efectiva, en el menor tiempo posible, el mercado primario, de tal manera que se pueda incorporar paulatinamente los otros grupos objetivos, manteniendo el mismo nivel de calidad de atención al cliente y mejorando los tipos de contratos ofertados a los consumidores.

❖ MONITOREO DE LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN

La base del control que se utilizará para monitorear el nivel de satisfacción de nuestros clientes se basará en el constante intercambio de información y sugerencias.

Se detalla a continuación en la siguiente tabla, el cronograma de monitoreo que se tiene previsto:

		Tipo de Monitoreo
Semestre I (Monitoreo de Aceptación y Adaptación)	Mes I	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 2 llamadas telefónicas (semana 1 y 3). ❖ Concretar al menos 1 visita (máx. 2) para explicaciones adicionales de cómo dejar requerimientos para sus asistentes virtuales a través del internet (semana 2 y 4). ❖ Envío de e-mail de apoyo si el caso amerita.
	Mes II	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 2 llamadas telefónicas (semana 1 y 3). ❖ 1 visitas para verificar su correcta interacción con la modalidad de trabajo vía internet (semana 2). ❖ Envío de e-mail de apoyo si el caso amerita.
	Mes III	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica (semana 2). ❖ Envío de e-mail de apoyo si el caso amerita.
	Mes IV y V	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Envío de e-mail de apoyo de consultas o resoluciones de problemas (mal uso del sitio en internet). ❖ 1 visita de ser necesario.
	Mes VI	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica (semana 2). ❖ Envío de e-mail de apoyo de consultas. ❖ Encuesta para medir el grado de aceptación y adaptación de usuarios a la modalidad de trabajo; así como la utilidad del servicio por las áreas de cobertura e información que se maneja.
	Semestre II (Monitoreo de sugerencias y/o nuevas necesidades)	Mes VII y VIII
Mes IX y X		<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica por mes. ❖ E-mail de apoyo ante consultas o solicitudes. ❖ Encuestas para conocer sugerencias o nuevas necesidades que deseen adicionar a nuestros servicios.
Mes XI y XII		<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica por mes y 1 visita a los 2 meses. ❖ E-mail de apoyo ante consultas o solicitudes.

Tabla # 2: Monitoreo de Niveles de Satisfacción

3.2. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Parte primordial de análisis es el consumidor o cliente y su nivel de demanda de servicios, por tanto es importante considerar características de ambos puntos, para ello se elaboró una encuesta dirigida a microempresarios de diferentes gremios e inclusive independientes, quienes indistintamente de tener una asistente para fines administrativos determinaron sus necesidades y la predisposición a ser parte de esta nueva de forma de trabajo.

El consumidor actualmente tiene el siguiente perfil:

- Buscar ingresos y mejoras a su negocio sin tener que invertir grandes cantidades de dinero.
- Mantener comunicación directa con su cliente en cualquier momento, por tanto invierte en telefonía celular.
- No contar con un espacio físico acorde a las necesidades administrativas de su negocio.
- Requerir personal que se haga cargo de la parte administrativa del negocio (atención al público si el negocio amerita, manejo de documentos, otros), con conocimientos mínimos contables y de secretariado que cobre honorarios incluso más bajos que el salario mínimo vital.
- Buscar y contactar nuevos clientes potenciales, actualizando periódicamente sus datos.

- Satisfacer las necesidades de sus clientes en cuanto a entrega oportuna y ágil de productos/servicios y documentación inmersa en el proceso (cotizaciones, facturas, memos, cartas, etc.)

Considerando que **"Pymesis"** es pionera en el mercado y que busca cubrir áreas claves de apoyo a la administración de negocios, la demanda del servicio ofertado estará dada en función del esfuerzo de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo en virtud de lo que se perciba alcanzar o se tenga como meta.

3.3. OBJETIVOS MERCADOLÓGICOS Y FINANCIEROS

Entre los objetivos que se esperan alcanzar en virtud al tiempo, tenemos:

Tiempo	Mercadológicos	Financieros
Corto plazo (1 año)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Promover en un 55% el uso de los servicios que oferta "Pymesis" como una solución útil e indispensable para la Administración de las pymes en la península de Santa Elena. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Equilibrar en la medida que sea posible durante los seis primeros meses los egresos de la empresa, de tal manera que sean cubiertos o superados por los ingresos en venta de los servicios que oferta "Pymesis".
Mediano plazo (2 años)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Asegurar la confianza en los servicios ofertados en un 70% sobre los clientes ganados hasta la actualidad y presentar algunas de las proyecciones que se tenían previstas, (nuevos servicios). 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recuperar la inversión que se realizó en la investigación y puesta en marcha del proyecto. ❖ Invertir un 20% de las utilidades en la investigación de las nuevas necesidades de los clientes para implementarlos como servicios en la empresa y en nueva tecnología que pueda y deba ser añadida a "Pymesis".

Largo plazo (3 años)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ofrecer los servicios de la empresa a las pymes y microempresarios independientes de las principales ciudades del país y lograr una captación aproximada de clientes de un 20%. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recuperar un 10% de la inversión realizada a mediano plazo. ❖ Incrementar ingresos en la venta de servicios en 20%. ❖ Invertir en una constante actualización y mejora de las herramientas de apoyo para la venta servicios y valores agregados post venta.
---------------------------------	---	---

Tabla # 3: Objetivos Mercadológicos y Financieros

3.4. CUANTIFICACIÓN DEL MERCADO

Actualmente en la Península existen los siguientes gremios que contemplan afiliaciones de pequeñas y medianas empresas que serán clientes potenciales del negocio.

Gremio	Cantidad Asociaciones	Afiliados - Inscritos	Miembros Activos
Cámara de Comercio PSE		437	200
Colegio de Ingenieros		62	30
Colegio de Arquitectos		60	30
Colegio de Contadores		150	71
Asociación de Pescadores en Santa Rosa	10	180	100
Otros gremios (transportistas, cámara acuicultura, varios)	7	65	35
			466

Tabla # 4: Mercado Potencial

3.4.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Como target primario del mercado meta, tenemos a las Cámaras y Asociaciones de la Península de Santa Elena, en éstas se centrarán nuestros esfuerzos para lograr cubrirla en su totalidad, posterior al primer año se incluirá Guayaquil, finalmente otras ciudades del país para luego proyectarnos a nivel nacional.

- Segmentación geográfica:
 - Target primario → Península de Santa Elena
 - Cobertura del target → 1 año aproximadamente
 - Target secundario → Guayaquil
- Segmentación demográfica:
 - Tipo de sector → Gremios, colegios, asociaciones
 - Tamaño del sector a cubrir → Pequeñas y medianas empresas
- Segmentación psicográfica:
 - Estilo de negocio → Pymes que busquen innovar su estilo de hacer negocios y mantener información integrada y relevante de la empresa facilitando la toma de decisiones y correlación con negocios afines.
- Segmentación conductista:
 - Tipo de Cliente → Empresarios pertenecientes a gremios o independientes que manejen Pymes.
 - Tipo de situación de compra → Se firma y legaliza contratos, se factura mensualmente por servicios solicitados.
 - Beneficios buscados
 - Servicio.
 - Posicionamiento.
 - Ser un canal de comunicación a nuevos negocios para los clientes.

- Consolidar y controlar la información de las áreas claves o todas las áreas de la empresa.
- Analizar y determinar nuevas necesidades de los clientes.
- Empresa.
 - Posicionarse como una empresa que oferta soluciones administrativas en la Península y la ciudad de Guayaquil.
 - Expansión a otras ciudades del país.
 - Maximización de las utilidades de la empresa.
- Actitud hacia el servicio → Positiva

Geográfica	
Península de Santa Elena	100%
Demográfica	
Colegios, gremios, asociaciones, otros	65%
Mercado Informal	35%

Segmentación Psicográfica	
Información integrada + Interactúan con TIC's	45%
Tener información integrada - No interactúan con TIC's	20%

Segmentación Conductista		
Pertenece a gremios (Activos)	Independientes (Registrados en gremios "Inactivos")	Beneficios + Respaldo legal
19%	26%	45%
18%	2%	20%

Tabla # 5: Segmentación de Mercado

3.5. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Inicialmente **"Pymesis"** no tiene competencia directa, o al menos los profesionales informales (personas de cybers, secretarias) que pueden ofertar sus servicios administrativos (digitación de documentos, búsqueda de información en Internet, traducciones) necesitarán un poco más tiempo para fusionar tecnología, experiencia y captación de mercado.

Sin embargo, el equipo de trabajo que conforma esta empresa esta consiente que en nuestro país se copian muchos las ideas, por ello su compromiso al estar siempre en la vanguardia tecnológica y de las necesidades del medio para ampliar su oferta al mercado Peninsular.

3.5.1. CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA

Actualmente se mide la calidad de servicio en virtud de los resultados, tal es así que mientras se tenga rapidez, eficiencia y eficacia la calidad de servicio estará en los niveles óptimos que el cliente requiere, ante esto **"Pymesis"** busca ofrecer de manera personalizada la atención oportuna a las necesidades de sus clientes, logrando que esto sea un valor agregado y no un servicio, tomándolo como un punto posicionador de venta positiva en la imagen que busca proyectar la empresa.

Se evaluará el valor agregado ofrecido al cliente mediante encuestas que ayuden a medir la calidad del mismo, de tal manera que inclusive sirva como retroalimentación para adicionar nuevos servicios para la venta.

3.5.2. TENDENCIA DEL MERCADO EN RELACIÓN AL SERVICIO

Una de las políticas de la empresa es que todo servicio se debe ofertar, cuidar y mantener (servicio post-venta); de tal manera que ayude a promocionar y vender a **"Pymesis"** de la mejor forma, ya que se esta consiente que indistintamente del valor que el cliente pague por un producto o servicio, esto no garantiza la calidad del bien que reciben.

Como compromiso del servicio post-venta, se mantendrán y adicionarán estándares y normas de calidad a la oferta y valores agregados dados al cliente.

3.5.3. OPORTUNIDADES EN DESARROLLO DE VALORES AGREGADOS

Entre los valores agregados que la empresa inicialmente puede ofertar están:

- Capacitación (dentro de su área de competencia y la que requerimos para la modalidad de trabajo con la empresa).
- Descuentos en contratación de internet.
- Servicio Post Venta como por ejemplo: implementación de un control de archivo físico, courier gratis/mitad de precio para envíos de mercaderías, otros.
- Adicionar nuevos servicios a costos más bajos como premio a la confianza.

3.5.4. CICLOS DEL SERVICIO

El ciclo de servicio se inicia al presentar la oferta de **"Pymesis"**, ya sea por una visita previamente coordinada al interesado o en las instalaciones de la empresa.

- La oficina estará ubicada en Santa Elena, calle Guayaquil y 9 de Octubre esquina, posee un letrero con el logo de la empresa para fácil identificación.
- La empresa cuenta con señalética de tal manera que orienta fácilmente a los visitantes. (Logo de la empresa y papelería de **"Pymesis"** Ver Anexos B-1 a B-5).
- Se cuenta con una secretaria quien recibe a los clientes que visitan la empresa, quienes son ubicados en una sala de recepción acondicionada para una agradable espera, se les ofrece algo de tomar (aromáticas, café, té, agua) e información escrita del medio (periódicos, revistas, etc).
- Los ejecutivos de Ventas atienden a los clientes resaltando las bondades y beneficios del servicio ofertado, enseñando un demo del website que permite interactuar con el cliente de tal manera que tenga una visión general del por qué y para qué se creó **"Pymesis"**.
- El cliente recibe información de la empresa para ser evaluada detenidamente por él u otros miembros de su organización si ameritara el caso.

- Se concreta una reunión posterior con el futuro cliente con la finalidad de hacer seguimiento y captación de mercado.

El negocio se concreta con la firma del contrato, se da la capacitación, asesoría continua y constante actualización de la información del website que permite interactuar a la empresa con el cliente.

Periódicamente se efectuarán mediciones de satisfacción, y seguimiento a sugerencias.

3.5.5. FUGAS DEL SERVICIO EN RELACIÓN AL SISTEMA DESARROLLADO

Entre las fugas de servicio tenemos:

- Congestión de tráfico por el paso de buses urbanos y parqueo al medio día que coincide con el horario de la salida de los colegios.
- El lugar no es muy conocido, se debe dar referencia el centro comercial o un colegio para ubicarlo.

No se cuenta con guardias de seguridad, por lo tanto no hay forma de identificar a las personas que ingresan a la empresa.

3.5.6. ENTE REGULADOR

En la línea de negocio a la que se encuentra orientada "**Pymesis**" no existe un ente regulador directo, sin embargo, el CORPECE (Corporación Ecuatoriana del Comercio Electrónico) creó la ley No. 67. R.O. Suplemento 557 de 17 de Abril del 2002 denominada "Ley de Comercio Electrónico,

firmas y mensajes de datos”, que se convierte en respaldo para ambas partes que incursionan en los negocios a través del internet.

Adicionalmente las empresas con las cuales se harán alianzas estratégicas para ofertar los diferentes servicios servirán de manera continua como ente regulador, con la finalidad de medir si el grado de servicio ofertado es el que percibe el cliente.

Internamente la empresa realiza también estas funciones con sus empleados en la confidencialidad para el manejo de información creando un amparo legal para la empresa y el cliente final.

3.5.7. POSIBILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN Y ÉXITO

En el mercado peninsular **“Pymesis”** tiene muchas posibilidades de implementación, si nos basamos en que actualmente un 80% de las pymes y microempresarios informales no tienen una persona que se encargue del manejo de la documentación de la empresa y que sean un soporte en el ámbito administrativo a un menor costo por hora para la realización de un trabajo de calidad.

Como resultado del estudio de mercado realizado al poner a disposición de los clientes potenciales los beneficios de los servicios integrales de secretariado en sistemas de información que se ofertará, se prevé la esperanza de compra del 22%. Esta información es relevante para

determinar la estrategia de venta que permitirá posicionar a **"Pymesis"** como empresa líder en ofertar este tipo de servicios a través del uso de las TIC's.

3.5.8. RESTRICCIONES O BARRERAS

En el estudio de factibilidad para la creación de **"Pymesis"** se contempló las diferentes barreras de entrada al mercado, siendo estas:

- ❖ El nivel de confianza que se tendría por parte de los clientes, considerando que es una empresa nueva en el medio y que fomenta el uso de las TIC's en los negocios.
- ❖ Poco conocimiento en el uso combinado de la tecnología (celulares, internet, firmas digitales, otros) dentro del ámbito de los negocios.
- ❖ Costos por contratación de servicio de internet y uso de firmas digitales, medios alternativos de comunicación y trabajo con la empresa.
- ❖ Cultura laboral y posibles resistencias al cambio ante la nueva forma de trabajar como cliente o empleado de la empresa.

- ❖ Idiosincrasia de las personas al preconcebir la idea de que el estilo de negocio no se aplica a ramas explotadas en la península como son la pesca, agricultura, artesanías, otros

- ❖ Influencia externa para retomar o mantener estilos de trabajo tradicionales, puede presentarse por presión de los gremios, colegas microempresarios u otras personas resistentes al uso de las TIC's.

3.6. MODELOS DE NEGOCIOS APLICABLES AL PROYECTO

Al definir el estilo de negocio de "*Pymesis*", podemos enfocar diferentes modelos apoyados con Internet y el uso de la tecnología que constituyan una base referencial para el desarrollo del plan de negocios que se busca justificar.

Entre los principales tenemos:

- **Intermediación - Corretaje (Brokerage)**, se cobra una comisión o una tarifa por cada transacción que se habilita, aplicable en B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer), C2C (Consumer to Consumer).
Oportunidades ofertar: clasificados, asesoría, compra/venta.
- **Comunidad (Community)**, comunidades organizadas por intereses específicos que permitan oportunidades de intercambio de información (redes de conocimiento) y oportunidad de nuevos negocios.

- **Intermediarios de información (Infomediary)**, obtener ingresos a través de suscriptores y anunciantes.

Oportunidades ofertar: boletines de prensa (periódicos o revistas por suscripción), recomendadotes (recaudar opiniones y experiencias de consumidores).

- **Publicidad**, atraer visitantes para vender "banners", "pop-ups" y "pop-downs" a los anunciantes.

Oportunidades ofertar: mercadeo por incentivo, portales generalizados/personalizados/especializados, consolidación de la marca.

Los sistemas de información gerencial constituyen un papel importante en la creación de una empresa cuya esencia será el e-commerce para el caso de "Pymesis", por tanto permitirán ofrecer soluciones gerenciales y organizacionales basadas en la tecnología para enfrentar los retos impuestos por el entorno.

3.7. MODELO DE NEGOCIO REFERENCIAL Y SU ALCANCE

En la economía digital cada negocio necesita la mejor forma para explotar las ventajas y promesas del Internet para así convertirla en una realidad práctica, por ello "Pymesis" decide fusionar los modelos de negocios mencionados en el capítulo anterior y establece su alcance en virtud de:

- Determinar costos individuales/semestrales/anuales para incursión u organización en eventos (este último inicialmente limitado), información de contactos, relacionados a la línea del cliente.
- Obtener alianzas estratégicas para intercambio de publicidad o venta directa de espacios en el website de la empresa.
- Organizar foros, sesiones en chat, videoconferencias con temas y expositores de renombre; de tal manera que contribuyan al desarrollo de los negocios de los clientes de **"Pymesis"** y pueda existir intercambio de experiencias y conocimientos.
- Alcanzar como empresa una red de contactos nacionales e internacionales, apoyados en las alianzas estratégicas alcanzadas como organización y de su equipo de trabajo en las diferentes áreas para fortalecimiento del negocio, venta y promoción.

Para una visión global del negocio de Pymesis, podemos hacer referencia y aplicar los diferentes modelos dados a conocer en Sistemas de Información Gerencial, que inclusive fusionan algunos de ellos y los combinan con experiencia y conocimiento del facilitador.

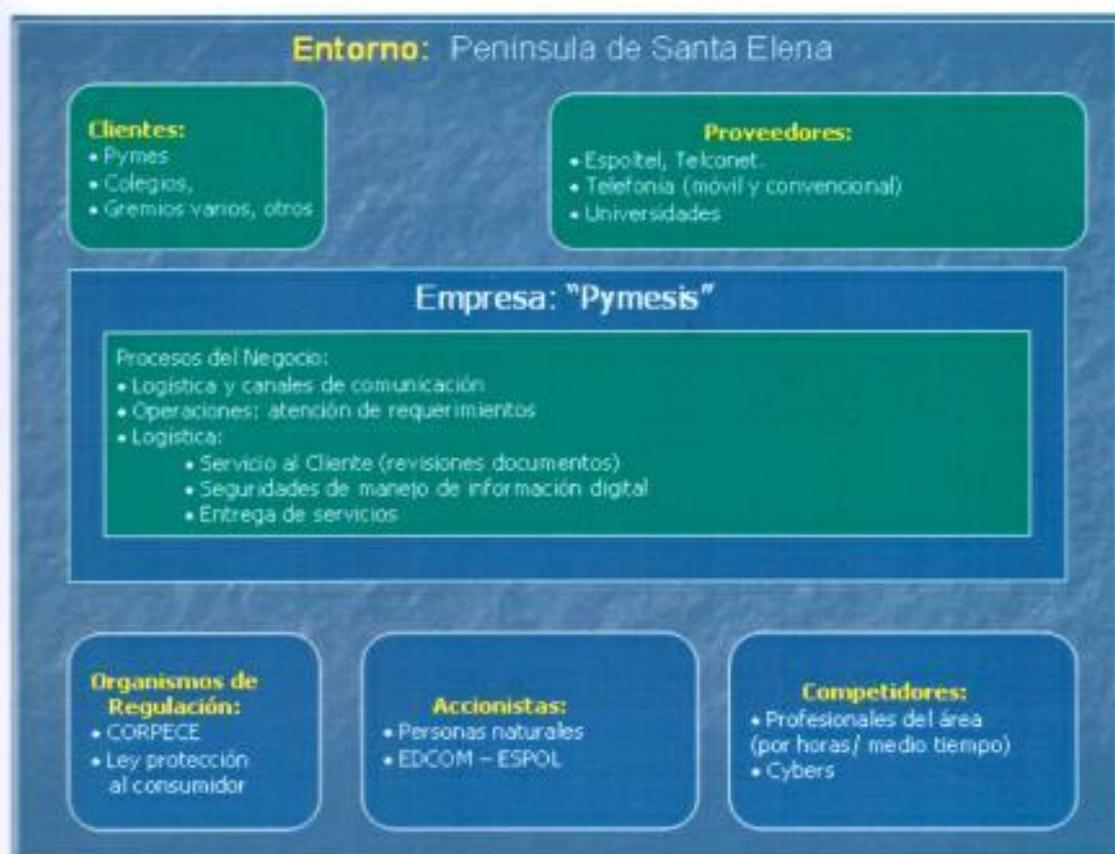


Figura # 1: Modelo de Negocio General
 (Modelo de fuerzas del Porter y Cátedra Mae. William Loyola)

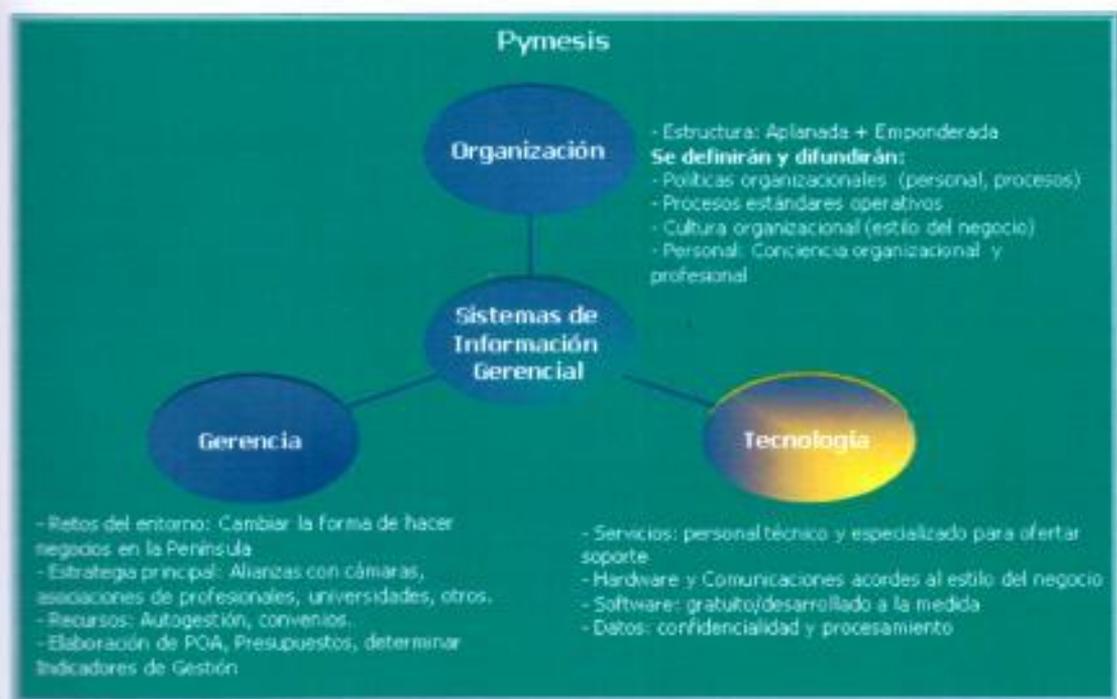


Figura # 2: Modelo de Negocio desde la perspectiva Empresarial de los SIG

Capítulo 4

4. ESTRATEGIA COMERCIAL

4.1. LANZAMIENTO DEL SERVICIO

"Pymesis" esta conciente que la primera impresión siempre vende, por tanto considera importante para el lanzamiento del servicio el tener un plan de introducción y ventas que permitan el desarrollo de una estrategia comercial efectiva.

4.1.1. PLAN DE INTRODUCCIÓN Y VENTAS

Como parte de la estrategia de introducción y ventas de "Pymesis" al mercado peninsular se ha considerado lo siguiente:

- Invitar a todos los medios de comunicación y al grupo objetivo de clientes para el lanzamiento del servicio. Las invitaciones se entregarán 15 días antes del evento y se confirmará asistencia una semana antes.
- Anunciar el evento y promocionar el servicio por prensa escrita 2 días antes del evento.
- Se entregará a los invitados del evento una tarjeta de servicios gratuitos válida por un mes, considerándolo como un incentivo a los presentes a utilizar "Pymesis".
- Dar a conocer los diferentes medios para interactuar con la empresa y términos generales de la contratación de servicios que se oferta.

- o Concretar visitas con los invitados al evento para promocionar de una manera más personalizada el servicio.
- o Del listado de asistentes al evento se determinarán aquellos que no asistieron, para visitarlos y darles a conocer los beneficios de utilizar "**Pymesis**".

Para el lanzamiento propiamente de los servicios de la empresa se tiene previsto:

- o Entregar información resaltando los beneficios del servicio e información puntual de la empresa desarrolladora.
- o Charla introductoria del servicio.
- o Presentación del website de "**Pymesis**" a los medios de comunicación e invitados.
 - Por medio del website se podrá medir:
 - La importancia de la integración de las TIC's a los negocios en la Península y el alcance de estos medios para captación y venta de los productos/servicios del cliente.
 - El nivel de ayuda en línea en algunas transacciones para la administración del negocio del cliente.
 - La facilidad de uso del sitio para comunicación directa entre los clientes y "**Pymesis**".
 - Reducción de los costos financieros al implementar una solución que permita el manejo de los procesos

administrativos, contables y de comercialización, ahorrando tiempo, esfuerzo y un puesto de trabajo físico en las instalaciones de la empresa cliente.

- o Dar a conocer las alternativas de contratación y beneficios de los primeros clientes.
- o Participación de los invitados en el sorteo de los servicios de "*Pymesis*" por 4 meses, los 2 primeros meses gratis y los restantes a mitad de precio.
- o Refrigerio a los invitados.

4.2. ESTRATEGIAS: PRECIO, COMERCIALIZACIÓN, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Considerando la realidad socioeconómica del medio y la calidad de servicio que busca "*Pymesis*" ofertar, se han definido las siguientes estrategias en cuanto a:

Precio, considerando la variedad de clientes en función del gremio o asociación a la que pertenecen e inclusive si trabajan de manera independiente, se provee manejar una tabla de precios estándar para todos los clientes, algunos de ellos se manejan por paquetes.

Detalle del Servicio	Cantidad	Costo unitario/paquete	Costo mensual
Mailing (incluye arte)		\$6.00	
Mecanografiado, edición, maquetación y transcripción de documentos (español e inglés)	30		\$25.00
Desgrabaciones (1 hora)	1	\$10.00	
Organización, mantenimiento y actualización de agenda			\$10.00
Redacción oficios, presupuestos, informes, manuales de procedimientos	30		\$30.00
Documentos de Excel: Básico, aplicado a finanzas, estadísticas, otros.	30		\$35.00
Diseño, creación y mantenimiento de Base de Datos: Access/Excel con minería de datos nivel básico			\$25.00
Búsqueda de información en Internet (fuentes de investigación)			\$5.00
Traducciones	1	\$5.00	
Viajes de Negocios (planificación, organización)	1	\$15.00	
Diseño de presentaciones de informes (15 diapositivas)		\$12.00	
Organización y manejo de archivo			\$30.00
		48.00	160.00

Servicios Adicionales	Costo
Venta Publicidad con enlaces (banner estándar)	100.00
Venta Noticias c/s enlaces (banner estándar) paquete de 10 al mes	27.00
Mantenimiento de cuenta (anual)	12.00
Alquiler de local (talleres capacitación 6 horas mín.)	50.00
Alquiler de local con Internet (talleres capacitación 6 horas mín.)	110.00

Tabla # 6: Tabla de Precios

Los precios anteriormente expuestos **no incluyen** impuestos de ley.

Comercialización, utilizará como estrategias lo siguiente:

- o Manejar un mínimo de 3 asesores comerciales para cubrir las visitas diarias a los clientes.
- o Incrementar el volumen de comercialización progresivamente en función de nuestro target primario en el tiempo meta establecido, procurando cumplir así las expectativas del análisis financiero y de factibilidad del proyecto.

- Enviar e-mail a nuestros clientes potenciales con ofertas del servicio, resaltando los beneficios del mismo.
- Realizar un "Open House" al finalizar el primer semestre en ventas.
 - Invitados: medios de comunicación (radio, televisión, periódicos y revistas), agencias de publicidad, anunciantes, gremios y empresarios independientes.
 - Los clientes de "**Pymesis**", darán testimonio de la utilidad de los servicios contratados y a su vez podrán ofertar sus productos a las empresas invitadas (hospederías, comerciantes varios, artesanos, etc.).
 - Microempresarios que no son clientes, conocerán los servicios de "**Pymesis**", tendrán la oportunidad de hacer negociaciones con **la empresa** y demás invitados al evento.
- Luego del primer semestre en que se estima conseguir un buen posicionamiento de la empresa, se concretarán como mínimo 2 desayunos de negocios con los clientes para dar a conocer las mejoras y/o nuevos servicios ofertados.

Promoción, siempre es buena manejarlas sin llegar a una guerra de precios desmedida con posibles competidores (sistema tradicional), por ello se manejará en forma paralela promociones de ventas para los 3 primeros meses, de tal manera de ofrecer variedad de servicios a los clientes en función del tipo de contrato que firmen con "**Pymesis**", entre ellas mencionaremos:

- Paquetes contractuales con:
 - Internet y Pymesis: incluye capacitación gratuita con respecto al uso de Internet y website, costo de dominio para website a mitad de precio.
 - Internet (proveedor alternativo) y Pymesis: incluye capacitación gratuita con respecto al uso de Internet y website, el primer mes de:
 - Servicios de Pymesis costos a mitad de precio.
 - Televisión por cable con el servicio del paquete de canales inmediato superior.
 - Internet, Pymesis, Firma digital: incluye capacitación gratuita con respecto al uso de Internet y website, 3 meses adicionales de vigencia de la firma digital y los 2 primeros meses de internet 32kbps adicionales en ancho de banda.

Dependiendo del proveedor de internet y/o si el cliente desea actualizar o cambiar su equipo de cómputo, se manejarán planes de financiamiento para pago de servicios de conexión, actualización o compra.

Todos los beneficios de los diferentes tipos de contratos ofertados en la promoción, se han conseguido a través de negociaciones y alianzas estratégicas con proveedores de internet y compañías que ofertan registros de firmas digitales.

Distribución, considerando el mercado potencial y real de **"Pymesis"** los asesores comerciales indistintamente del lugar donde se encuentren sus futuros clientes se encargarán de:

- Visitar y dar a conocer bondades de los servicios ofertados, en caso de estos pertenecer al mercado primario.
- Contactar al interesado por teléfono para enviar información preliminar vía e-mail o correo, posteriormente concretar una visita para explicar la forma de trabajo, beneficios y ventajas al contratar a **"Pymesis"** como gestor de las labores administrativas de su empresa, para otros tipo de clientes.

4.3. POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN Y DE SERVICIOS

Las políticas son parte fundamental en el cumplimiento de los objetivos de la empresa, por tanto **"Pymesis"** ha considerado como políticas de comercialización lo siguiente:

- Establecer metas en ventas a corto, mediano y largo plazo por cada asesor comercial y remunerar mediante bonificaciones el cumplimiento de estas.
- Distribuir equitativamente a nuestros ejecutivos de comercialización por sectores o tipos de reunión y/o visitas periódicas personalizadas.
- Toda venta incluye la firma de un contrato escrito y la entrega de una copia notariada al cliente.
- Entregar a los clientes

- Usuario y contraseña para acceso al website/vía telefónica.
- Manual de usuario del website de la empresa (formato digital e impreso, selección a criterio del usuario).
- Plan de contingencia
 - Paquetes promocionales de contratos: todos los paquetes promocionales incluyen capacitación gratuita con respecto al manejo del website y al uso de Internet.
 - Cambio o actualización de computador se ofrecerá un mantenimiento preventivo por 1 año.
 - Descuentos en servicios (promoción por mes específico).

La calidad percibida en servicios entregados ratifican la fidelidad y confianza del cliente a la empresa ante nuevas ofertas de soluciones administrativas, para esto se han definido como políticas de servicios:

- Soporte a usuarios (sobre uso del website) por 6 meses, atención vía telefónica, e-mail, visitas si el caso amerita (el servicio será gratuito dependiendo de las circunstancias y respuestas del mercado).
- Asesoramiento a los clientes (diferentes áreas en las que la empresa adquiera fortalezas).
- Capacitación a los usuarios sobre manejo del website y utilización del Internet.
- Medir el nivel de satisfacción de nuestros clientes.

Capítulo 5

5. MARCO LEGAL Y SEGURIDADES

5.1. MARCO LEGAL (EMPRESA, EMPLEADOS Y CLIENTES)

"*Pymesis*" estará legalmente constituida con la finalidad de tener un aval ante sus colaboradores y clientes, más aún por la modalidad en que se ofertarán los servicios al mercado Peninsular.

Por tal motivo "*Pymesis*" deberá obtener los siguientes documentos:

- En el SRI el RUC (registro único de contribuyentes) para facturar por los servicios prestados.
- Patente municipal para el ejercicio de la actividad económica.
- Certificado seguridad del cuerpo de bomberos.
- Permiso sanitario, emitido por el Ministerio de Salud Pública.
- Obtener el permiso de la Defensa Civil.
- Cualquier otro permiso que las leyes del país requieran para el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa.

Adicionalmente se contará con asesoría legal, para cualquier inquietud o problema que se suscitare en la empresa.

Considerando que en "*Pymesis*" se desarrolla software a la medida de la empresa, como seguridad se mantendrá control sobre la propiedad intelectual de los productos que se generen.

Para el caso específico de los **EMPLEADOS** el marco legal contemplará:

- Revisión y Control de toda la documentación requerida previa a su contratación. Para empleados extranjeros, se solicitará adicionalmente su respectivo permiso para ser contratado y ejercer algún tipo de labor dentro del país.
- Todo contrato será por escrito, firmado por cada parte interesada e inscrito en forma oficial.
- Los contratos tendrán una cláusula adicional de confidencialidad con respecto al manejo de la información de los clientes de "**Pymesis**" así como en el uso de la firma electrónica.
- Existirán los siguientes tipos de contratos, de acuerdo a la contratación de cada uno de los empleados, estos son:
 - Contratos de trabajo.
 - Sueldo básico, ingresos de acuerdo a sus habilidades, seguro social, beneficios, vacaciones.
 - Contratos por servicios profesionales y/o Outsourcing (si la empresa viere la necesidad de implementarlo según los requerimientos de sus clientes)
 - Salarios, acorde a sus funciones, en común acuerdo con el profesional.
- En el caso de despido o salida de uno de los empleados se procederá al pago de su liquidación, acorde a lo establecido en las leyes del país.

Finalmente los **CLIENTES** estarán respaldados por:

- Conocimiento de forma verbal y por escrito, de los servicios que contratará antes de la firma del contrato.
 - Capacitación, fechas de facturación, forma de pago, responsabilidad sobre control de requerimientos y notificaciones, otros.
- A todo cliente se le entregará su factura y un detalle de los servicios solicitados a la empresa.
- El personal de "**Pymesis**" capacitará y hará las pruebas necesarias del correcto uso de la herramienta de parte del cliente. Dependiendo de las promociones que maneje la empresa, la capacitación puede o no estar incluida dentro de los servicios adquiridos por el cliente.
- En el caso de que el cliente no desee la capacitación por parte de nuestro personal y esta se encuentre incluida en la contratación, deberá firmar un documento que exoneré de responsabilidad a la empresa, posteriormente se procederá a la entrega del manual de usuario del website (puede ser impreso o formato digital).
- Se le deberá indicar de forma verbal y escrita al cliente que por asuntos de seguridad ellos deben ser responsables del manejo y administración de su clave de acceso al website.
- Se deberá firmar un documento de conformidad de lo que está recibiendo (capacitación, beneficios adicionales, otros) con su respectiva copia, de parte del cliente, en conjunto con la factura. El original lo conservará nuestra empresa y la copia el cliente.

- Sé le informará de forma verbal y escrita que periódicamente se realizarán contactos al cliente, la forma de conocer el grado de satisfacción del mismo con respecto a nuestro servicio, como parte del servicio de post-venta.
- El Manual de Usuario deberá ser actualizado constantemente, de tal manera que se convierta en una verdadera ayuda para el cliente.

5.2. SEGURIDADES EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN (EMPRESA Y CLIENTES)

Por efecto de transparencia ante el cliente por el servicio ofertado, "**Pymesis**" manejará como esquemas de seguridad lo siguiente:

- Seguridad a nivel del Website, a cada cliente se le entregará un usuario y una contraseña para el acceso al sitio, el mismo que luego del primer acceso solicitará el cambio de clave.
- Cada requerimiento (tarea, fecha y hora de emisión - entrega, notificación de ejecución y revisión) realizado por el cliente será registrado en la base de datos del sitio, y tendrá un estatus de pendiente, así permitirá emitir alertas al asistente virtual para su ejecución inmediata en virtud de la fecha de entrega registrada.
 - Medios de registros:
 - Cartelera del website.
 - Grabación de las llamadas telefónicas, se realizará una grabación de los requerimientos del cliente como constancia de la solicitud realizada.

- Almacenamiento de e-mails o solicitud de requerimientos de servicios en formato digital.

De esta manera en caso de existir algún reclamo, se tiene la constancia de las solicitudes realizadas.

- El Administrador de la base de datos del website o quien haga sus veces, será el encargado de generar los respaldos semanales de la base de datos en horarios de la noche donde existe menor carga de trabajo y acceso al sitio.
- Se manejarán dos niveles de asistentes virtuales, en función del tipo de información que se maneje (cartera de clientes, información financiera, y documentación general) de tal forma que sea más directo el control de la confidencialidad en la información.

Los **CLIENTES** de "**Pymesis**" tendrán seguridad en cuanto al servicio contratado mediante:

- Cláusula contractual donde la empresa se hace responsable de la confidencialidad del manejo de la información proporcionada por el cliente, así como del uso de su firma digital. De no cumplirse dicha cláusula genera una demanda de tipo legal.
- Los clientes al final de la jornada laboral recibirán vía e-mail (cuenta personal y en la del website) un informe con las tareas que solicitaron a la empresa, la misma que de no refutarse durante las próximas 24 horas significará total acuerdo y aceptación a lo notificado.
- Todos los documentos emitidos por "**Pymesis**" a nombre del cliente reposarán en los medios de almacenamiento de la empresa y del

cliente (si así lo contrato). En caso de excederse en su límite de almacenamiento gratuito que le dio la empresa, esta notificará de manera oportuna (vía e-mail y telefónicamente) para proceder a la contratación de espacio adicional o en su defecto para indicar el tiempo máximo de espera para eliminar parte de su información digital archivada.

Adicional a las seguridades mencionadas en el documento, se aplica cualquier otro respaldo legal que contemple el CORPECE (www.corpece.org.ec) a través de la LEY DE COMERCIO ELECTRONICO, FIRMAS Y MENSAJES DE DATOS (Ley No. 67, R.O. Suplemento 557 de 17 de Abril del 2002) para "**Pymesis**" o el **CLIENTE**.

5.3. LIMITACIONES LEGALES O TÉCNICAS EN EL PAÍS

El Ecuador posee leyes que respaldan los negocios a través del Internet, sin embargo el que no se cumplan a cabalidad y no ofrezcan garantía absoluta generan desconfianza en las personas para adoptar esta cultura de negocios.

En cuanto al aspecto técnico existe la limitante que el costo del servicio del Internet es alto, por lo que no todos tienen libre acceso al mismo e inclusive muchas veces a un computador. Sin embargo, a través de negociaciones y convenios se espera en un mediano plazo que esta realidad cambie a favor del uso de la tecnología en el país.

Adicional a lo mencionado, pese a que los canales de acceso al uso de la tecnología aplicada como es una herramienta para Internet permite trabajar con todo tipo de seguridades en cuanto al manejo de los datos (encriptación), aún existe escepticismo en cuanto a su utilización.

Finalmente es importante recalcar que pese a que existan limitaciones, continuamente surgen cambios en la economía mundial, que incluyen nuevos actores que la están redefiniendo basados en la infraestructura de computación y comunicación (TIC's) y a su vez obligan a los negocios a avanzar de manera conjunta para así ganar mayores y otros tipos de mercados.

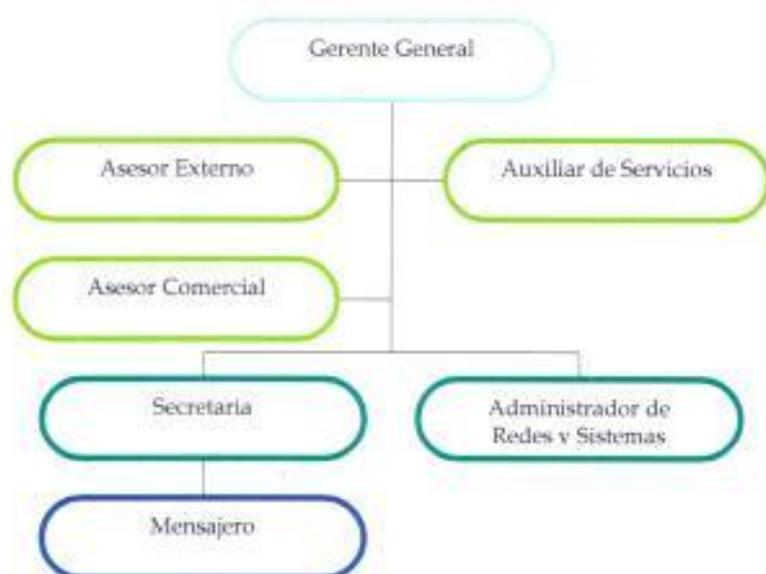
Capítulo 6

6. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO-ORGANIZACIONAL

6.1. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

"Pymesis" contará con personal altamente capacitado y que se preocupa por la actualización continua de sus conocimientos para ser una empresa competitiva en el mercado y líder en su área.

La empresa tendrá una estructura lineal, donde está definido claramente los niveles, mandos y funciones. Esta compuesta por Gerente General, Asesores: Externo y Comercial, Auxiliar de servicios, Secretaria, Administrador de Redes y Sistemas, Mensajero.



6.2. POLÍTICAS LABORALES

La política de la empresa y del personal que esta conformado será contribuir y brindar siempre soluciones acordes con el avance tecnológico que el medio exige, permitiéndonos así ofrecer un mejor servicio a los clientes.

Dentro de las Políticas de contratación, la empresa firmará con cada uno de los empleados un contrato, dependiendo del tipo de labor que realice dentro de la misma. También deberá firmar una carta de compromiso notariada en la que se indique que manejará confidencialmente la información de cada uno de sus clientes asignados, de no cumplirse esto, se podrá aplicar sanciones legales.

El periodo de trabajo de trabajo dependerá del tipo de contrato que firme, ajustándose a las necesidades de la empresa.

Por el momento no se tiene previsto que se paguen sobretiempos a ninguno de los empleados, esta medida podrá ser analizada en el momento en que se estime, la empresa esté en posibilidades de dar este beneficio a sus empleados.

Las vacaciones estarán de acuerdo al contrato que firma cada empleado, para los contratos estables son 15 días por cada año y luego del sexto año un día más.

Los beneficios por maternidad, serán respetados y serán dados, de acuerdo al tipo de contrato que firme el empleado y a las leyes del país.

De acuerdo al tipo de contrato que firme el empleado se manejarán:

- La remuneración de acuerdo al tipo de labor.
- Las deducciones en la remuneración.
- Las bonificaciones de ley.
- La terminación de la relación laboral.
- Los reconocimientos.

Los préstamos a trabajadores será uno de los puntos que se tomarán en cuenta, de acuerdo a la situación en la que se encuentre la empresa, por el momento no se aplica ningún tipo de préstamos.

6.3. FILOSOFÍA DE SERVICIO

Desde su concepción, "*Pymesis*" ha estado enmarcada en lograr la total satisfacción de sus clientes. Convencidos que el continuo mejoramiento y la búsqueda constante de la excelencia en cada las actividades y funciones, que llevará a lograr mejores días para nuestro País.

Se ha tomado en cuenta los factores que pueden afectar su desempeño laboral y por ende causar un bajo rendimiento en las tareas asignadas.

Se velará porque el entorno laboral sea el más adecuado, seleccionando de la mejor manera quienes conformarán los equipos de trabajo y el espacio físico en el que laborarán.

Constantemente se evaluará el bienestar de los empleados para evitar continua rotación del personal, deserciones, quejas y hasta sabotaje. Dichas evaluaciones se realizarán mediante encuestas y e-buzón de sugerencias. Con esta acción podemos eliminar o disminuir el grado de insatisfacción para evitar problemas posteriores.

Cuidaremos el brindar capacitación y la posibilidad de desarrollarse profesionalmente con la finalidad de mantener al equipo de trabajo a la par con los avances tecnológicos.

Implementar una política salarial acorde con el entorno económico del país, tomando en cuenta que se puede ir cambiando según factores internos y externos a la empresa. Dentro de las políticas salariales implementadas hemos tomado en cuenta:

- La clasificación de los empleados por cargos.
- Escala salarial por cada cargo.
- Provisión para reajustes salariales.
- Cumplir con los beneficios sociales de ley.
- Ofrecer incentivos por desempeño.
- Oportunidad de crecimiento.
- Estabilidad laboral.

¹6.4. ANÁLISIS DEL EQUIPO DE TRABAJO

Considerando la importancia del equipo de trabajo de "*Pymesis*" para la obtención de resultados favorables y el compromiso de los profesionales con la empresa, es importante analizar sus responsabilidades principales con la finalidad de poder cubrir las expectativas del negocio.

Gerente General.-

- Representante Legal de la empresa.
- Responsable:
 - Dirección de la empresa
 - Planear y ejecutar los nuevos proyectos.

Asesor Externo.-

- Sugiere los cambios necesarios para mejorar el enfoque desde una perspectiva diferente.
- No forma parte de los estables dentro de la empresa, por la necesidad que traiga nuevas ideas.

Asesor Comercial.-

- Responsable dar a conocer los beneficios que nuestros servicios a los clientes.
- Responsable en conjunto con el Gerente de fijar la dirección en la que se moverá la empresa en la comercialización de los servicios.
- Responsables de contactar personalmente a nuestros posibles clientes.

¹ Ver anexo A con descripciones de Cargos y Funciones (A1..A19)

- Responsables de contactar personalmente a nuestros clientes, para recibir los servicios post-venta.

Secretaria.-

- Responsable de la atención al cliente vía telefónica/e-mail.
- Responsable de la documentación (creación, distribución, archivo) y de llevar a cabo actividades referentes a una secretaria virtual.

Mensajero.-

- Responsable:
 - Entrega y recepción de documentos de/entre los clientes
 - Acoger solicitudes de los clientes a quienes se les entregan la documentación.

Administrador de Redes y Sistemas.-

- Responsable de la mejora continua a los sistemas (codificación, implementación y pruebas de las mejoras a los sistemas nuevos/ya existentes).
- Responsable de la documentación de los sistemas.

6.5. HERRAMIENTAS DE CONTROL Y DESEMPEÑO

A continuación presentamos los controles, sanciones y gratificaciones que se han previsto, para ser tomadas para facilitar el normal desenvolvimiento del personal y mantener una agradable ambiente laboral, estos serán actualizados y mejorados periódicamente.

- **Controles.**

- Se supervisará la hora de entrada y salidas del personal.
- No será permitido la utilización del tiempo de personas y equipos de la oficina para el desarrollo de otras actividades ajenas a las que deba cumplir para la empresa.
- Se elaborarán planes de trabajo semanales, los cuales deberán ser realistas y con actividades que se las pueda terminar en el tiempo establecido.
- No será permitido el ingreso del personal en estado alterado a sus condiciones normales.
- Se supervisará el uso de las instalaciones físicas para el desarrollo de las actividades que van en beneficio de la empresa.
- No se utilizará el nombre de la empresa en beneficio de personas particulares.
- Cada jefe departamental supervisará que se utilicen las herramientas que han sido adquiridas, alquiladas o permitidas dentro de la empresa.
- No será permitido que la información, documentos, equipos, mobiliario y demás activos de la empresa, sean utilizados fuera de las instalaciones, lo cual incluye llevar trabajo a los domicilios, a menos que sea autorizado por el Gerente General o Jefe de área.
- Deberá en la medida posible evitarse las visitas de carácter personal dentro de las instalaciones de la empresa.

- Se supervisará periódicamente y de forma sorpresiva el uso de los equipos para exclusividad de actividades de la empresa.
- No será permitido al personal el uso de prendas de vestir que atenten contra el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa o contra la imagen de la misma.

- **Sanciones**

- En caso de una infracción atentatoria contra la moral, honor y principios de la institución se procederá a cumplirse de forma inmediata el último de los puntos que están estipulados dentro de las sanciones.
- En caso de no ser una falta atentatoria contra la moral, honor y principios de la institución se procederá a cumplirse de forma sucesiva los siguientes puntos:
 - A la primera infracción se llamará la atención en forma verbal y a solas por parte de su superior inmediato.
 - De reincidir en la misma falta, el supervisor llamará la atención de forma escrita y personalizada.
 - De continuar en la misma falta, se procederá a un segundo llamado de atención de forma escrita, además de llamársele la atención dentro de la reunión departamental, que se desarrollarán en forma periódica o por pedido del jefe de cada departamento,

con la presencia, en la medida posible del Gerente General.

- De continuar en la misma falta, se procederá al envío de un memo y una entrevista con el jefe departamental y de ser posible del Gerente General, en el que se decidirá su permanencia condicional y los parámetros que regirán la misma.
 - Finalmente si no son cumplidas las condiciones anteriormente establecidas, se procederá a la notificación escrita, su inmediata dimisión del puesto y la actualización de su carpeta de vida dentro de la empresa.
- **Gratificaciones.**
 - Se procederá en forma periódica, de ser posible una vez por mes, al festejo del onomástico del personal nacido en ese respectivo periodo, con la presencia del Gerente General de ser posible.
 - Se procederá por medio electrónico o escrito a la felicitación por onomástico o logros personales.
 - Se actualizará periódicamente (de ser posible mensualmente) la cartelera de empleados que muestran buen desempeño en sus labores.
 - Se valorará con la posibilidad de escalar o cambiar de cargo en base a la capacidad demostrada y a la constante preparación del personal.

- o Se capacitará al personal asumiendo nada, parte o toda la inversión, dependiendo del grado de necesidad de la empresa y meritos del personal.
- o Se le dará posibilidades de salir de la empresa dentro del horario normal, por calamidad doméstica, capacitación o asuntos personales, mientras no sean constantes las salidas, no alteren el cronograma de actividades y no afecte sus labores dentro de la misma.

6.6. METODOLOGÍAS DE TRABAJO APLICABLES AL PROYECTO

Como metodología e trabajo a aplicar en "*Pymesis*" tenemos:

- Asignar claves de acceso a los clientes con la finalidad de que puedan acceder al website de la empresa y así poder contactarse con su asistente virtual o en su defecto revisar su agenda, base de datos de sus contactos, otros.
- Seguridad de la transacción, tanto para el cliente como para el vendedor, ser responsable de las firmas digitales de los clientes para poder procesar sus requerimientos de documentación formal.
- Receptar las solicitudes (vía e-mail, teléfono, cartelera), generando un registro automático del pedido y clasificándolo por cliente.
- Confirmar revisión previa de documentos con el cliente que solicito el trabajo.
- Organizar los trabajos asignados en virtud de la prioridad solicitada por los clientes.

- Almacenar documentación de cada cliente en su espacio de disco duro asignado, en caso de excederse en el espacio, se notificará al cliente para la contratación de espacio adicional.
- Entregar la documentación solicitada al interesado si el cliente así lo pidiere.
- Al final del mes emitir informes respectivos a cada cliente con el detalle de los costos de los servicios solicitados (vía e-mail e impresos).
- Tener al menos dos copias de respaldo de:
 - Los sistemas que se desarrollan en/para la empresa.
 - Información de la base de datos de la empresa y nuestros clientes (periodicidad de respaldo: semanalmente).
- Confidencialidad de la información manejada (usuarios y clientes en general).
- Gestión y mantenimiento de los servicios ofertados al cliente.
- Control del uso de los privilegios de acceso (sobre almacenamiento, descuentos/prórrogas en pagos a clientes especiales, servicios especiales, otros)

6.7. REQUERIMIENTOS DE RECURSOS PARA APLICAR LA METODOLOGÍA

Entre los recursos necesarios para aplicar esta metodología "*Pymesis*" requiere contar con:

- Ancho de banda de mínimo 128 kbps (considerando incremento de un 25% a 30% de direcciones; inicialmente son 8 pc's incluido el servidor)
- Telefonía IP (óptimo) o en su defecto la telefonía tradicional (*telefonía IP ya esta considerada en el ancho de banda*).
- Equipos de cómputo y red.
- Dominio.
- Software:
 - Básico: Windows, Office, Winfax.
 - Control de llamadas (transferir, almacenar y generar informes)
 - Website con acceso a datos (manejo de agenda, carteleras, cartilla de clientes, e-mail, noticias de interés, otros.)

6.8. BENEFICIOS DE LA METODOLOGÍA

La metodología de trabajo se basa en los ejes principales de utilización como son la estructuración del proyecto y la medición para el control, finalmente la necesidad de generar una base de conocimiento en la organización para acumular experiencias, constituyendo así un aporte valioso ya que permite crear una cultura de trabajo.

Adicionalmente su aplicación permite:

- Determinar indicadores cuantitativos y cualitativos en el marco del plan estratégico de negocios y crecimiento de la organización.
- Cuantificar esfuerzos, tiempos y costos, medir el avance de trabajos asignados, controlar resultados y disponer de información oportuna para la toma de decisiones correctivas.

6.9. FACTORES MEDIBLES AL IMPLEMENTAR LA METODOLOGÍA

Medir el éxito de implementación de una metodología requiere la evaluación dentro y fuera de la empresa, para conocer si se está cumpliendo a través de ella los objetivos planteados.

Entre los factores medibles podemos mencionar:

- Cliente
 - Medir los niveles de satisfacción en la calidad de servicio percibida (trabajos, entregas de documentos, manejo de clientes, intermediarios para nuevos negocios, precios, otros)
 - Incremento en la contratación de servicios adicionales por parte de los clientes antiguos
 - Referencias en la captación de clientes nuevos
 - Sugerencias para implementar de nuevos servicios (requiere análisis por parte del equipo de trabajo de Pymesis para implementación)

- Pymesis
 - Ahorro de tiempo y dinero al poner en práctica la metodología de y para trabajar (nuevos y antiguos colaboradores de la empresa)
 - Satisfacción del equipo de trabajo al tener directrices de cómo actuar ante diferentes situaciones que se presenten con los clientes o dentro de la empresa (va vinculado con documentación de metodología, procedimientos, funciones, ambiente de trabajo, otros)

Capítulo 7

7. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. CAPITAL DE TRABAJO

Como todo proyecto requiere inversión, "*Pymesis*" ha considerado conformar un capital social de 20.000,00 (veinte mil con 00/100 dólares americanos), y se ha estipulado no registrar cualquier tipo de acciones, por lo que no existirá una política de dividendos, solamente se considera el reparto total de las utilidades netas al final del año.

7.2. INVERSIÓN EN ACTIVOS

Los activos de la empresa son adquiridos con parte de la inversión del capital y del aporte de los socios en especies.

Los valores que se reflejan en el cuadro incluyen los impuestos de ley.

Procedencia	Cantidad	Activo Fijo	Costo Unitario	Costo Total
Aporte	4	Computadoras	800.00	3,200.00
	2	Computadora portable	1,200.00	2,400.00
Socios	1	Surtidor de agua (fria y caliente)	95.00	95.00
	1	Aires Acondicionados 24.000 BTU	380.00	380.00
SubTotal Aporte de Socios				6,075.00

Tabla # 7: Aportes de los socios

Procedencia	Cantidad	Activo Fijo	Costo Unitario	Costo Total
Inversión Inicial Fijos	2	Archivadores verticales (4 cajones)	95.00	190.00
	2	Vitrinas 2 pisos, 2 niveles por piso puertas vidrio	70.00	140.00
	8	Escritorio tipo ejecutivo (4 cajones) c/silla	80.00	640.00
	1	Sala de recepción (1 mesa de centro con 2 sets de sillas de 3 personas c/u)	125.00	125.00
	15	mesas rectangulares (armables para eventos)	23.00	345.00
	30	Sillas (para eventos)	15.00	450.00
	1	Impresoras multifuncionales inyección	115.00	115.00
	1	Impresoras multifuncionales láser	320.00	320.00
	1	Computadoras	800.00	800.00
	1	Servidor sistema raid 5	2,000.00	2,000.00
	3	Access Point Router	80.00	240.00
	2	Switch 24 puertos admin.	400.00	800.00
	24	Puntos de red	12.00	288.00
	1	Aires Acondicionados 24,000 BTU	390.00	390.00
	1	Infocus	520.00	520.00
SubTotal Inversión Inicial en Activos Fijos				\$ 7,353.00

Equipos	11,538.00
Muebles	1,890.00
Instalación de la Oficina y movilización	500.00
Trámites, permisos y patentes	600.00
Folletería empresa	680.00
Suministros e insumos	584.68
Depósitos en garantía (alquiler)	700.00
Total Inversión Inicial	16,492.68
Disponible bancos	3,507.32
Inversión Total	20,000.00

Tabla # 8: Inversión en Activos

7.3. PRESUPUESTOS

El presupuesto de servicios e insumos esta considerando desde folletería para difusión de servicios hasta gastos de alquiler. Para efecto de un mejor análisis se ha distribuido el presupuesto de la siguiente manera:

Cargo	Sueldo	Provisiones salariales			12.15%
		Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal
Gerente General	500.00	41.67	14.17	20.83	60.75
Asesor Comercial (honorarios)	400.00	33.33	14.17	16.67	48.60
Adm. Redes y sistemas	380.00	31.67	14.17	15.83	46.17
Secretaria	170.00	14.17	14.17	7.08	20.66
Auxiliar de Servicios	170.00	14.17	14.17	7.08	20.66
2 Asistentes virtuales (honorarios)	300.00	25.00	28.33	25.00	72.90
Servicios Contables (honorarios)	250.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Total Gastos de Personal	\$ 1,920.00	\$ 160.00	\$ 99.17	\$ 92.50	\$ 269.73
---------------------------------	--------------------	------------------	-----------------	-----------------	------------------

Detalle	Valor
Sueldos y Aporte Patronal	2,189.73
Provisiones salariales	351.67
Total Gastos de Personal (mensual)	2,541.40

Tabla # 9: Presupuesto del Personal Administrativo

Cantidad	Insumos (tiempo aproximado cobertura 10 meses)		
500	Carpetas promocionales	420.00	
1000	Folletería de la empresa	260.00	680.00
* Total de Insumos			680.00
Cantidad	Servicios	Costo Unitario	Costo Total
3	Depósito en garantía (oficina) por 3 meses	150.00	450.00
1	Medidor de luz, acometida (\$ 50) y dep. garantía	250.00	250.00
1	Alquiler mensual (oficina)	150.00	150.00
1	Luz	80.00	80.00
1	Agua	30.00	30.00
1	Teléfono	110.00	110.00
1	Internet (conex.radial) + Hosting	200.00	200.00
** Total de Servicios			1,270.00

Total de Gastos mensuales	Valor
Servicios	420.00
Arriendo	150.00

Nota:

- * Los gastos por insumos del servicio son un solo pago al inicio del proyecto y/o cuando la empresa lo considere necesario, se prevee una revisión semestral
- ** La garantía por alquiler de la oficina, y medidor es un solo pago al inicio del proyecto

Tabla # 10: Presupuesto de Servicios Básicos e insumos

7.4. ANÁLISIS DE COSTOS

La inversión inicial total del proyecto es de \$20.000,00 (veinte mil 00/100 dólares americanos). En el transcurso de los cinco años del proyecto se harán otras inversiones, equivalentes al 20% de la utilidad anual que perciba la empresa con la finalidad de obtener otros medios de ingresos de efectivo al negocio.

Los activos representan el 67% de la inversión total, mientras que los imprevistos y riesgos son del 10%. El alto grado de inversión inicial en activos fijos nos refleja la adquisición de activos con tecnología de punta, aunque por otro lado tenemos la contrapartida de incurrir en costos fijos altos por depreciación.

Rubro		Porcentaje
Equipos	11,538.00	67%
Muebles	1,890.00	
Instalación de la Oficina y movilización	500.00	
Trámites, permisos y patentes	600.00	
Folletería empresa	680.00	
Suministros e insumos	584.68	
Depósitos en garantía	700.00	15%
Bancos	3,507.32	18%
Inversión Inicial TOTAL	20,000.00	100%

Tabla # 11: Inversión por Rubros

A pesar de la realidad financiera del país, hay ciertos sectores de la banca gubernamental y privada que están apoyando con créditos el financiamientos de proyectos, por ello los socios buscan financiar parte del capital con un crédito bancario de \$ 5.000,00 (cinco mil con 00/100 dólares americanos), siendo la tasa activa máxima de interés referencial del Banco Central, la cual es del 14% anual y el plazo es de pago de 2 años.

Datos

inversión inicial	20,000.00
financiamiento 25%	5,000.00
tasa interés	14%
plazo en años	2
cuota anual	3,036.45

Periodo	Pago	Interés	Amortización	Saldo
				5,000.00
1	3,036.45	700.00	2,336.45	2,663.55
2	3036.45	372.90	2,663.55	0.00

Tabla # 12: Amortización del préstamo para Inversión del proyecto

7.5. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja de "Pymesis" tiene como referencia venta de paquetes de servicios básicos secretariales, alquiler de espacios para charlas o conferencias, entre otros. Adicionalmente se complementan los ingresos con la venta de publicidad dirigida a clientes y patrocinadores (banners, noticias, anuncios) en el sitio web de la empresa.

Se estima un índice anual efectivo en ventas del 22% para paquetes de servicios básicos y se manejan porcentajes variables para los otros rubros. Considerando que la iniciativa es adicionar nuevos servicios que se demanden así como la consolidación de un Centro de Negocios Electrónico de las Pymes en la Península de Santa Elena, se estima una buena captación de mercado a mediano plazo.

En la siguiente página se presenta el flujo de caja con proyección financiera a 5 años.

Presentación producto	Precio unit.
Paquetes de servicios básico	160.00
Paquete de servicios adicionales	48.00
Venta Publicidad con enlaces (banner estándar)	100.00
Venta Noticias c/s enlaces (banner estándar) paquete de 10 al mes	27.00
Mantenimiento de cuenta (anual)	12.00
Alquiler de local (talleres capacitación 6 horas mín.)	50.00
Alquiler de local con Internet (talleres capacitación 6 horas mín.)	110.00

Proyecciones de Ventas						
Mercado global PYMES	466					
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Índice efectivo ventas						
Ventas anuales paquete básico		22%	18%	20%	23%	23%
Índice efectivo ventas		103	168	228	282	325
			7%	9%	12%	12%
Ventas anuales servicios adicionales	7%	33	35	38	43	48
Ventas anuales en Publicidad	10%	47	50	54	61	68
Ventas anuales en noticias		47	50	54	61	68
Ingresos por Alquiler local	9%	42	45	49	55	61
Ingresos por Alquiler local con internet	8%	37	40	43	49	55
Mensual						
Promedio ventas efec.	2%					

Tabla # 13: Proyección de Ventas

	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ingresos del Negocio						
Paquetes de servicios básico		16.403,20	26.871,42	36.409,14	45.183,84	51.940,38
Paquete de servicios adicionales		1.565,76	1.675,36	1.826,15	2.045,28	2.290,72
Venta Publicidad con enlaces (banner estándar)		4.660,00	4.986,20	5.434,96	6.087,15	6.817,51
Venta Noticias c/s enlaces (banner estándar) paquete de 10'		1.258,20	1.346,27	1.467,44	1.643,53	1.840,78
Mantenimiento de cuenta (anual)		1.230,24	2.015,36	2.730,69	3.388,79	3.895,53
Ingresos por Alquiler local		2.097,00	2.243,79	2.445,73	2.739,22	3.067,93
Ingresos por Alquiler local con internet		4.100,80	1.994,48	2.173,98	2.434,86	2.727,04
Total Ingresos del negocio	--	31.315,20	41.132,89	52.488,08	63.522,67	72.579,93
Valor en Bancos		3.507,32	1.990,25	7.408,79	25.363,69	52.590,35
Total Ingresos		34.822,52	43.123,14	59.896,88	88.886,38	125.170,28
Egresos						
5 Fijos						
Sueldo		21.720,00	22.806,00	23.946,30	25.143,62	26.400,80
Luz, Agua, Teléfono, internet		5.040,00	5.292,00	5.555,60	5.834,43	6.126,15
Publicidad		591,82	759,90	826,29	895,76	962,57
10 Otros gastos (suministros, caja chica)		644,00	1.840,00	2.024,00	2.226,40	2.449,04
10 Arriendo		1.800,00	1.990,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
Total Egresos Fijos		29.795,82	32.677,90	34.533,19	36.296,01	38.304,04
Inversión Inicial						
Aporte Socios		15.000,00				
10 Préstamo Bancario		5.000,00				
Total Egresos Variables		20.000,00				
Por Inversiones						
14 Pago de Préstamos			3.036,45	3.036,45		
Total Egresos Por Inversiones		0,00	3.036,45	3.036,45	0,00	0,00
Total Egresos	20.000,00	32.832,27	35.714,35	34.533,19	36.296,01	38.304,04
Total del Flujo	-20.000,00	1.990,25	7.408,79	25.363,69	52.590,35	86.866,25
Costo de Capital				0,30	(porcentaje tomado como referencia de los niveles de riesgos actuales de negocios en internet, ver bibliografía)	
Valor Actual Neto						30.207
TIR						73%

Tabla # 14: Flujo de Caja - Proyección 5 años

BALANCE GENERAL
"PYMESIS"
Año # 1

Cuentas	Subtotal	Total
Activos		
Activos Corrientes		
Caja/Bancos	11,729.99	11,729.99
Exigibles		
Cuentas por cobrar Clientes	1,565.76	1,565.76
Activo Fijo Depreciable		
Muebles y enseres	13,428.00	13,428.00
Otros Activos - Depósitos en Garantía		
Inmobiliaria	450.00	
Empresa Eléctrica	250.00	700.00
Total Activos		\$ 27,423.75
Pasivos		
Pasivos Corrientes		
Retenciones - Aporte Personal al IESS	2,697.30	
Provisiones Sociales		
Décimo cuarto y vacaciones	1,690.00	4,387.30
Cuentas por pagar	3,036.45	3,036.45
Total Pasivos		7,423.75
Capital	20,000.00	20,000.00
Total Pasivo + Capital		\$ 27,423.75

Tabla # 15: Balance General

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS
"PYMESIS"
Año # 1

Cuentas	Subtotal	Total
Ingresos		
Operacionales	31,315.20	31,315.20
Total Ingresos		31,315.20
Costos y Gastos		
Gastos de Administración corriente		
Sueldos unificados	21,720.00	
Gastos de constitución	600.00	
Movilización y transporte	611.80	
Teléfono - correo - telefax	1,210.00	
Arriendos varios	1,800.00	
Papelería y útiles de oficina	547.40	26,489.20
Varios		
Instalaciones eléctricas y electrónicas	50.00	50.00
De Ventas		
Promoción - Publicidad	503.05	
Energía eléctrica	880.00	
Água	330.00	
Internet	2,200.00	3,913.05
De Producción		
Insumos	680.00	680.00
Total Egresos		31,132.25
		UTILIDAD BRUTA
		182.95
		Participación Utilidad 15%
		27.44
		UTILIDAD IMPONIBLE
		155.51
		Impuesto a la Renta 25%
		38.88
		UTILIDAD NETA
		116.63

Tabla # 16: Estado de Ganancias y Pérdidas

7.6. ANÁLISIS DE RAZONES FINANCIERAS

1. Razón Corriente	2.67
La liquidez de la empresa es buena por ser mayor a 1.	
2. Prueba Ácida	2.67
En el corto plazo la empresa si puede cumplir con los pagos pues por cada dolar de deuda dispone de \$ 2.67	
3. Periodo promedio de cobranza	18.00
La empresa puede cumplir con los pagos de intereses	
4. Deuda total a activo total	0.27
El rendimiento sobre la participacion de los accionistas es aceptable considerando un sistema dolarizado.	
5. Deuda total a capital contable	0.37
Considerando que es su primer año de ventas, la situacion de la empresa es estable y podría mejorar con los años siguientes.	
6. Capital de trabajo	20,000.00
Activo circulante/corriente	11,729.99
Pasivo circulante/corriente	4,387.30
Inventario	0.00
Cuentas promedio x cobrar	1,565.76
Ventas	31,315.20
Pasivo total	7,423.75
Activo total	27,423.75
Capital contable	20,000.00
Utilidad antes de intereses e impuestos	182.95

Tabla # 17: Razones Financieras

El análisis financiero de acuerdo al balance y el estado proyectado indica el primer índice de liquidez, mismo que es aceptable ya que por cada dólar de deuda la empresa se respalda en 2,67 dólares, también hay que hacer hincapié

en que en la prueba ácida la mayor parte de nuestra liquidez se debe directamente a las ventas considerando que no se maneja inventarios, lo que indica que la mayor concentración de fuerzas está no solo en hacer captación de clientes sino en mantener a los que se iniciaron con "Pymesis".

Los índices muestran un bajo nivel en cuanto a deuda ya que se esta pagando alrededor de \$ 255,00 (doscientos cincuenta y cinco 00/100 dólares) mensuales, un valor que de acuerdo a lo proyectado esta cubierto, dentro de este análisis no se descarta hacer compromisos bancarios a futuro para implementación de tecnología e incremento del negocio en virtud de las demandas que exija el medio, pese a que la proyección del capital de trabajo es positiva.

Finalmente se determina que el proyecto es viable ya que se tiene un VAN positivo lo cual indica que los accionista e inversionista tomen la decisión de hacer el proyecto con una tasa interna de retorno más alta que la tasa de oportunidad del 15% que es la que se espero obtener del mercado.

7.7. ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

Los riesgos e intangibles son factores que deben analizarse en todo proyecto, investigando, analizando el mercado y sus necesidades de tal manera que se puedan establecer planes de contingencia e ideas innovadoras en el servicio a ofertar. Entre los riesgos que pueden presentarse están:

❖ Riesgos de mercado

No tener la aceptación esperada por parte de las pymes, debido a:

Renuencia al cambio; algunas personas no dan apertura a incorporar en sus labores soluciones automatizadas que permitan administrar e integrar áreas claves de la empresa, más aún si el medio no está debidamente tecnificado; y prefieren mantenerse con los sistemas tradicionales.

Presencia de servicios sustitutos o similares, son un competidor de bajo riesgo considerando exigencias del mercado, transparencia, seguridad para el manejo de la información y conocimiento que se deba tener al menos para obtener servicio de calidad.

Medidas económicas, son dictadas por el gobierno y usualmente pueden paralizar o perjudicar de alguna manera el aspecto socio-económico del país.

❖ Riesgos técnicos y tecnológicos

Problemas de Adaptación debido a:

Temor a depender de la tecnología, por no saber utilizar una computadora, Internet.

Desconocimiento de niveles de seguridad en internet, llevaría a no aceptar la implementación de una herramienta que automatice e integre las actividades administrativas de la empresa con la modalidad de "**Pymesis**".

Estos riesgos son un poco más manejables si sabemos capacitar correctamente al cliente, darle confianza e introducirlo a una nueva

modalidad de negocios, ofreciéndoles diferentes perspectivas que tienen como empresarios a través de la web.

❖ **Riesgos financieros**

Inestabilidad política del Ecuador en cuanto al manejo de la banca y la conformación de la nueva provincia Península de Santa Elena, aumentan la condición de riesgo financiero. Sin embargo la tendencia del gobierno a estabilizar o disminuir las tasas interbancarias, interés inflación, condiciones mercado, bolsa de valores, respaldo internacional del FMI, Corporación financiera nacional, otras; vislumbran la posibilidad de inversión un poco más en firme.

Conclusiones y
Recomendaciones

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El proyecto de creación de **"Pymesis"** es financiera y tecnológicamente factible considerando el marco socio-económico, técnico y político que actualmente afronta la Península de Santa Elena durante su transición de convertirse en Provincia, más no limita el crecimiento y desarrollo de sus pequeños y medianos empresarios.

Ciertamente el proyecto contempla financiamiento para poder llevarse a cabo, sin embargo se puede prescindir de él mediante alianzas estratégicas con empresas afines (proveedoras de Internet, couriers, otros) o mediante la búsqueda de socios.

La fortaleza actual de **"Pymesis"** radica en que sus socios actuales son de diversas áreas técnicas que contribuirán a la captación de mercado, desarrollo y crecimiento de la empresa.

RECOMENDACIONES

La empresa inicialmente debe orientarse a captar clientes no mediante el método de **"ventas"**, sino de **"asesoramiento en el manejo de información del área administrativa"**, para así crear un precedente de apoyo comunitario, desarrollo de las pymes y confianza en el medio Peninsular.

Al existir un porcentaje de futuros clientes que no interactúan con las TIC's, se debe ofertar capacitación a costos mínimos o de ser posible gratuitos, así como dar charlas de los beneficios, seguridades, tendencias que rigen el mundo del Internet, de tal manera que al conocer su funcionamiento venzan la barrera tecnológica y formen parte de la nueva era de negocios.

En el ámbito tecnológico al interior de **"Pymesis"** y considerando que el proyecto cuenta con poco capital para invertir en aplicaciones informáticas, se sugiere que inicialmente se trabaje con software de libre licenciamiento o gratuitos, hasta que pueda desarrollarse a la medida de las necesidades de la empresa. No obstante, si se decide adquirir paquetes de software debe contemplarse que permita la integración con las herramientas existentes o con aquellas que se adquieran a futuro.

"Pymesis" puede también fortalecer sus servicios mediante alianzas estratégicas con personas de courier haciendo intercambio de servicios o manejando costos por volumen, la forma de cobro al consumidor final puede considerarse en la parte contractual; inclusive se puede trabajar con empresas que ofertan cable e

internet a futuro en la península, pues se convierte en una oferta más interesante para el cliente.

Es importante mantener el servicio post-venta, pues servirá como retroalimentación para la empresa así como para satisfacer las nuevas necesidades que demanda el medio.

Finalmente, la Península es un mercado virgen, que conociendo el medio y la línea del negocio se lo puede explotar no solo a favor de los socios de **"Pymesis"** sino también de los empresarios, recurso humano y comunidad en general.

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- Innovación Empresarial (Arte y Ciencia de la creación de Empresas)
Rodrigo Varela
- Entrepreneurship
Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd
- Marco legal de la superintendencia de compañías Ecuador
 - http://www.supercias.gov.ec/paginas_hm/societario/Marco%20Legal.htm
- Voz sobre IP y temas afines
 - Academia CISCO – ESPOL
 - Salma Jalife – COFETEL
- Desarrollo Global (local@glob_sp – DELNET, Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo (OIT))
Agencia Especializada de Naciones Unidas, ofrece formación, información, asesoramiento técnico y herramientas para el trabajo en red, a través de la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.
 - Medidas para garantizar la responsabilidad: sistemas de información gerencial (MIS)
 - El concepto de responsabilidad social de la empresa
- Cátedra de Emprendimiento e Innovación Tecnológica
 - Ing. Guido Caicedo (MSIG – ESPOL)
- Cátedra de E-marketing y modelos de negocios
 - Jacobo Rubinstein (MSIG – ESPOL)
- Gestión Empresarial - Mercadeo
 - <http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/index.htm>
- Información secundaria
 - <http://www.secretariasenred.com/uploads/Secresvirtuales.htm>
 - <http://www.emprendedorasenred.com.ar>
 - <http://www.secretaria-virtual.com/servicio/agenda.htm>
 - <http://www.ideasdenegocios.com.ar/boletin10.htm>
 - <http://www.asistencia-virtual.com>
 - <http://www.eduso.net/archivos/IVcongreso/comunicaciones/c65.pdf>
- Consideraciones de Niveles de riesgo
 - <http://www.kpmg.cl/aci/pdf/ERM.pdf>
 - <http://www.informacion-pymes.com/creditos-para-pymes/>
 - www.iso27001security.com/ISO_27000_implementation_guidance_v1_Spanish.rtf

Anexos

A. DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES

A.1. DESCRIPCIÓN DE CARGO "GERENTE GENERAL"

REQUERIMIENTOS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
- Dirección y liderazgo.	100%	Tiempo Seminarios
- Don de mando.	100%	
- Madurez y ética profesional.	100%	
- Organizado	95%	
- Responsable.	100%	
- Confiable.	100%	
- Honesto.	100%	
- Criterio analítico,	100%	
- Extrovertido.	80%	
- Estabilidad emocional.	100%	
- Manejo de relaciones interpersonales.	80%	

HABILIDADES ESPECÍFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
- Resolución de problemas.	100%	Seminarios
- Toma de decisiones.	100%	
- Capacidad para prever.	100%	
- Capacidad para planear.	100%	
- Capacidad de negociación.	100%	
- Empatía.	95%	
- Habilidad numérica.	100%	

CAPACITACIÓN	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
- Administración.	100%	Actualización Seminarios
- Finanzas.	80%	
- Relaciones Humanas.	95%	Capacitación
- Comunicación Efectiva.	100%	
- Inglés.	50%	

A.2. DESCRIPCIÓN DE CARGO "ASESOR EXTERNO"

REQUERIMIENTOS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
- Dirección y liderazgo.	100%	Seminarios
- Don de mando.	90%	
- Madurez y ética profesional.	100%	
- Organizado	100%	
- Responsable.	100%	
- Confiable.	100%	
- Honesto.	100%	
- Criterio analítico.	100%	
- Extrovertido.	100%	
- Estabilidad emocional.	100%	
- Manejo de relaciones interpersonales.	100%	

HABILIDADES ESPECÍFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
- Resolución de problemas.	100%	Seminarios Actualización
- Toma de decisiones.	100%	
- Capacidad para prever.	100%	
- Capacidad para planear.	100%	
- Capacidad de negociación.	100%	
- Empatía.	90%	
- Habilidad numérica.	95%	

CAPACITACIÓN	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
- Administración.	90%	Actualización
- Finanzas.	95%	Actualización
- Sistemas en General.	70%	Capacitándose
- Relaciones Humanas.	100%	
- Comunicación Efectiva.	100%	
- Inglés.	80%	Capacitándose

A.3. DESCRIPCIÓN DE CARGO "ASESOR COMERCIAL"

REQUERIMIENTOS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Dirección y liderazgo.	90%	Seminarios
· Don de mando.	90%	Seminarios
· Madurez y ética profesional.	95%	Seminarios
· Organizado	95%	Seminarios
· Responsable.	95%	Seminarios
· Confiable.	95%	Seminarios
· Honesto.	100%	
· Criterio analítico.	100%	
· Extrovertido.	100%	
· Estabilidad emocional.	100%	
· Manejo de relaciones interpersonales.	95%	Seminarios
· Para trabajar bajo presión.	95%	Seminarios

HABILIDADES ESPECÍFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Resolución de problemas.	95%	Seminarios
· Toma de decisiones.	95%	Seminarios
· Capacidad para prever.	90%	Seminarios
· Capacidad para planear.	90%	Seminarios
· Capacidad de negociación.	100%	
· Empatía.	95%	Seminarios
· Memoria visual.	95%	Seminarios
· Retentiva.	90%	Seminarios

CAPACITACIÓN	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Relaciones Humanas.	100%	
· Comunicación Efectiva.	100%	
· Ventas.	95%	Seminarios
· Marketing.	90%	Seminarios
· Inglés.	45%	Capacitándose

A.4. DESCRIPCIÓN DE CARGO "ADMINISTRADOR DE REDES Y SISTEMAS"

REQUERIMIENTOS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Madurez.	100%	
· Ética profesional.	100%	
· Organizado.	100%	
· Responsable.	100%	
· Confiable.	100%	
· Honesto	100%	
· Extrovertido	80%	Seminarios
· Estabilidad emocional.	90%	Seminarios
· Sociable.	90%	Seminarios
· Autocontrol.	100%	
· Manejo de relaciones interpersonales.	100%	
· Para trabajar bajo presión.	100%	

HABILIDADES ESPECÍFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Constante actualización.	100%	
· Resolución de problemas.	100%	
· Capacidad para prever y planear.	100%	
· Empatía.	100%	

CAPACITACIÓN	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Herramientas de Programación.	90%	Seminarios
· Aplicaciones Web.	90%	Seminarios
· Redes.	90%	Seminarios
· Seguridad.	90%	Seminarios
· Inglés.	80%	Capacitación

A.5. DESCRIPCIÓN DE CARGO "SECRETARIA"

REQUERIMIENTOS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Madurez y ética profesional.	90%	Tiempo
· Organizado	90%	Tiempo
· Responsable.	100%	
· Confiable.	100%	
· Honesto.	100%	
· Extrovertido.	90%	Seminarios
· Estabilidad emocional.	90%	Seminarios
· Manejo de relaciones interpersonales.	90%	Seminarios

HABILIDADES ESPECÍFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Resolución de problemas.	80%	Tiempo
· Capacidad para prever.	90%	Tiempo
· Empatía.	90%	Tiempo
· Capacidad de organización de sus propios tiempos y responsabilidades.	100%	
· Autodisciplina.	100%	

CAPACITACIÓN	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Relaciones Humanas.	100%	
· Comunicación Efectiva.	100%	
· Dominio herramientas Informáticas.	100%	
· Capacidad de comunicación interpersonal mediada por tecnología.	100%	

A.6. DESCRIPCIÓN DE CARGO "AUXILIAR DE SERVICIO"

REQUERIMIENTOS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Madurez y ética profesional.	100%	Seminarios
· Organizado.	90%	
· Responsable.	100%	
· Confiable.	100%	
· Honesto.	100%	
· Extrovertido.	90%	
· Estabilidad emocional.	100%	
· Manejo de relaciones interpersonales.	100%	

HABILIDADES ESPECÍFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Capacidad para prever.	90%	Tiempo

CAPACITACIÓN	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Relaciones Humanas.	90%	Seminarios
· Comunicación Efectiva.	95%	Seminarios

V. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "GERENTE GENERAL"

DESCRIPCION DEL CARGO	
CARGO	: Gerente General.
LIDER INMEDIATO	: Socios.
LIDER AREA	: Gerente General.
SUPERVISA A	: Secretaria, Asesor Externo, Asesor Comercial
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: De 28 a 45 años.
SEXO	: Masculino o Femenino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 4 años.
NIVEL ACADÉMICO	: Egresado o Titulado en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial ó carreras afines.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Dirección y liderazgo. · Don de mando. · Madurez y ética profesional. · Organizado · Responsable. · Confiable. · Honesto. · Criterio analítico. · Extrovertido. · Estabilidad emocional. · Manejar relaciones interpersonales.
HABILIDADES ESPECÍFICAS	<ul style="list-style-type: none"> · Resolución de problemas. · Toma de decisiones. · Capacidad para prever. · Capacidad para planear. · Capacidad de negociación. · Empatía. · Habilidad numérica.
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> · Administración. · Finanzas. · Relaciones Humanas. · Comunicación Efectiva. · Inglés.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Las funciones descritas serán realizadas por el titular del cargo y en ausencia de éste, serán los socios quienes asignen el reemplazo correspondiente.

FUNCIÓN BÁSICA

Administrar los recursos de la corporación, mediante la fijación de objetivos y políticas generales, que normen sus actividades y operaciones. Someter los planes y presupuestos para la aprobación, analizando los resultados obtenidos y el desarrollo organizacional de la empresa, tomando las medidas que considere más conveniente bajo las pautas establecidas por la Corporación.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

Administrar eficientemente los recursos de la corporación.
Establecer los lineamientos generales para el manejo de las relaciones públicas e imagen de la corporación a nivel interno y externo.
Reestructuración y aprobación de metas y programas de trabajo correspondiente a las empresas, a fin de optimizar recursos humanos, técnicos y materiales.
Definir las políticas generales de la corporación, según la estrategia comercial de cada empresa.
Desarrollar y coordinar con su equipo de trabajo, las tácticas de mercado en cuanto a los productos y/o servicios que tiene la empresa.
Participar en negociaciones con proveedores y clientes especiales.
Dirigirá las reuniones para la toma de decisiones y definiciones de las empresas.
Definir con el jefe de sistemas y redes las normas para un adecuado control de calidad de los productos y/o servicios de la empresa, que permita una gestión eficaz de la Corporación.
Evaluar el análisis de inversión - rentabilidad de los servicios de la corporación y re-direccionar estrategias de ser necesario.
Establecer prioridades en términos de objetivos y asignar recursos sobre las bases de esas prioridades.
Controlar la marcha general de las actividades de la corporación.
Evaluar personal a su cargo para ascenso e incrementos salariales.
Controlar y supervisar que el personal a su cargo cumpla en forma apropiada con las funciones y responsabilidades asignadas.
Propiciar y mantener un adecuado clima organizacional.
Conocer, cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la empresa.

I. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "ASESOR EXTERNO"

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
CARGO	: Asesor Externo
LIDER INMEDIATO	: Gerente General
LIDER ÁREA	: Gerente General
SUPERVISA A	
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 30 a 45 años.
SEXO	: Masculino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 5 años.
NIVEL ACADÉMICO	: Egresado ó Titulado en Marketing o carreras afines.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección y liderazgo. - Don de mando. - Madurez y ética profesional. - Organizado - Responsable. - Confiable. - Honesto. - Criterio analítico. - Extrovertido. - Estabilidad emocional. - Manejar relaciones interpersonales.
HABILIDADES ESPECÍFICAS	<ul style="list-style-type: none"> - Resolución de problemas. - Toma de decisiones. - Capacidad para prever. - Capacidad para planear. - Capacidad de negociación. - Empatía. - Habilidad numérica.
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> - Administración. - Finanzas. - Sistemas en General. - Relaciones Humanas. - Comunicación Efectiva. - Inglés.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de este, será el Jefe inmediato quiénes asignen el reemplazo correspondiente.

FUNCIÓN BÁSICA

Aconsejar, sugerir y sustentar las políticas a seguir en el manejo del área de marketing, basándose en las tendencias y proyecciones del mercado.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Participar en la elaboración de prescripciones técnicas para la adquisición de equipos, productos y servicios.
- Estudiar, evaluar y asesorar en la selección de recursos de hardware y software.
- Actualización constante sobre los avances tecnológicos a nivel de software y hardware.
- Sugerir procedimientos normalizados para las actividades operativas del departamento.
- Sugerir los cambios necesarios para un mejor funcionamiento y mejora de calidad de los procesos operativos de los departamentos.
- Sugerir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento de las áreas de marketing y la ventas.
- Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "ASESOR COMERCIAL"

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
CARGO	: Supervisor Comercial.
JEFE INMEDIATO	: Gerente General.
JEFE ÁREA	: Supervisor Comercial.
SUPERVISA A	: Asesor Comercial.
AMBIENTE DE TRABAJO	: Visita, Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 25 a 40 años.
SEXO	: Masculino o Femenino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 3 años.
NIVEL ACADÉMICO	: Egresado o Titulado en Marketing o carreras afines.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> - Dirección y liderazgo. - Don de mando. - Madurez y ética profesional. - Organizado - Responsable. - Confiable. - Honesto. - Criterio analítico. - Extrovertido. - Estabilidad emocional. - Manejar relaciones interpersonales. - Para trabajar bajo presión.
HABILIDADES ESPECÍFICAS	<ul style="list-style-type: none"> - Resolución de problemas. - Toma de decisiones. - Capacidad para prever. - Capacidad para planear. - Capacidad de negociación. - Empatía. - Memoria visual. - Retentiva.
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> - Relaciones Humanas. - Comunicación Efectiva. - Ventas. - Marketing. - Inglés.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quienes asignen el reemplazo correspondiente.

FUNCIÓN BÁSICA

Controlar el desarrollo de la gestión de la fuerza de comercialización y ventas, verificando que se cumplan las políticas comerciales asignadas a efectos de garantizar una rentabilidad adecuada que satisfaga las aspiraciones de la empresa y una excelente calidad de atención a los clientes.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Controlar que se cumpla la planificación de visita a clientes con la fuerza de ventas a su cargo.
- Controlar el cumplimiento de las políticas y los resultados (ventas, crédito y reclamos) de la fuerza de ventas.
- Apoyar en la planificación diaria de la forma de venta por tipo de clientes.
- Realizar el seguimiento de las Ventas para Clientes (Claves y Especiales).
- Controlar las rutas de campo por clientes.
- Controlar el porcentaje de clientes especiales.
- Controlar el porcentaje de eficiencia de ventas - frecuencia de visitas.
- Controlar el porcentaje de efectividad de ventas.
- Controlar el porcentaje de cumplimiento mínimo de cobertura.
- Supervisar el desarrollo de los clientes objetivos.
- Ejecutar y controlar los planes promocionales acordados por la Gerencia General.
- Informar al Gerente General sobre los planes de comercialización de la competencia.
- Coordinar con el Gerente General la supervisión de la fuerza de ventas.
- Apoyar en la implementación de las estrategias y tácticas de mercado a aplicarse a los clientes.
- Consolidar y emitir informes de gestión a su líder inmediato.
- Informar inmediatamente y por escrito al Gerente General cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones.
- Conocer, cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la empresa y en especial los de la función comercial.
- Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

10. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "JEFE DE PROYECTOS"

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
CARGO	: Jefe de Proyecto
LIDER INMEDIATO	: Gerente General
LIDER ÁREA	: Jefe de Proyecto
SUPERVISA A	: Diseñador Gráfico, Desarrollador.
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina.
PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 25 a 35 años.
SEXO	: Masculino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 3 años.
NIVEL ACADÉMICO	: Egresado ó Titulado en Ingeniería de Sistemas, Análisis de Sistemas o carreras afines.
TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Dirección y liderazgo. · Don de mando. · Madurez y ética profesional. · Organizado · Responsable. · Confiable. · Honesto. · Criterio analítico. · Extrovertido. · Estabilidad emocional. · Manejar relaciones interpersonales.
HABILIDADES ESPECÍFICAS	<ul style="list-style-type: none"> · Resolución de problemas. · Toma de decisiones. · Capacidad para prever. · Capacidad para planear. · Capacidad de negociación. · Empatía. · Habilidad numérica.
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> · Administración. · Finanzas. · Sistemas en General. · Manejo de Equipos de Comunicación. · Relaciones Humanas. · Comunicación Efectiva. · Inglés.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quienes asignen el reemplazo correspondiente.

FUNCIÓN BÁSICA

Mantener los procesos relacionados con el desarrollo, implementación y mantenimiento de los sistemas operativos, software básico y comunicaciones, con el fin de prestar el soporte técnico a la sección de mantenimiento y a los usuarios de la institución.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Dirigir el desarrollo, implementación y mantenimiento de los sistemas operativos básicos, de los sistemas informáticos.
- Planificar y organizar los recursos del software para responder eficazmente a las necesidades de la institución.
- Supervisar el desarrollo e implementación de normas y procedimientos para garantizar la estabilidad y eficacia del entorno del software de sistemas.
- Participar en la elaboración de prescripciones técnicas para la adquisición de equipos, productos y servicios.
- Estudiar, evaluar y asesorar en la selección de recursos de hardware y software.
- Realizar el seguimiento del rendimiento de los equipos (memorias, disco, capacidad, etc.).
- Supervisar y realizar el análisis de viabilidad y estudio de costos de implementación y mantenimiento de redes, sistemas distribuidos y comunicación.
- Actualización constante sobre los avances tecnológicos a nivel de software y hardware.
- Supervisar la evaluación, el soporte y el proceso de implementación de software de PCs, Terminales y de comunicación.
- Supervisar el análisis y configuración de hardware de comunicaciones (Unidades de Control, modos de comunicación, módem, etc.).
- Controlar los niveles de utilización de los software y aplicaciones por los usuarios.
- Supervisar la codificación de los manuales de operación de los diferentes programas.
- Desarrollar y controlar procedimientos normalizados para las actividades operativas del departamento.
- Organizar y controlar la implementación de los sistemas operativos y herramientas informáticas.
- Supervisar el desarrollo de nuevas versiones de aplicaciones ya existentes.
- Establecer políticas de seguridad en cuanto a manejo de información y equipos.
- Evaluar el desarrollo funcional y calidad de datos de los procesos operativos del departamento.
- Atender personalmente y/o por teléfono tanto a los Gerentes, como al personal de la institución sobre los requerimientos de errores o problemas en los sistemas, comunicaciones, equipos y accesorios computacionales.
- Controlar y supervisar que el personal a su cargo cumpla en forma apropiada con las funciones y responsabilidades asignadas.
- Propiciar y mantener un adecuado clima organizacional.
- Informar inmediatamente y por escrito, al jefe inmediato superior cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones.
- Conocer, cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la institución y en especial los de la función administrativa - financiera.
- Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

1. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "SECRETARIA"

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
CARGO	: Secretaria
JEFE INMEDIATO	: Gerente General
JEFE ÁREA	: Gerente General
SUPERVISA A	
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 22 a 40 años.
SEXO	: Femenino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 1 año.
NIVEL ACADÉMICO	: Estudiante último nivel de carrera de secretariado.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Madurez y ética profesional. · Organizado · Responsable. · Confiable. · Honesto. · Extrovertido. · Estabilidad emocional. · Manejar relaciones interpersonales.
HABILIDADES ESPECÍFICAS	<ul style="list-style-type: none"> · Resolución de problemas. · Capacidad para prever. · Empatía. · Dominio de herramientas informáticas. · Autodisciplina. · Capacidad de comunicación interpersonal mediada por tecnología.
CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> · Relaciones Humanas. · Comunicación Efectiva.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quienes asignen el reemplazo correspondiente.

FUNCIÓN BÁSICA
<p>Suministrar la información requerida por los clientes sobre los productos y servicios que ofrece la empresa, además brindar apoyo a los miembros de la institución.</p> <p>Redactar cartas, memos, oficios según las necesidades de la empresa.</p> <p>Cualquier otra actividad contemplada en los servicios que oferta "Pymesis"</p>

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Transmitir información clara y precisa a todo el personal de la institución directamente con la atención y responsabilidad necesaria (en el medio elegido por el tomador de decisiones).
- Atender correctamente y con prontitud los requerimientos de los gerentes de las empresas.
- Realizar con prontitud las llamadas urgentes requeridas por los ejecutivos.
- Actuar con amabilidad y voluntariedad en todo momento y con todo el personal que requiera servicio de parte de la secretaria virtual.
- Recibir facturas y documentación y entregarlas a las personas destinatarias. (si así lo exigiera el pedido del cliente)
- Custodiar apropiadamente el material de archivo.
- Atender personalmente y/o por teléfono tanto a proveedores, como al personal.
- Apoyar en la cotización y compra de suministros de oficina.
- Informar inmediatamente, al jefe inmediato superior cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones.
- Conocer y cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la institución y en especial los de la función administrativa.
- Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

2. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES "AUXILIAR DE SERVICIOS"

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
CARGO	: Auxiliar de Servicios.
JEFE INMEDIATO	: Gerente General.
JEFE ÁREA	: Gerente General.
SUPERVISA A	:
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina
PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 21 a 40 años.
SEXO	: Masculino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 1 año.
NIVEL ACADÉMICO	: Bachiller.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
<p>CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Madurez y ética profesional. - Organizado. - Responsable. - Confiante. - Honesto. - Extrovertido. - Estabilidad emocional. - Manejar relaciones interpersonales.
<p>HABILIDADES ESPECÍFICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para prever.
<p>CAPACITACIÓN MÍNIMA REQUERIDA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Relaciones Humanas. - Comunicación Efectiva.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES
 Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área quién asigne el reemplazo correspondiente.

FUNCIÓN BÁSICA
 Proporcionar servicio de atención y distribución de documentos internos al personal.
 Coordinar con la secretaria, el traslado y concentración de los depósitos bancarios, la entrega inmediata de los comprobantes de dichos depósitos.
 Coordinar el envío y entrega de correspondencia dentro del perímetro urbano.

- FUNCIONES ESPECÍFICAS**
- Actuar con amabilidad y voluntariedad en todo momento y con todo el personal que requiera servicio.
 - Estar siempre pendiente del orden y la higiene de las áreas de la Institución.
 - Proporcionar a los diferentes departamentos la proveeduría solicitada durante el mes.
 - Brindar refrigerios al personal cuando se efectúen charlas, reuniones de trabajo o cuando se solicite.
 - Entregar correspondencia a las diferentes áreas de destino.
 - Informar inmediatamente, al jefe inmediato superior cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones.
 - Conocer y cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la institución.
 - Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.
 - Efectuar, exclusivamente, pagos de planillas de teléfono, agua, luz y demás pagos que se necesiten realizar.
 - Entregar la documentación que envía la institución.
 - Entregar correspondencia a sus diferentes destinos. (Oficinas, institución, etc.).
 - Actuar con amabilidad y voluntariedad en todo momento y con todo el personal que requiera servicio.
 - Efectuar exclusivamente, trámites bancarios: depósitos, retiros de chequeras y estados de cuenta, etc., solicitados.
 - Llevar planillas de aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
 - Realizar pagos de impuestos. (IVA, Retención en la fuente, etc.)

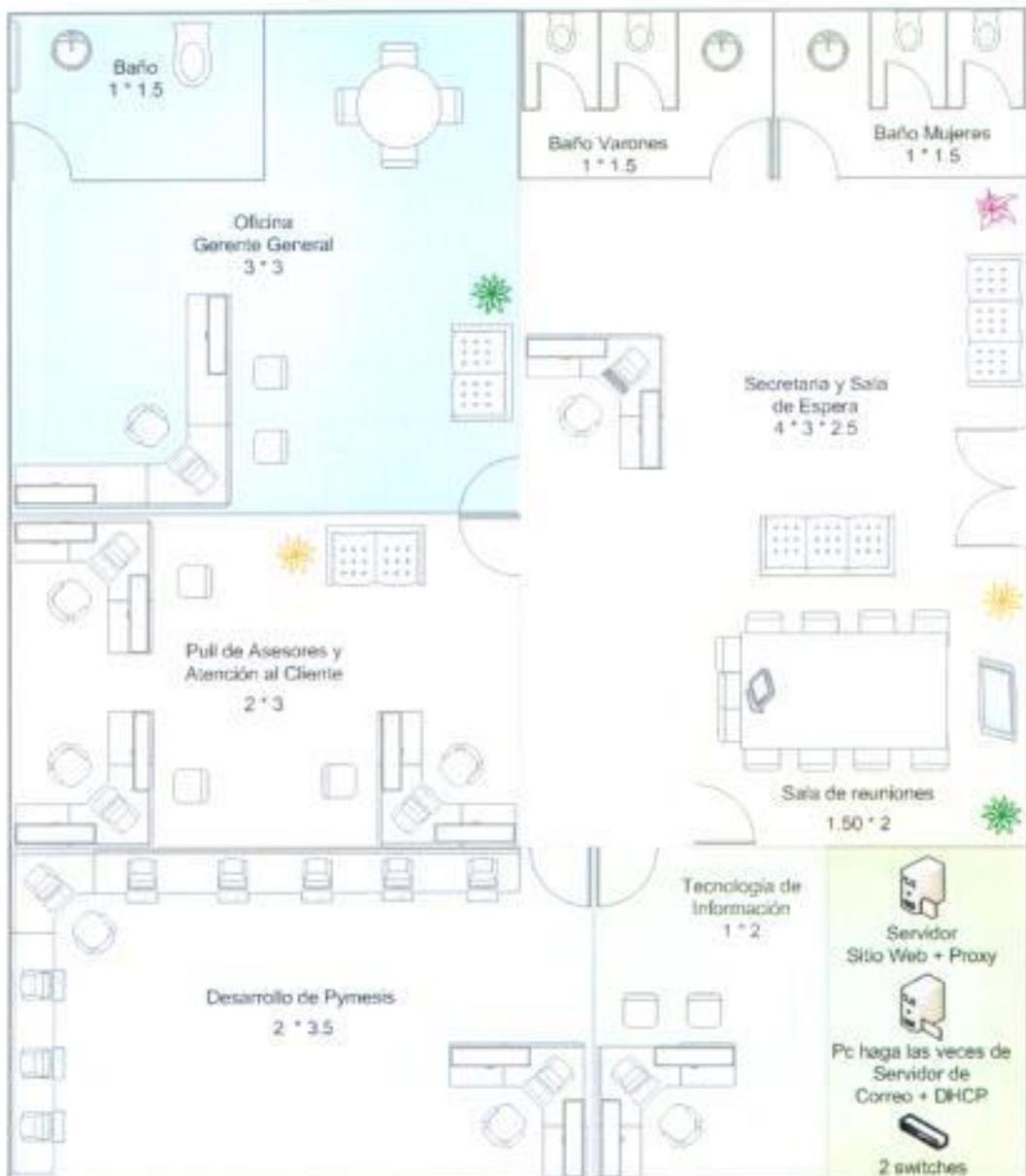
INFRAESTRUCTURA DE PYMESIS

1. DISEÑO DE LAS OFICINAS "PLANTA BAJA"

PYMESIS (planta baja)

Puntos Actuales:
Área: 7mtrs * 6mtrs

- 1 Gerente General
- 1 Secretaria
- 3 Pult de Asesores y Atención al Cliente
- 1 Tecnología de Información
- 2 Sala de reuniones
- 10 Desarrollo Pymesis
- 10 Puntos de Holgura



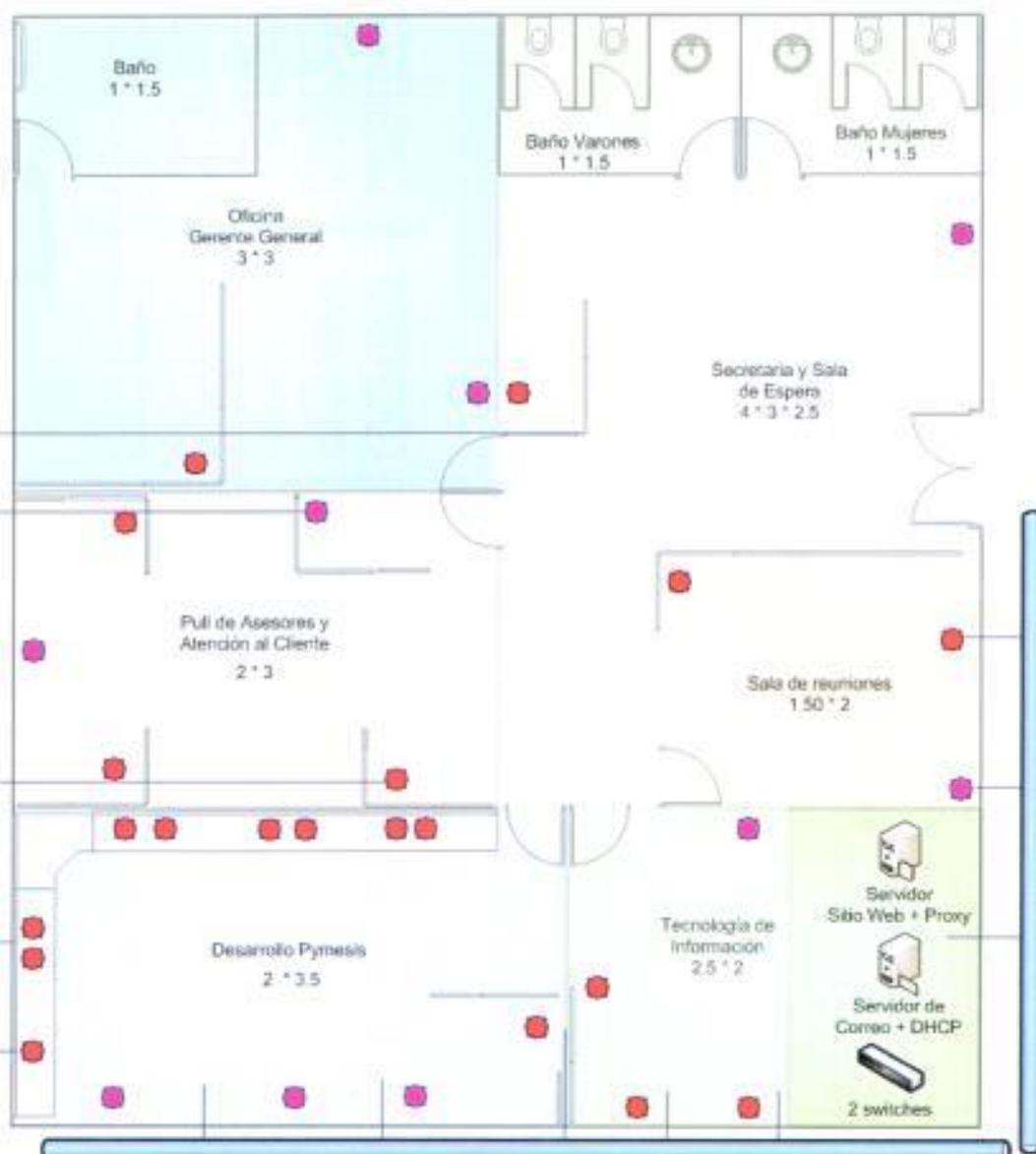
2. DISEÑO INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA OFICINAS "PLANTA BAJA"

PYMESIS (planta baja)

Puntos Actuales:
Área: 7mtrs * 6mtrs

- 1 Gerente General
- 1 Secretana
- 3 Pull de Asesores y Atención al Cliente
- 1 Tecnología de Información
- 2 Sala de reuniones
- 10 Desarrollo Pymesis
- 10 Puntos de Holgura

Puntos habilitados inicialmente
planta baja 12



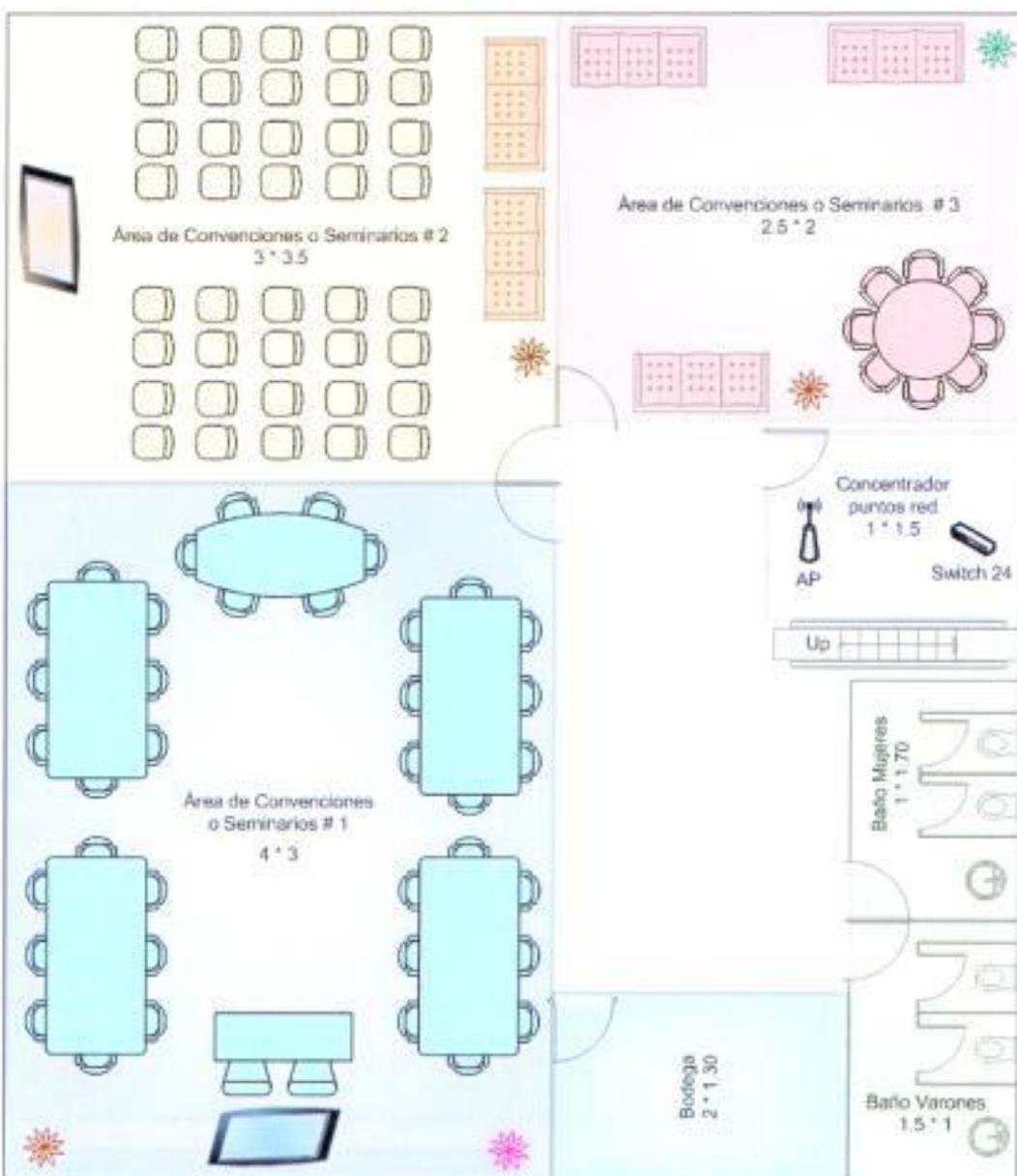
3. DISEÑO DE LAS OFICINAS "PLANTA ALTA"

PYMESIS
(Planta alta)

Área de Convenciones o Seminarios
- **PRIMER PISO**
Área: 7mtrs * 6mtrs

- Puntos Actuales:**
- Paredes con paneles móviles
 - (máx. 4 ambientes)
 - Conexión de red inalámbrica

Plan de contingencia
- 12 puntos de red



1. DISEÑO INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA OFICINAS "PLANTA ALTA"

PYMESIS
(Planta alta)

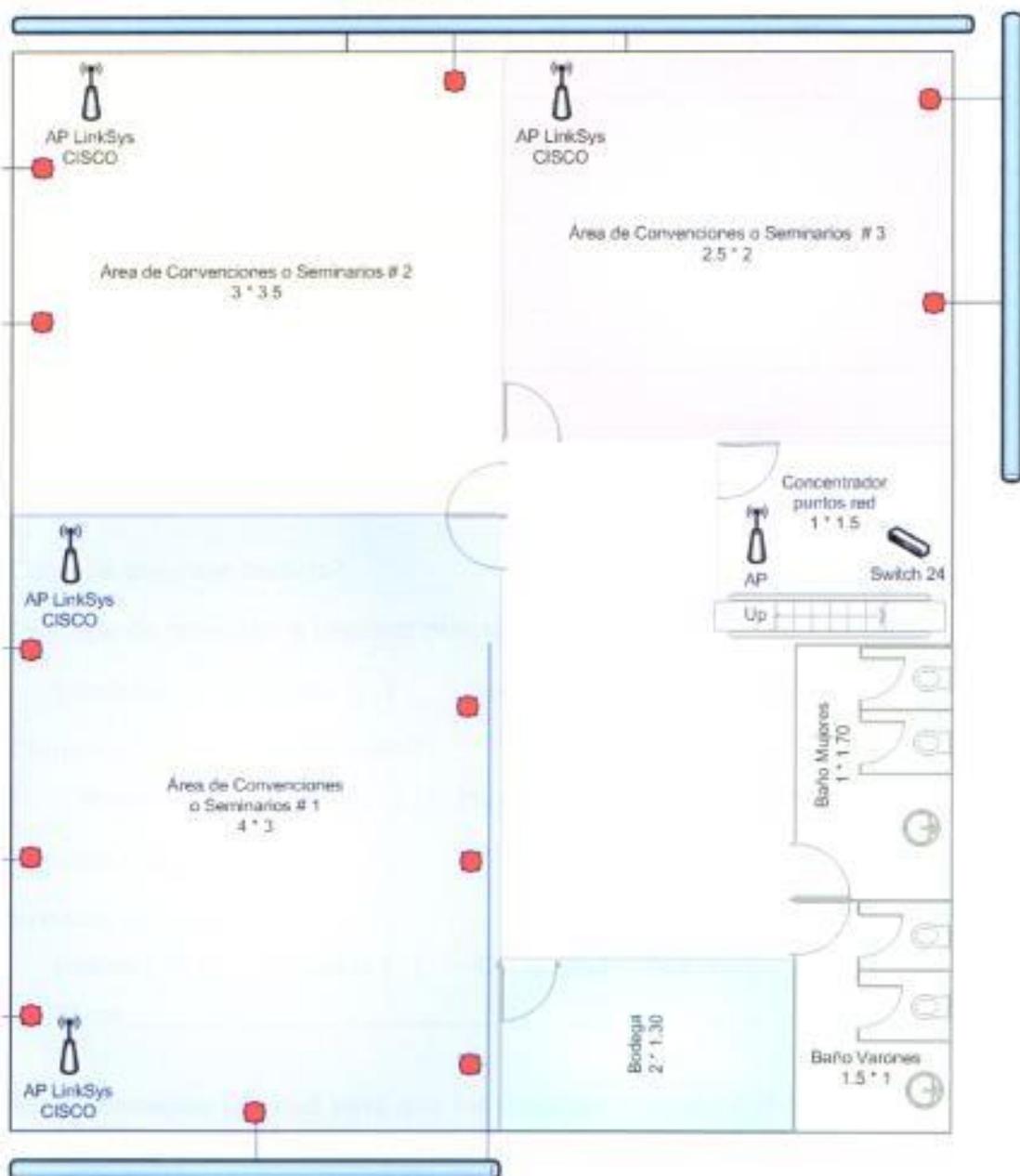
Área de Convenciones o
Seminarios
- PRIMER PISO
Área: 7mtrs * 6mtrs

Puntos Actuales:

- Paredes con paneles móviles (máx. 4 ambientes)
- Conexión de red inalámbrica

Plan de contingencia:

- 12 puntos de red



LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

L. CUESTIONARIO PARA CYBER-CAFES DE LA RUTA DEL SOL

tema: Uso de la tecnología en el gremio micro-empresarial de la Ruta del Sol

datos

Nombre del Cyber-café:

Ubicación:

Ciudad / Comunidad:

Dirección, Barrio o referencia:

Contacto

Persona de Contacto / Propietario:

Teléfono / celular:

E-mail:

Website:

datos técnicos:

¿Con qué empresa trabaja?

¿Qué tipo de conexión a Internet maneja el cyber?

Excelente () Radial () Fibra óptica () Satelital ()

¿Cómo es la calidad de conexión?

Mala () Buena () Muy buena () Excelente ()

¿Cuántas máquinas tiene?

Servicios que presta:

Internet () Telefonía () Copias () Fax ()

Otros _____

¿Qué recomendaría usted para que los usuarios manejen con más frecuencia la tecnología?

¿Cuántas personas al mes aproximadamente visitan cyber?

Comentarios

INTERPRETACIÓN DE SONDEO DE CYBER-CAFES DE LA RUTA DEL SOL

ACCIÓN

Sur de Manabi		
Pto. Cayo	0	
Machalilla	0	
Pto. López	3	3
	<hr/>	
Cantón Santa Elena		
Olón	1	
Montañita	3	
Manglaralto	1	
San Pedro	0	
Valdivia	0	
Ayangue	0	
Santa Elena	5	
Ancón		10
	<hr/>	
Cantón		
La Libertad	14	
Salinas	5	19
	<hr/>	
Gran total		<u><u>32</u></u>

nto tienen email:	21	65 % del total
ntos tienen website:	3	9.37 % del total

es su proveedor:	Alegro PCS	6
	Telconet	14
	ESPOLTEL	1
	Interactive	1
	Porta	2
	Net Phone	1
	Easynet	1
	Antel	1

o de conexión:	Telefónica	8
	Satelital	8
	Radial	1
	Banda ancha	5
	Fibra óptica	6
	Wireless	1
	Pirata	1

mo califica la calidad de su conexión:	Maia	
	Buena	9
	Muy buena	6
	Excelente	15
		<hr/>
		30

¿Cuántas máquinas tiene?

2 - 4 maq	5 - 8 maq	9 - 11 maq
6	16	3
12 - 15 maq	16 - 19 maq	20 - 24 maq
2	2	1

¿Qué servicios que presta:

Internet	30
Telefonía	12
Copia	20
Fax	12
Venta de Películas	1
Otros	1

¿Qué recomendarían para que los usuarios mejoren el uso de la tecnología?

Capacitación	10
promoción	2
económico	1
comentarios	17

¿Cuántas personas al mes aprox. Visitan el cyber ?

menos de 70 personas	9	30 % del total
más de 71 personas	21	70 % del total

3. HOTELERÍA Y USO DE LA TECNOLOGÍA EN LA RUTA DEL SOL

Provincia		Tiene website		Tiene correo elect.	
de Manabí	Hoteles	si	no	si	no
Cayo	7	2	5	4	3
López	22	5	17	11	11
Rico	5	2	3	4	1
Millera Chongón - Colonche	1	1	0	1	0
aciones Varias Manabí sur	10	5	5	9	1
Total	45				

Provincia Santa Elena		Tiene website		Tiene correo elect.	
	Hoteles	si	no	si	no
n	7	1	6	4	3
tafita Punta	7	4	3	4	3
tafita Pueblo	28	5	23	20	8
nglaralto	8	3	5	5	3
ngue	7	1	6	3	4
enita	3	1	2	2	1
ta Elena	4	0	4	1	3
os de San Vicente	3	0	3	1	2
nduy	3	0	3	1	2
aciones Varias	11	2	9	9	2
Total	81				

Provincia La Libertad		Tiene website		Tiene correo elect.	
	Hoteles	si	no	si	no
Libertad	18	2	16	6	12
Total	18				

Provincia Salinas		Tiene website		Tiene correo elect.	
	Hoteles	si	no	si	no
Salinas	43	4	39	27	16
Total	43				

TOTALES	187	38	149	112	75
		20,32%	79,68%	59,89%	40,11%

PRESENTACIÓN DEL SERVICIO

1. HOMEPAGE DE LA PÁGINA INFORMATIVA DE "PYMESIS"

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying the homepage of Pymesis. The browser's title bar reads "PYMESIS - Sistemas Integrales de Secretariado en Sistemas de Información para PYMES - Microsoft I...". The address bar shows the URL "http://www.pymesis.com".

The website header features a blue banner with the text "Servicios Integrales de Secretariado" and the Pymesis logo on the right. Below the banner, there is a vertical navigation menu on the left with the following items: "Nosotros", "Misión y Visión", "Beneficios", "Servicios", "Forma de Trabajo", "Clientes", and "Contáctenos".

The main content area contains two images: a smaller one at the top showing a man and a woman in business attire standing in front of a modern building, and a larger one at the bottom showing three people (two men and one woman) sitting around a table, reviewing documents and a laptop. Below the images, the tagline reads: "Pymesis... los mejores profesionales al servicio de su negocio".

The browser's status bar at the bottom indicates the system is "MS PC".

2. IMAGEN CORPORATIVA DE "PYMESIS"

2.1. CARPETA PROMOCIONAL



1.2. HOJA MEMBRETADA



SERVICIOS INTEGRALES DE SECRETARIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Guayaquil y 7 de Octubre esq. Santa Elena

Teléfono: 0940941 2941317

Persona de Contacto:

Luz Evelyn Del Pozo - ledelpez@pymesis.com

SOBRE

SERVICIOS INTEGRALES DE SECRETARIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN



TARJETA DE PRESENTACIÓN DE EJECUTIVOS



6. TRÍPTICO INFORMATIVO (REVERSO)

"Pymesis" surgió como alternativa de demanda de los servicios secretariales de ciertos grupos de microempresarios quienes no disponen de infraestructura física para su empresa y empleadas o medios suficientes como para cubrir al 100% los honorarios profesionales de una secretaria.

El estilo del negocio está orientado a ofrecer servicios secretariales a través del uso de las TIC's (Internet, telefonía, otros). Básicamente el Cliente solicita y paga solo por servicios puntuales solicitados a su secretaria virtual, quien desde un lugar remoto atiende a los clientes de sus jefes con envío de mensajes, manejo de agendas y archivos, entre otros.

OBJETIVOS

- Ofertar trabajo a profesionales del área de secretariado o estudiantes de esta carrera que cursen los últimos niveles.
- Hacer uso y transferencia de tecnología entre los usuarios que solicitan los servicios que oferta "Pymesis"
- Fomentar en el medio peninsular una nueva cultura de hacer negocios a través del uso de las TIC's.

MISIÓN

Ofertar servicios administrativos - gerenciales de calidad con seguros y profesionales especializados en TIC's, fomentando de manera continua el crecimiento, desarrollo social y económico de las Pymes en la Península de Sanja Elena.

VISIÓN

Ser líderes a nivel regional, manteniendo e incrementando nuestro portafolio de servicios en función de la demanda del medio.

NUESTROS SERVICIOS

- **Mallings.** Organizar un mailing para los clientes, actuales o potenciales, para anunciarles una oferta de un producto, el cambio de domicilio de su empresa o cualquier otra comunicación. "Pymesis" redacta las respectivas cartas con papel de su empresa y las enviamos por correo, fax o e-mail. Ahorrandole toda el tiempo que esto significa.
- **Mecanografiado.** edición, maquetación y transcripción de documentos (español e inglés)
- **Faxar** todo tipo de grabaciones a papel; enviándola a través de e-mail, disquete, CD.
- **Agendas.** Diseño, mantenimiento y actualización de su agenda.
- **Redacción,** oficios, presupuestos, informes, manuales de procedimientos.
- **Documentos de Excel.** Manejo de tablas convencionales y dinámicas, informes, gráficos estadísticos, etc.
- **Diseño y Creación de Base de Datos.** Orientado a cualquier tipo de información que los clientes requieran manejar. Garantizando el mantenimiento y administración continua de los mismos con absoluta confiabilidad.
- **Búsqueda de información en Internet.**

- **Traducciones.** De cartas o documentos que le han enviado en cualquier idioma y desea traducida al castellano, o bien tiene algún tipo de documento para enviar al exterior y lo quiere traducir a algún otro idioma. Servicio ideal para optimizar su comunicación externa.
- **Conferenciación de Entrevistas**
- **Viajes de Negocios.** Reservación de los pasajes, la estadía en los hoteles y los traslados. Ya sea para viajes al interior o al exterior de nuestro país.
- **Regalos Empresariales.** Buscar presupuestos de diferentes tipos de regalos que se adapten al perfil de su empresa.
- **Presentaciones en PowerPoint.** Preparar presentaciones totalmente personalizadas con diseños de gran calidad que le dan un valor añadido a sus palabras e ideas para las conferencias o charlas que tenga que realizar el cliente.
- **Archivo.** Organización y manejo óptimo de su archivo.



2.7. PUBLICIDAD

SERVICIOS INTEGRALES DE SECRETARIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

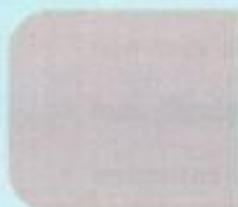


Pymesis

"Un asistente virtual al servicio de su empresa"



"Pymesis" surgió como alternativa de demanda de los servicios secretariales de ciertos grupos de microempresarios quienes no disponen de infraestructura física para su empresa y empleados o medios suficientes como para cubrir al 100% los honorarios profesionales de una secretaria.



El estilo del negocio está orientado a ofertar servicios secretariales a través del uso de las TIC's (Internet, telefónica, otros). Básicamente el Cliente solicita y paga solo por servicios puntuales solicitados a su secretaria virtual quien desde un lugar remoto atiende a los clientes de sus jefes con envío de mails, manejo de agendas y archivos, entre otros.

Guayaquil y 9 de Octubre esq.
Santa Elena

Teléfonos: 2940969 - 2941317

Persona de Contacto:

Lil. Evelyn Del Pezo edelpezo@pymesis.com

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Banner:** Son espacios publicitarios en las páginas web, pueden describir un web o dar una idea de lo que hay al otro lado si se da clic en ellos.
- **Base de Datos:** Conjunto de datos relacionados que se almacenan de forma que se pueda acceder a ellos de manera sencilla, con la posibilidad de relacionarlos, ordenarlos en base a diferentes criterios, etc. Las bases de datos son uno de los grupos de aplicaciones de productividad personal más extendidos. Entre las más conocidas pueden citarse dBase, Paradox, Access y Aproach, para entornos PC, y Oracle, ADABAS, DB/2, Informix o Ingres, para sistemas medios y grandes
- **CRM:** (Customer relationship management o CRM). Amplio término que cubre conceptos usados por compañías para gestionar sus relaciones con clientes, incluyendo la colección, almacenamiento y análisis de la información de sus clientes a través de software desarrollado a la medida de la empresa.
- **Dominio:** Nombres equivalentes a direcciones IP, se utilizan por la mayor facilidad que dan para recordar un sitio web en particular. Los nombres de dominios inteligentes, simples y fáciles de recordar son los más deseados ya que con ellos se puede lograr atraer en gran parte, visitantes a su website. La mayoría de los nombres de dominio tienen sufijos terminales ".com", pero otras extensiones tales como ".net" y ".org" también están disponibles.
- **E-buzón:** Buzón electrónico que permite receptar las sugerencias a través de e-mails.
- **Encriptar:** Técnica por la que la información se hace ilegible para terceras personas. Para poder acceder a ella es necesaria una clave

que sólo conocen el emisor y el receptor. Se usa para evitar el robo de información sensible, como números de tarjetas de crédito. Las últimas generaciones de navegadores, incluyen sistemas automáticos de encriptación

- **ERP:** Es un sistema integral de gestión empresarial que está diseñado para modelar y automatizar la mayoría de procesos en la empresa (área de finanzas, comercial, logística, producción, etc.). Su misión es facilitar la planificación de todos los recursos de la empresa
- **Firma digital/electrónica:** Datos cifrados de tal manera que el receptor pueda comprobar la identidad del transmisor.
- **Homepage:** Página de inicio de un Website.
- **Mailings:** Envío masivo de emails publicitarios o informativos.
- **Open House:** Casa abierta o eventos que permiten dar a conocer las actividades de una empresa.
- **Outsourcing:** Es un tipo de relación contractual que permite a una organización cualquiera el uso de las instalaciones físicas de otra que, además, provee a la primera de mantenimiento y desarrollo de aplicaciones, proceso de datos, gestión de comunicaciones, etc. Así, una empresa (la segunda, según la definición anterior), aprovecha, por ejemplo, el sobrante de potencia de proceso de sus máquinas, o rentabiliza su experiencia en la gestión de sus propias aplicaciones, o comparte su estructura de comunicaciones, etc. La primera, en estas circunstancias, no necesita acometer costosísimas inversiones para resolver sus necesidades de operación.
- **PNL:** La Programación Neurolingüística es un modelo de comunicación que está conformado por una serie de técnicas, cuyo aprendizaje y práctica están enfocados al desarrollo humano.
- **Pop-ups:** Un pop-up o ventana pop-up o ventana emergente, es una ventana nueva que aparece de repente en la pantalla del computador.

Los anuncios en pop-ups se utilizan mucho para hacer publicidad en la web, aunque la publicidad no es el único uso de estas ventanas pop-up.

- **Pop-downs:** Herramientas o software gratuito que elimina las nuevas instancias de Internet Explorer a fin de evitar los molestos pop-ups. Su funcionamiento es sencillo, muestra un icono en la barra de tareas que si está activado eliminará cualquier nueva ventana que se abra.
- **Software:** Software es un término genérico que designa al conjunto de programas de distinto tipo (sistema operativo y aplicaciones diversas) que hacen posible operar con el ordenador.
- **Telefonía IP:** La telefonía IP reúne la transmisión de voz y de datos, lo que posibilita la utilización de las redes informáticas para efectuar llamadas telefónicas.
- **TIC's:** Las tecnologías de la comunicación (TIC), se encargan del estudio, desarrollo, implementación, almacenamiento y distribución de la información mediante la utilización de hardware y software como medio de sistema informático.
- **Website:** Es una manera de presentarse en línea, es el lugar en Internet donde todos, y en cualquier parte del mundo podrán visitarlo cuando quieran averiguar algo acerca de alguna persona o empresa, hacerle preguntas, ofrecerles comentarios o sugerencias, e inclusive comprar sus productos o servicios.

FLUJO DE EFECTIVO (INVERSIÓN SOLO DE SOCIOS)

	0	1	2	3	4	5
Ingresos del Negocio						
Costos de servicios básico		16,403.20	26,871.42	36,409.14	45,183.84	51,940.35
Costos de servicios adicionales		1,565.76	1,675.36	1,826.15	2,045.28	2,290.72
Costo Publicidad con enlaces (banner estándar)		4,660.00	4,986.20	5,434.96	6,087.15	6,817.61
Costo Noticias c/s enlaces (banner estándar) paquete de 10		1,258.20	1,346.27	1,467.44	1,643.53	1,840.76
Mantenimiento de cuenta (anual)		1,230.24	2,015.36	2,730.69	3,388.79	3,895.53
Ingresos por Alquiler local		2,097.00	2,243.79	2,445.73	2,739.22	3,067.93
Ingresos por Alquiler local con internet		4,100.80	1,994.48	2,173.98	2,434.86	2,727.04
Total Ingresos del negocio		31,315.20	41,132.89	52,488.08	63,522.67	72,579.93
Valor en Bancos		3,507.32	5,026.70	13,481.69	31,436.59	58,663.25
Total Ingresos		34,822.52	46,159.59	65,969.77	94,959.26	131,243.18
Egresos						
Alquiler		21,720.00	22,806.00	23,948.30	25,143.62	26,400.80
Costo Agua, Teléfono, Internet		5,040.00	5,292.00	5,556.60	5,834.43	6,126.15
Costo Publicidad		591.82	759.80	828.29	695.76	602.67
Costo gastos (suministros, caja chica)		644.00	1,640.00	2,024.00	2,226.40	2,449.04
Costo Alquiler		1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
Total Egresos Fijos		29,795.82	32,677.90	34,533.19	36,296.01	38,304.04
Inversión Inicial						
aporte Socios		20,000.00				
Total Egresos Variables		20,000.00				
Total Egresos		20,000.00	29,795.82	32,677.90	34,533.19	36,296.01
Total del Flujo		-20,000.00	5,026.70	13,481.69	31,436.59	58,663.25
Costo de Capital			0.30	(porcentaje tomado como referencia de los niveles de riesgos actuales de negocios en internet, ver bibliografía)		
Valor Actual Neto		39,787	88%			