

**ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE TECNOLOGIA**

**ASISTENCIA TECNOLÓGICA PARA EL HOGAR – TECNO HOGAR**

**Bogotá D.C., 04 de Julio 2012**

**ASISTENCIA TECNOLÓGICA PARA EL HOGAR  
TECNO HOGAR**

**MARÍA DEL PILAR GIRALDO  
JAVIER MAURICIO GUTIERREZ  
EDWIN ENRIQUE MARTELO**

Informe Final de Investigación para optar al Título como  
Especialista en Gerencia de Tecnología

ASESOR  
EFRAIN ORTIZ PABÓN  
Docente de Postgrados

UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE POSTGRADOS  
2012

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

## Tabla de Contenido

1.	RESUMEN EJECUTIVO .....	8
2.	NATURALEZA DEL PROYECTO .....	11
2.1.	JUSTIFICACIÓN .....	11
2.2.	NOMBRE EMPRESA .....	11
2.3.	TIPO DE EMPRESA.....	12
2.4.	UBICACIÓN.....	12
2.5.	MISIÓN.....	13
2.6.	VISIÓN .....	13
2.7.	OBJETIVOS .....	13
2.8.	VENTAJAS COMPETITIVAS.....	14
2.9.	PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES .....	14
3.	MERCADEO .....	16
3.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	16
3.1.1.	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	16
3.1.2.	ANÁLISIS DEL MERCADO .....	17
3.1.3.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:.....	19
3.2.	ESTUDIO DE MERCADO .....	22
3.2.1.	OBJETIVO DEL ESTUDIO: .....	22
3.2.2.	ENCUESTA TIPO:.....	22
3.2.3.	APLICACIÓN DE ENCUESTA:.....	25
3.2.4.	RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA.....	26
3.3.	PLAN DE MERCADEO.....	36
3.3.1.	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN:.....	36
3.3.2.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN: .....	37
3.3.3.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:.....	37
3.3.4.	ESTRATEGIAS DE SERVICIO: .....	37
3.4.	PLAN DE VENTAS.....	38
4.	TÉCNICO.....	39
4.1.	CONCEPTO DEL SERVICIO.....	39
4.2.	ESTADO DEL DESARROLLO .....	40
4.3.	DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO .....	42
4.4.	FLUJO DEL PROCESO .....	43
4.5.	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS .....	45
4.5.1.	RECURSOS Y REQUERIMIENTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO	45
4.5.2.	INSUMOS Y MATERIALES DEL PROCESO OPERATIVO:.....	47
5.	ORGANIZACION .....	49
5.1.	CONCEPTO DEL NEGOCIO – FUNCIÓN EMPRESARIAL .....	49
5.2.	PRINCIPIOS CORPORATIVOS .....	49

5.3.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	50
5.3.1.	ORGANIGRAMA INICIAL: .....	50
5.3.2.	ORGANIGRAMA PROYECTADO .....	50
5.3.3.	PERFILES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS .....	51
5.4.	ANÁLISIS DOFA.....	53
5.5.	SISTEMA DE CONTRATACIÓN Y RETRIBUCIÓN.....	54
5.6.	ESTRUCTURA JURIDICA (TIPO DE SOCIEDAD).....	54
5.7.	DISTRIBUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN .....	55
6.	FINANCIERO.....	56
6.1.	SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA .....	56
6.2.	BALANCE GENERAL INICIAL PROYECTADO.....	57
6.3.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	60
6.3.1.	Estado de Ganancias y Pérdidas.....	60
6.3.2.	Flujo de Caja Presupuestado .....	63
6.3.3.	Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto.....	65
7.	BIBLIOGRAFIA .....	66
	ANEXO 1. FICHA BIBLIOGRÁFICA TRABAJO .....	67
	ANEXO 2. Licencia de uso - Autorización de los Autores.....	69

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Distribución personas y hogares por estrato Fuente: SHD, DANE y SDP ...	9
Tabla 2. Distribución personas y hogares por estrato Fuente: SHD, DANE y SDP .	18
Tabla 3. Análisis DOFA de la competencia .....	22
Tabla 4. Proyección de ventas plan cobre tres primeros años .....	38
Tabla 5. Portafolio de servicios por plan .....	41
Tabla 6. Descripción flujo básico del proceso operativo. ....	44
Tabla 7. Descripción flujo alterno del proceso operativo. ....	45
Tabla 8. Insumos y materiales del proceso operativo.....	47
Tabla 9. Análisis DOFA Tecno hogar. ....	54
Tabla 10. Balance general inicial proyectado .....	58
Tabla 11. Estado Pérdidas y Ganancias. ....	62
Tabla 12. Flujo de caja presupuestado.....	63
Tabla 13. TIR y VPN.....	65

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Penetración de Internet y PCs segmentada por estratos (Fuentes: SUI, DANE). .....	18
Ilustración 2. Grafico pregunta 1 Encuesta de mercadeo.....	26
Ilustración 3. Grafico pregunta 2 Encuesta de mercadeo.....	27
Ilustración 4. Grafico pregunta 3 Encuesta de mercadeo.....	28
Ilustración 5. Grafico pregunta 4 Encuesta de mercadeo.....	29
Ilustración 6. Grafico pregunta 5 Encuesta de mercadeo.....	30
Ilustración 7. Grafico pregunta 6 Encuesta de mercadeo.....	31
Ilustración 8. Grafico pregunta 7 Encuesta de mercadeo.....	32
Ilustración 9. Grafico pregunta 8 Encuesta de mercadeo.....	33
Ilustración 10. Grafico pregunta 9 Encuesta de mercadeo.....	34
Ilustración 11. Grafico pregunta 10 Encuesta de mercadeo.....	35
Ilustración 12. Flujo de Proceso propuesto. ....	43
Ilustración 13. Organigrama Inicial. ....	50
Ilustración 14. Organigrama Proyectado.....	50

## **1. RESUMEN EJECUTIVO**

“Asistencia Tecnológica para el Hogar - TECNO HOGAR”, localizado en la ciudad de Bogotá D.C. en la calle 79 con 16, es una empresa pyme enfocada en dar solución a las necesidades tecnológicas de los hogares en Bogotá, brindando innovación en la atención, servicio apropiado para cualquier miembro del hogar, desde resolución de dudas vía call center hasta la reposición en calidad de préstamo de dispositivos de computo, buscando que la familia no tenga periodos de desconexión o interrupción en largo tiempo de sus tareas escolares o trabajo remoto, Tecno Hogar cuenta con la infraestructura necesaria para ofrecer un soporte constante, oportuno y eficiente; donde los hogares pueden tener la confianza de contar con un aliado técnico y tecnológico que servirá para solucionar sus inconvenientes sin importar el día ni la hora.

En la actualidad se cuenta con empresas de soporte técnico para empresas y algunas de ellas también prestan servicio a hogares sin una incursión en el mercado; sin embargo no es posible encontrar una empresa cuyo único nicho de mercado sea los hogares y su orientación de servicio sea a personas de todos los rangos de edad y ante todo se preste el apoyo en toma de decisiones con la respectiva asesoría para adquisición de equipos o realizar actualizaciones en los mismos a nivel de hardware.

El cliente está en la libertad de escoger entre tres opciones según la cantidad de servicios ofrecidos y el valor que este dispuesto a pagar, los cuales se arman en combos y se denominan: Bronce, Plata y Oro; estos están diseñados teniendo en cuenta los incidentes mas frecuentes reportados en el uso de equipos de computo, y distribuidos en los paquetes de tal manera que cubran las necesidades básicas en cada uno y presenten mas servicios de acuerdo al valor del este.



Según cifras de la Secretaría de Hacienda Distrital (SHD), el DANE y de la Secretaría Distrital de Planeación (SDP), en Bogotá hay 1'895,960 Viviendas, que conforman 1'978,528 Hogares. De estos, los estratos socio-económicos potenciales, son los estratos 3, 4, 5 y 6, los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

<b>ESTRATO</b>	<b>VIVIENDAS</b>	<b>HOGARES</b>	<b>PERSONAS</b>	<b>HOGARES CON PC's</b>
<b>3</b>	734,621	766,468	2'624,122	360.240
<b>4</b>	199,080	201,475	584,745	141.033
<b>5 y 6</b>	102,691	102,893	293,272	94.662
<b>TOTALES</b>	1'036,392	1'070,836	3'502,140	595.935
<b>% PARTICIPA.</b>	54.66%	54.12%	49.78%	30.12%

**Tabla 1. Distribución personas y hogares por estrato Fuente: SHD, DANE y SDP**

Con la anterior información podemos determinar una población objetivo del 30% (595.935) de los Hogares de la ciudad de Bogotá.

La inversión inicial será de COP\$300'000.000 donde el 51% corresponde a los aportes de recursos propios de los socios en partes iguales, mas la inversión del socio capitalista que estamos buscando que debe realizar una inversión del 49% correspondientes a \$147'000.000. Los COP\$300'.000.000 se dividirán en 300.000 acciones de COP\$1.000 cada una.

El punto equilibrio se consigue en el primer año, con una proyección de ventas calculada en 2.613 unidades del paquete bronce en los hogares bogotanos.

La tasa interna de retorno TIR calculada es del 26,68%, la cual es bastante mayor a las tasas de interés que pueden ofrecer las entidades financieras en este momento, quienes están ofreciendo tasas entre el 5% y 8%. Por tal motivo se evidencia que es una excelente oportunidad de inversión ya que se generan mayores dividendos.

El valor presente neto VPN calculado es de \$18.979.946, donde vemos que es un valor positivo, el cual que nos indica que el proyecto tendrá un incremento equivalente a este valor, es decir, se tendrá una valorización de la empresa.

TECNO HOGAR espera iniciar actividades en el mes de octubre de 2012, dado que se requiere de un tiempo de 3 meses para realizar la adquisición de los elementos básicos de operación y para la contratación del personal idóneo para desarrollar las actividades.

Es muy conveniente realizar este negocio, ya que como vimos los resultados de calcular la TIR y la VPN, se obtiene una rentabilidad mayor a la ofrecida por entidades financieras y otros negocios en Colombia.

El mayor riesgo que se encuentra es el no poder vender la cantidad de planes necesaria para poder alcanzar el punto de equilibrio debido a la competencia informal que existe en este campo de mantenimiento y soporte a equipos de cómputo y comunicación para el hogar. La mejor forma de solventar este riesgo es realizar una campaña de mercadeo agresiva y prestar el mejor servicio a todos los clientes, ya que este negocio tiene una tendencia de referencia a otros clientes, donde la confianza y responsabilidad son las claves del éxito.

## **2. NATURALEZA DEL PROYECTO**

### **2.1. JUSTIFICACIÓN**

Hoy en día en Colombia contamos con un amplio portafolio de empresas dedicadas a dar soporte tecnológico a empresas (grandes, medianas y pequeñas), pero la situación cambia cuando hablamos de mantenimiento de computadores y dispositivos tecnológicos para el hogar ya que son pocas las empresas dedicadas a este nicho de mercado.

“Asistencia Tecnológica para el Hogar - TECNO HOGAR” está enfocada en dar solución a las necesidades tecnológicas de los hogares en Colombia, brindando como valor agregado un soporte constante, oportuno y eficiente donde los hogares pueden tener la confianza de contar con un aliado técnico y tecnológico que servirá para solucionar sus inconvenientes sin importar el día ni la hora. Nuestro principal interés es darles la tranquilidad a los clientes que van a ser atendidos por personal capacitado, con vocación de servicio orientados a las familias.

El cliente está en la libertad de escoger entre tres opciones según la cantidad de servicios ofrecidos y el valor que este dispuesto a pagar, los cuales se arman en combos y se denominan: Bronce, Plata y Oro; estos están diseñados teniendo en cuenta los incidentes mas frecuentes reportados en el uso de equipos de computo, y distribuidos en los paquetes de tal manera que cubran las necesidades básicas en cada uno y presenten mas servicios de acuerdo al valor del este.

### **2.2. NOMBRE EMPRESA**

La Razón Social de la empresa es “Asistencia Tecnológica para el hogar - TECNO HOGAR”, el nombre por si solo indica la actividad principal de la empresa.

El nombre de la empresa se validó en la pagina web de cámara y comercio:  
<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultaPorNombre.aspx>, dando como resultado que la Razón Social no existe en la actualidad, con lo cual se tiene vía libre al uso de este nombre por parte de nuestra empresa.

Resultado de la consulta:

*“EL nombre de empresa "Asistencia Tecnológica para el hogar Tecno Hogar" no existe, este nombre estará sujeto a revisión posterior por parte de la cámara de comercio, no existen otras empresas con la palabra "Asistencia tecnológica para el hogar Tecno Hogar".”*

### **2.3. TIPO DE EMPRESA**

Tecno hogar será un tipo de empresa de SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA, en vista que este modelo encaja con los objetivos y su plan de negocio, este presenta características interesantes como limitación de responsabilidad, facilidad de constitución y reducción de formalidades, amplia libertad contractual y régimen tributario favorable.

### **2.4. UBICACIÓN**

Asistencia tecnológica para el hogar Tecno-hogar, estará ubicada en la calle 79 con 16, zona estratégica teniendo en cuenta ubicación de proveedores y fácil acceso a los barrios donde se prestará el servicio en momentos donde se requiera que los técnicos deban hacer estación en la empresa y posterior desplazarse al hogar a atender.

## **2.5. MISIÓN**

Proveer productos, servicios y asesoría en tecnología, informática y comunicaciones a los hogares colombianos con compromiso de cumplimiento, calidad, respaldo y permanencia, satisfaciendo las necesidades del cliente.

## **2.6. VISIÓN**

Ser la compañía líder del mercado de tecnología, informática y comunicaciones de los hogares colombianos por su innovación, calidad y servicio al cliente, brindando productos, servicios y soluciones con el mejor desempeño en la operación normal de las actividades de nuestros clientes.

## **2.7. OBJETIVOS**

**2.7.1. OBJETIVO CORTO PLAZO:** Durante el primer año de trabajo fortalecer la operación, creciendo en planeación y logística buscando minimizar el tiempo de respuesta en atención a los clientes de un 100% establecido a un 70% del tiempo informado.

**2.7.2. OBJETIVO MEDIANO PLAZO:** fortalecer la fuerza de ventas en un 30% más de lo planificado al inicio, dentro de los 3 primeros años siguientes a la constitución de empresa, de igual manera incrementar el equipo operativo en un 50% mas de personal dentro de los primeros 3 años de inicio de la empresa.

**2.7.3. OBJETIVO LARGO PLAZO:** Durante los 5 primeros años de constituida la empresa, tener cubrimiento nacional a 3 ciudades principales, abriendo operaciones en Medellín, Cali y Barranquilla, llegando a un 15% de rentabilidad anual.

## **2.8. VENTAJAS COMPETITIVAS**

- **Conocimiento:** Personal calificado con el fin de prestar calidad y precisión en el servicio, en constante capacitación asegurando un mejoramiento continuo.
- **Equipos y dispositivos de alta calidad:** Aseguramos la adquisición de repuestos, partes y dispositivos originales, con garantía directa del fabricante.
- **Canales de comunicación efectivos:** Se realizarán contratos con los proveedores de servicios de comunicación con disponibilidad del 99.7%
- **Amplia cobertura y disponibilidad:** Se harán convenios con varios técnicos en diferentes sectores de la ciudad, con el fin de dar cubrimiento a la demanda, quienes contarán con un servicio de transporte motorizado para así cumplir con el tiempo de 1 a 3 horas para la atención del servicio.

## **2.9. PERFIL DE LOS EMPRENEDORES**

### **MARIA DEL PILAR GIRALDO SANTAFE**

Profesional en Ingeniería de Sistemas, actual estudiante de Gerencia de tecnología de la Universidad EAN, con 6 años de experiencia en modelado y aseguramiento de calidad en sistemas de información orientados a objetos y bajo plataformas financieras. Amplios conocimientos en metodología RUP y herramientas de modelado gráfico como UML.

Experiencia en liderar proyectos durante todo su ciclo de vida desde la definición de requerimientos hasta su certificación y puesta en producción, en manejo y gestión de proveedores.

### **EDWIN ENRIQUE MARTELO G**

Profesional en Ingeniería de sistemas y estudiante de especialización en Gerencia de Tecnología de la EAN con experiencia de 15 años en áreas de desarrollo de software para el sector financiero.

Posee amplia experiencia liderando grupos de desarrollo siempre enfocado en los resultados y en un trabajo de calidad buscando la eficiencia en la administración de los recursos asignados.

Su vida profesional se ha basado en la experiencia en análisis, diseño, desarrollo, implementación y soporte de aplicaciones middleware de arquitectura simple, reutilizables y de alta disponibilidad para la empresa, con amplios conocimientos en servidores de aplicaciones como TopEnd, Tuxedo, Weblogic y Bpel de la SOA Suite de Oracle.

### **JAVIER MAURICIO GUTIÉRREZ S.**

Profesional en Ingeniería Electrónica y estudiante de la especialización en Gerencia de Tecnología de la EAN, con experiencia de 8 años en el mantenimiento y soporte de infraestructuras de tecnología, informática y telecomunicaciones para pequeñas y medianas empresas.

Posee amplia experiencia en administración de redes LAN, mantenimiento y configuración de servidores, estaciones de trabajo y storage, soporte en la toma de decisiones para la adquisición de nuevos equipos y servicios de telecomunicaciones. Tiene conocimientos en la infraestructura y gestión de redes de telecomunicaciones. Es una persona con amplio manejo de Sistemas Operativos Microsoft para servidores y estaciones de trabajo, y en las aplicaciones de Microsoft Office. Maneja aplicaciones específicas de Entrust y Silicon Graphics Inc. (SGI). Cuenta con experiencia en el área comercial realizando las configuraciones y cotizaciones de software y hardware.

### **3. MERCADEO**

#### **3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

##### **3.1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR**

El sector de servicios de TI cuenta en la actualidad con gran cantidad de empresas que ofrecen servicios a otras empresas, de múltiples formas: a través de contratos de soporte, por intermedio de Mesas de Ayuda, Outsourcing de Gestión de Infraestructura, Arrendamiento de servicios e infraestructura, etc.<sup>1</sup>

Existe un mercado descuidado o desprotegido, relacionado con los hogares, para los cuales la Tecnología no es más que el Computador Personal, la impresora y la conexión a Internet o el contar con una cámara WEB.

Los usuarios de hogar saben que en su casa cuentan con una conexión a Internet y que el proveedor les instaló “WiFi” o Inalámbrica por que la usan con el portátil, pero no saben si dicha conexión es segura o no, si está bien configurada, si el computador con el que se conectan cuenta con las herramientas adecuadas de protección y funcionamiento. Tal vez piensan que la conexión es segura porque tienen una clave de acceso con una palabra rara, pero no saben si el dispositivo inalámbrico cuenta con las opciones de seguridad activadas.

En la actualidad son muchos los servicios BPO&O que se han implementado o establecido base en Colombia, pero todos están enfocados para servicios a empresas, dejando de lado el público o cliente de Hogar, en gran aumento para la ciudad de Bogotá, teniendo en cuenta que desde el año 2000 al 2007 la población en Bogotá

---

<sup>1</sup> <http://www.dane.gov.co>



experimentó aumentos entre el 1.7% y 1.5%, y que la proyección al año 2015 contempla incrementos entre el 1.5% y el 1.3%. Estas cifras toman relevancia si tenemos en cuenta que cada año la población de la tercera edad, en época de jubilación va en aumento, y son personas que esperan disfrutar de su tiempo libre en actividades caseras u hogareñas, como el uso de Internet o en actividades de asesorías o trabajos en el hogar aprovechando las nuevas tecnologías.

### **3.1.2. ANÁLISIS DEL MERCADO**

De acuerdo a la Secretaría de Hacienda Distrital (SHD), con información del DANE y de la Secretaría Distrital de Planeación (SDP), en Bogotá al año 2007 existían 1'895,960 Viviendas, que conformaban o equivalían a 1'978,528 Hogares.<sup>2</sup>

De estos, los estratos socio-económicos aptos, como clientes potenciales, son los estratos 3, 4, 5 y 6, los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

---

<sup>2</sup> <http://vivedigital.gov.co/>

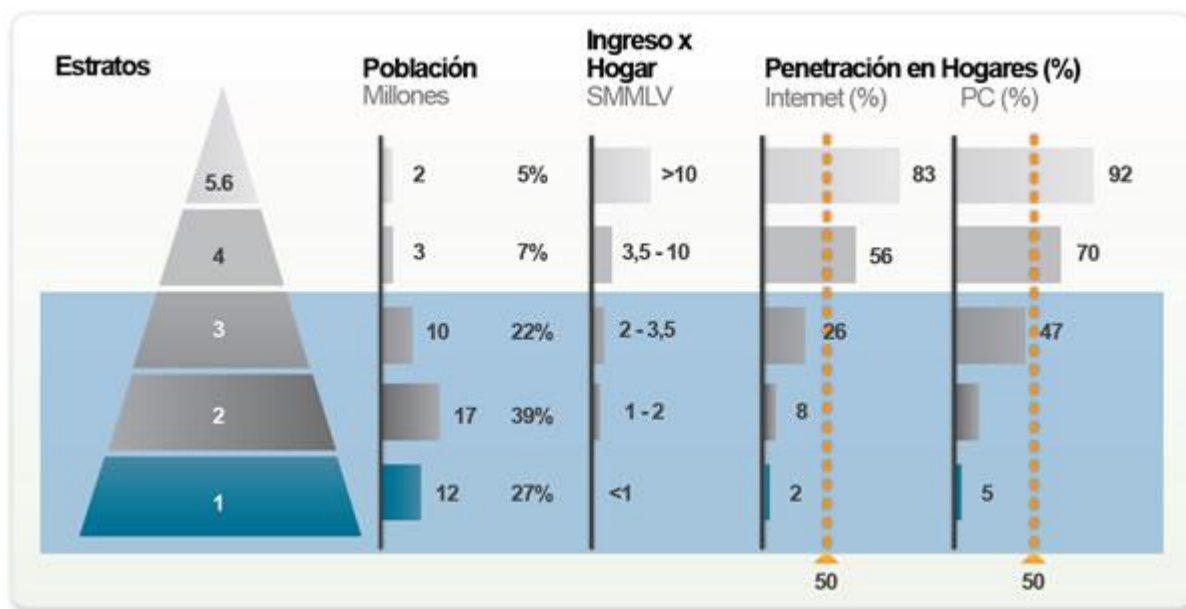


Ilustración 1 Penetración de Internet y PCs segmentada por estratos (Fuentes: SUI, DANE).

ESTRATO	VIVIENDAS	HOGARES	PERSONAS	HOGARES CON PC's
3	734,621	766,468	2'624,122	360.240
4	199,080	201,475	584,745	141.033
5 y 6	102,691	102,893	293,272	94.662
<b>TOTALES</b>	<b>1'036,392</b>	<b>1'070,836</b>	<b>3'502,140</b>	<b>595.935</b>
<b>% PARTICIPA.</b>	<b>54.66%</b>	<b>54.12%</b>	<b>49.78%</b>	<b>30.12%</b>

Tabla 2. Distribución personas y hogares por estrato Fuente: SHD, DANE y SDP

Con la anterior información podemos determinar una población objetivo del 30% (595.935) de los Hogares de la ciudad de Bogotá.

Este mercado objetivo se plantea como sigue:

- Corto Plazo (año 1): 2.300 Hogares.
- Mediano Plazo (año 2): 2.415 Hogares.
- Largo Plazo (año 3): 2.536 Hogares.

En el mercado objetivo se han contemplado los estratos socio-económicos 3, 4, 5 y 6 debido al poder adquisitivo de los mismos.

Teniendo en cuenta que en el estrato 2 es posible encontrar un Computador Personal en el hogar, no es posible que este estrato adquiera el tipo de servicio que “Asistencia Tecnológica para el HOGAR - TECHNO HOGAR” presta debido al nivel de prioridades o poder adquisitivo con el que cuenta este estrato socio-económico.

Estos estratos cuentan con la capacidad y poder adquisitivo para contemplar la adquisición del servicio.

### **3.1.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA:**

Aunque en la actualidad, y como lo hemos referenciado, las empresas de servicios de TI, están orientadas a prestar sus servicios a otras empresas, y que a nivel de Hogares no hay empresas totalmente dedicadas a este nicho de mercado, se presentan y encuentran empresas que son consideradas competencia.

Las empresas competencia claramente identificadas hasta el momento son:

- **CENTRO COMERCIAL UNILAGO:**

Centro Comercial localizado en Bogotá, especializado en equipos y soluciones tecnológicas para el Hogar y la Empresa. Presta servicios de mantenimiento y reparación de computadores para empresas. En el caso de los usuarios de Hogar, éstos deben llevar el computador hasta el establecimiento o local en el Centro Comercial para que sea revisado/reparado. No hay

garantía sobre la legalidad del Software adquirido o instalado allí a los computadores.<sup>3</sup>

- **TechPeople**

Empresa dedicada al Soporte, Mantenimiento y Capacitación sobre tecnología, con servicio 7x24. Orientado a empresas. Aunque ofrece servicios al Hogar, no ha sido posible establecer clientes u obtener información de clientes de Hogar. Está en asocio con Distribuidores de Tecnología para revisión y soporte en los locales de los Distribuidores.<sup>4</sup>

- **Empresas locales o de barrio.**

Son empresas que prestan servicios de venta, mantenimiento y reparación de equipos. Están ubicadas en los Barrios. El software que instalan es de dudosa reputación. El usuario debe llevar el computador hasta el Local Comercial.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
CC Unilago	Ubicación centralizada de varios negocios.  Costos bajos sin control de garantía.	El cliente debe desplazarse hasta el Local Comercial para la atención del servicio.  El cliente debe dejar el computador en el Local Comercial cuando la reparación toma mucho

---

<sup>3</sup> [www.unilago.com](http://www.unilago.com)

<sup>4</sup> [www.techpeople.com.co](http://www.techpeople.com.co)

		<p>tiempo.</p> <p>No hay respaldo de un Computador Personal en caso de que la reparación tome varios días.</p>
TechPeople	<p>Cubrimiento a nivel Nacional.</p> <p>Ofrece soporte remoto.</p>	<p>Orientación a nivel empresarial.</p> <p>El cliente debe desplazarse al Local Comercial para la atención del servicio.</p> <p>El cliente queda sin el uso de su computador mientras la reparación.</p> <p>Ofrecen Servicio al Hogar pero no hay clientes identificados.</p>
Empresas Locales o de barrio	Costos Bajos. Al ser negocios pequeños.	El cliente debe desplazarse hasta el local comercial para la atención.

		<p>El cliente debe dejar su computador en el local cuando la reparación requiere varios días.</p> <p>El cliente queda sin el uso de su computador mientras la reparación.</p>
--	--	---

**Tabla 3. Análisis DOFA de la competencia**

### **3.2. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO:**

El objetivo del estudio es conocer la intención de compra del servicio como **SERVICIO** o como **PLAN DE ASISTENCIA**, para la Asistencia Tecnológica a equipos de cómputo y comunicaciones en el hogar. Así mismo se pretende medir la necesidad del servicio, la manera como actualmente se solucionan los inconvenientes presentados en el hogar para este tipo de equipos y su ubicación socioeconómica y geográfica para así dimensionar la prestación del servicio.

#### **3.2.2. ENCUESTA TIPO:**

Esta encuesta será aplicada a la persona encargada del hogar, tomando una muestra de los hogares que cumplen con el objetivo.

El presente es un estudio de mercado sobre el uso de los equipos de cómputo y comunicaciones en el hogar. Toda la información suministrada se manejará con total confidencialidad y reserva, esta información solo será utilizada para dirigir nuestro estudio y no será publicada.

Estudio de mercado sobre el uso de equipos de cómputo y comunicaciones en el Hogar. Toda la información suministrada se maneja con total confidencialidad y reserva, para dirigir nuestro estudio y no será publicada.

1. ¿Actualmente cuenta en su hogar con uno o más computadores?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. NS/NC
2. ¿Ha(n) presentado fallas su(s) computador(es) personal(es) durante el último año?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. NS/NC
3. ¿Cuánto tiempo de comprado tiene(n) su(s) equipo(s) de cómputo?
  - a. Menos de un año
  - b. Entre 1 y 3 años
  - c. Más de 3 años
  - d. NS/NC
4. ¿Su(s) equipos(s) de cómputo cuenta(n) con garantía vigente del fabricante o vendedor?
  - a. Sí
  - b. No
  - c. NS/NC
5. ¿Tiene(n) alguna garantía extendida?
  - a. Sí
  - b. No

- c. NS/NC
6. ¿Cuántas veces ha(n) presentado falla o daño su(s) computador(es) personal(es) en el último año?
- a. 1
  - b. 2
  - c. 3
  - d. 4
  - e. 5 ó más
  - f. NS/NC
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de asistencia técnica para el hogar a domicilio? Considerando una plan mensual.
- a. No estoy dispuesto a pagar
  - b. Entre \$5.000 y 10.000 mensuales
  - c. Entre \$10.001 y \$20.000 mensuales
  - d. Más de \$20.000 mensuales
  - e. Otro (Por favor especifique)
8. ¿Tomaría un servicio de reparación para su(s) computador(es) como SERVICIO POR DEMANDA o como PLAN DE ASISTENCIA?
- a. Servicio por demanda
  - b. Plan de asistencia
  - c. NS/NC
  - d. Otro (por favor especifique)
9. ¿A que estrato socio económico pertenece?
- a. 1
  - b. 2
  - c. 3
  - d. 4
  - e. 5
  - f. 6
10. ¿En qué sector de Bogotá esta su domicilio?

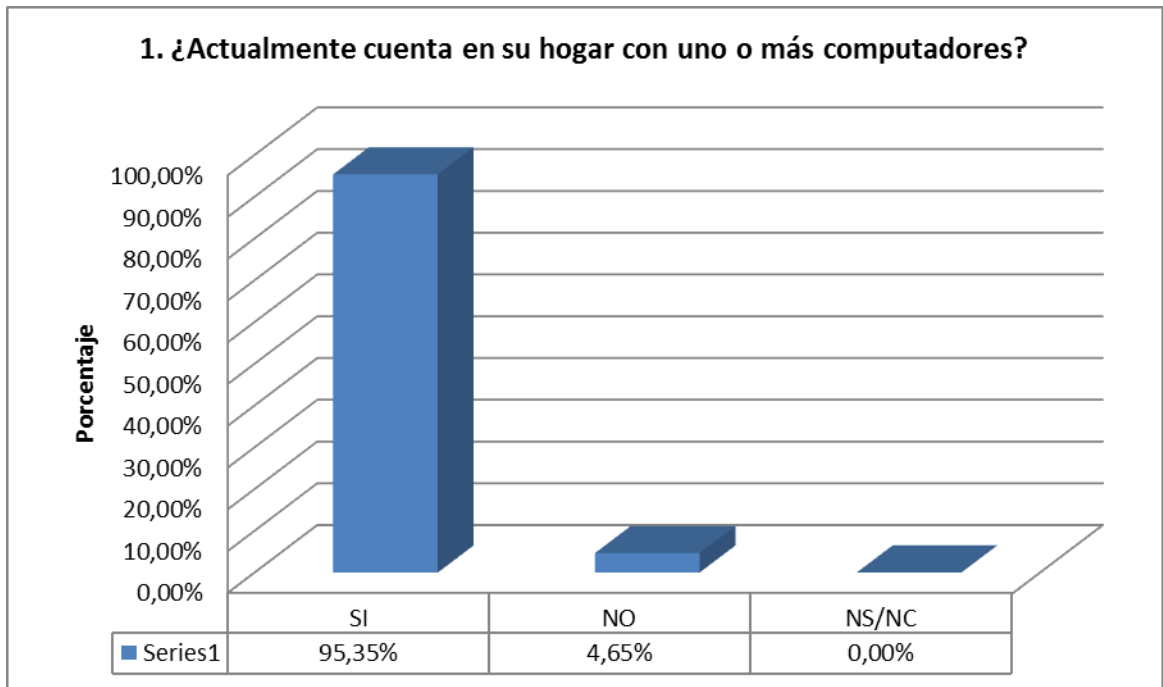


- a. Centro
- b. Chapinero
- c. Noroccidente
- d. Norte
- e. Occidente
- f. Sur
- g. Otro (por favor especifique)

### **3.2.3. APLICACIÓN DE ENCUESTA:**

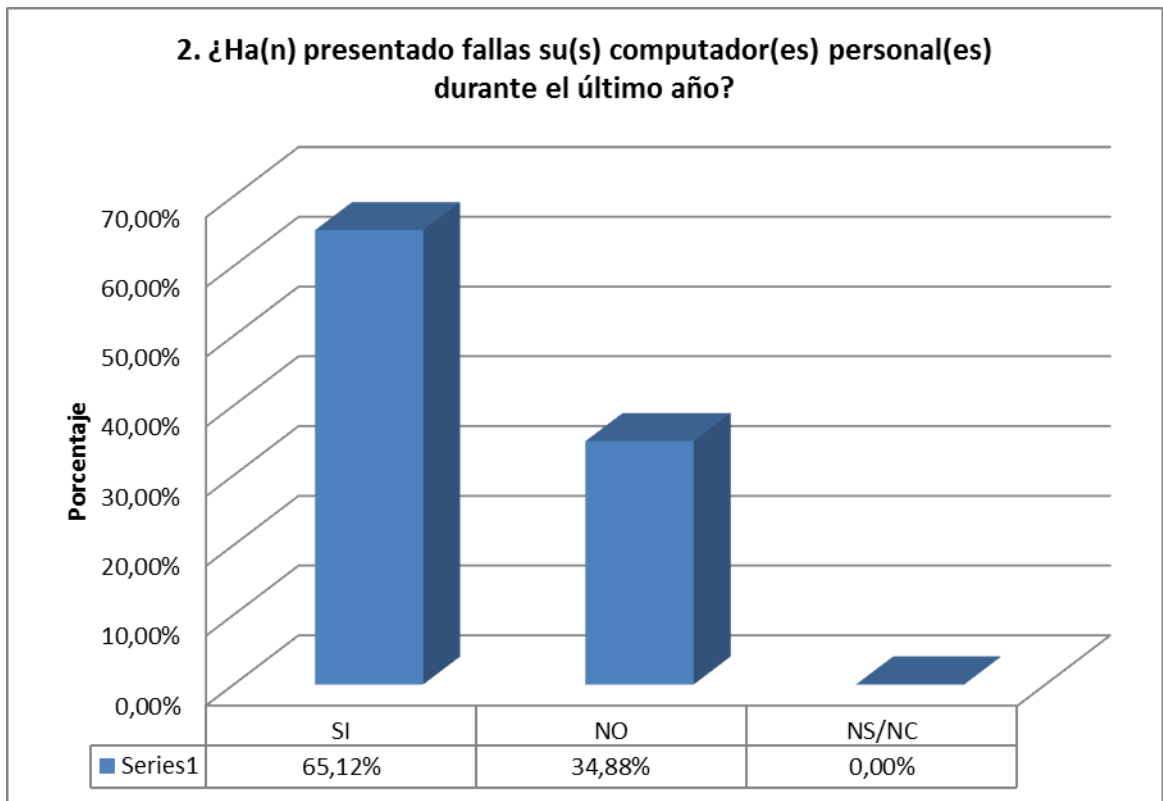
La encuesta será aplicada vía web través de la página [www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com) la cual es gratuita, esta se solicitará diligenciar a contactos de diferentes estratos y zonas de la ciudad de Bogotá, la manera de publicarse será con el uso de herramientas como redes sociales, correo electrónico y chat.

### 3.2.4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA



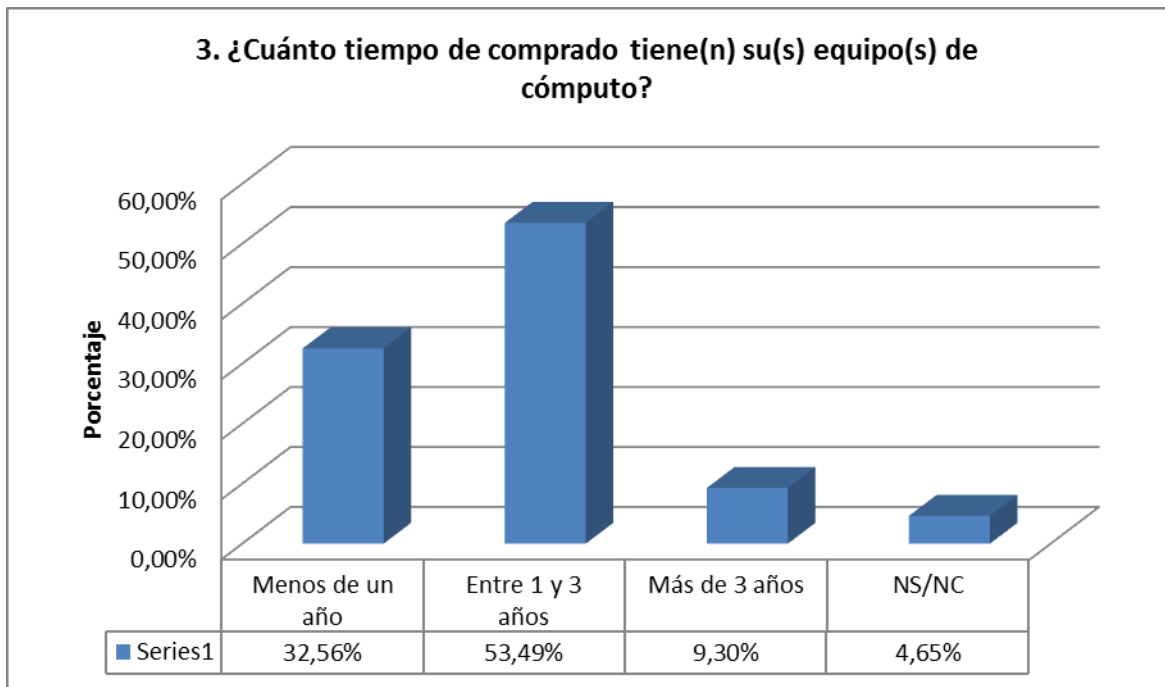
**Ilustración 2. Grafico pregunta 1 Encuesta de mercadeo.**

Dado que esta encuesta fue aplicada al mercado objetivo de hogares, encontramos que un 95,35% cumplen con la primera condición para poder prestarles los servicios tecnológicos a equipos de cómputo y comunicaciones que encontramos en un hogar bogotano.



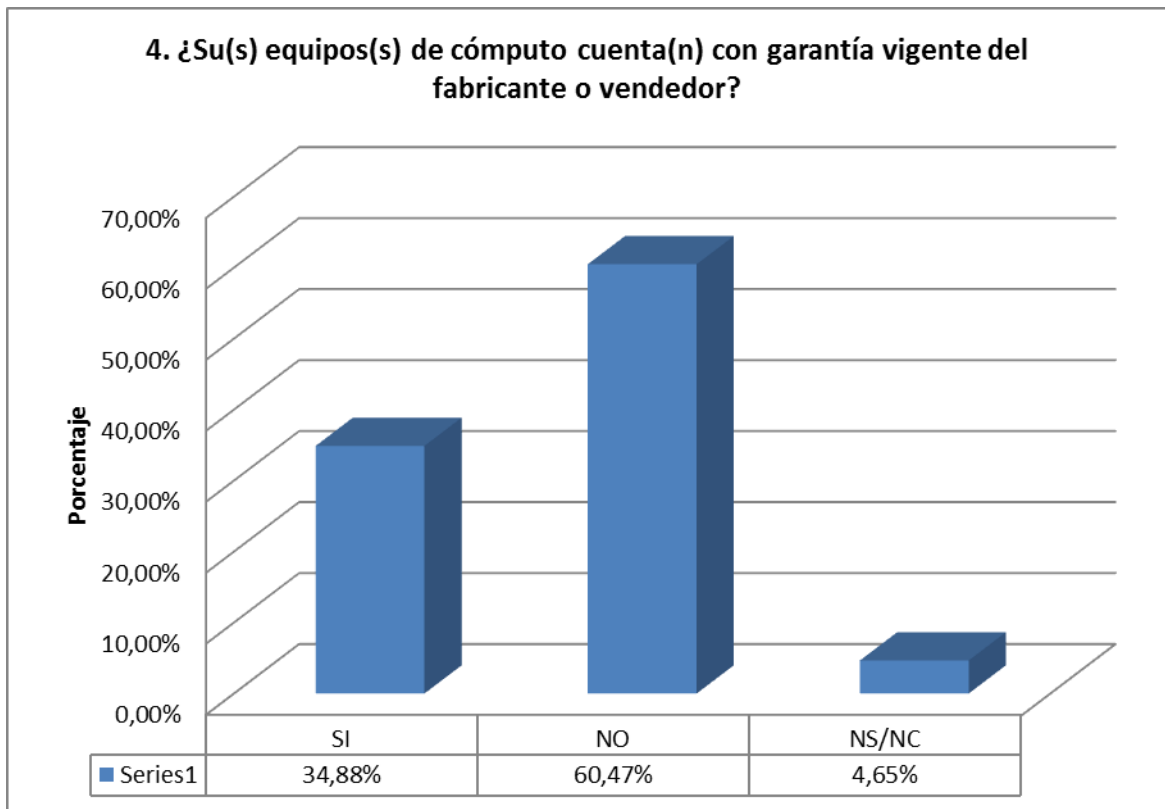
**Ilustración 3. Grafico pregunta 2 Encuesta de mercadeo.**

Un factor importante para la prestación del servicio ofrecido, es que los hogares bogotanos tengan la necesidad de contratarlo. En el resultado de esta pregunta vemos que un 65,12% de los hogares encuestados han tenido algún tipo de inconveniente con sus computadores personales y esto nos indica que existe un problema que nuestro servicio ofrecido soluciona.



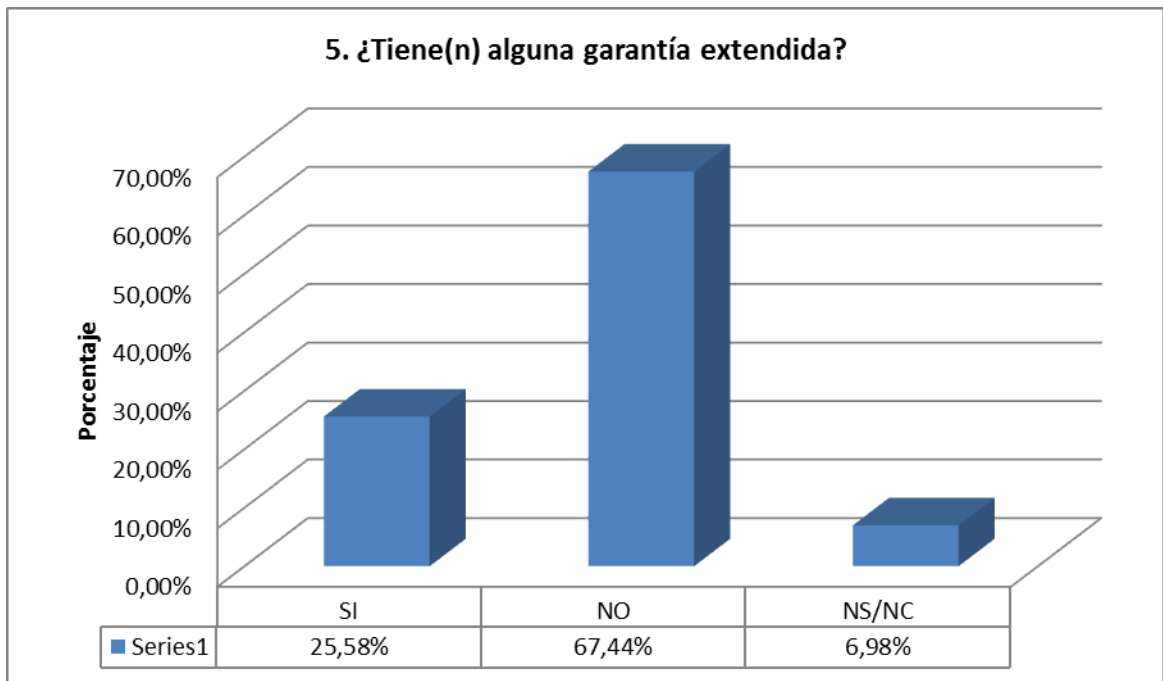
**Ilustración 4. Grafico pregunta 3 Encuesta de mercadeo.**

Los equipos de computo nuevos, generalmente no presentan fallas en el primer año, pues son equipos que no han sido manipulados y su funcionamiento lo garantiza el fabricante. De acuerdo a estos resultados debemos enfocar nuestra oferta de servicios a los hogares que tienen equipos con más de 1 año de comprado y en este caso nos indica la encuesta que son un 53,49%.



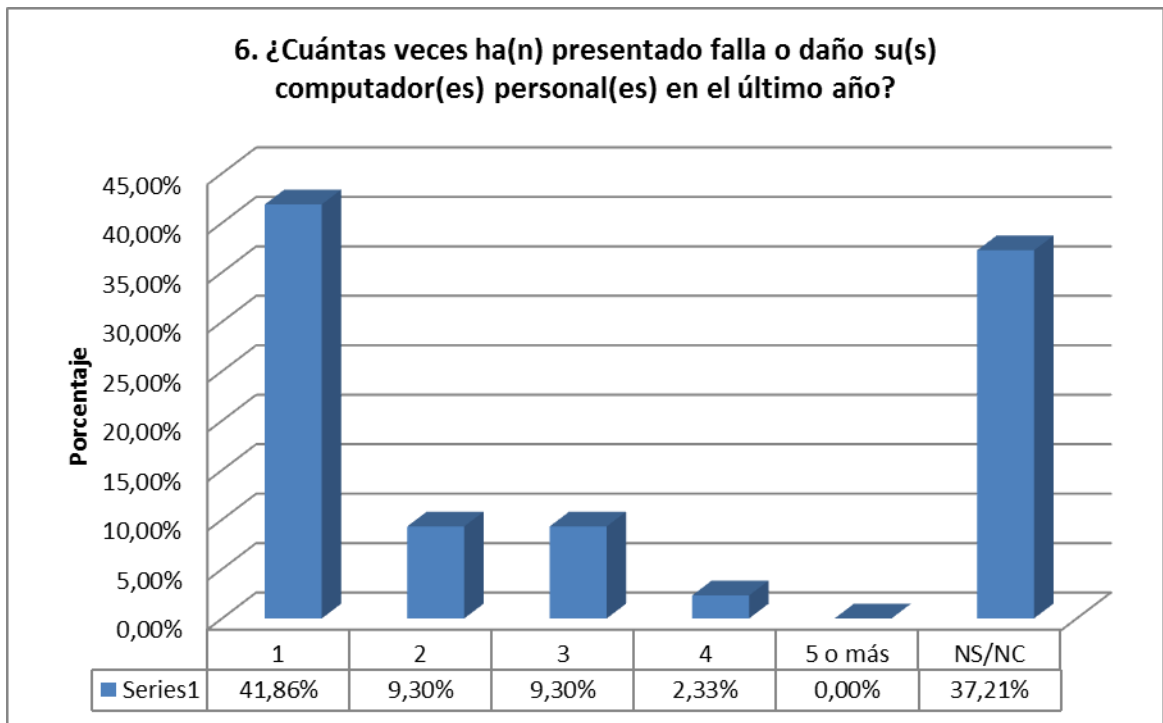
**Ilustración 5. Grafico pregunta 4 Encuesta de mercadeo.**

Uno de los principales competidores de nuestra empresa, son los fabricantes y vendedores de los equipos, ya que estos ofrecen una garantía mínima de un año, en cuyo caso de presentarse una falla, el usuario haría efectiva esta garantía y no usaría nuestros servicios. Vemos que el 60,47% de los encuestado ya no cuentan con una garantía vigente para sus equipo y son un objetivo claro para nuestra oferta de servicio.



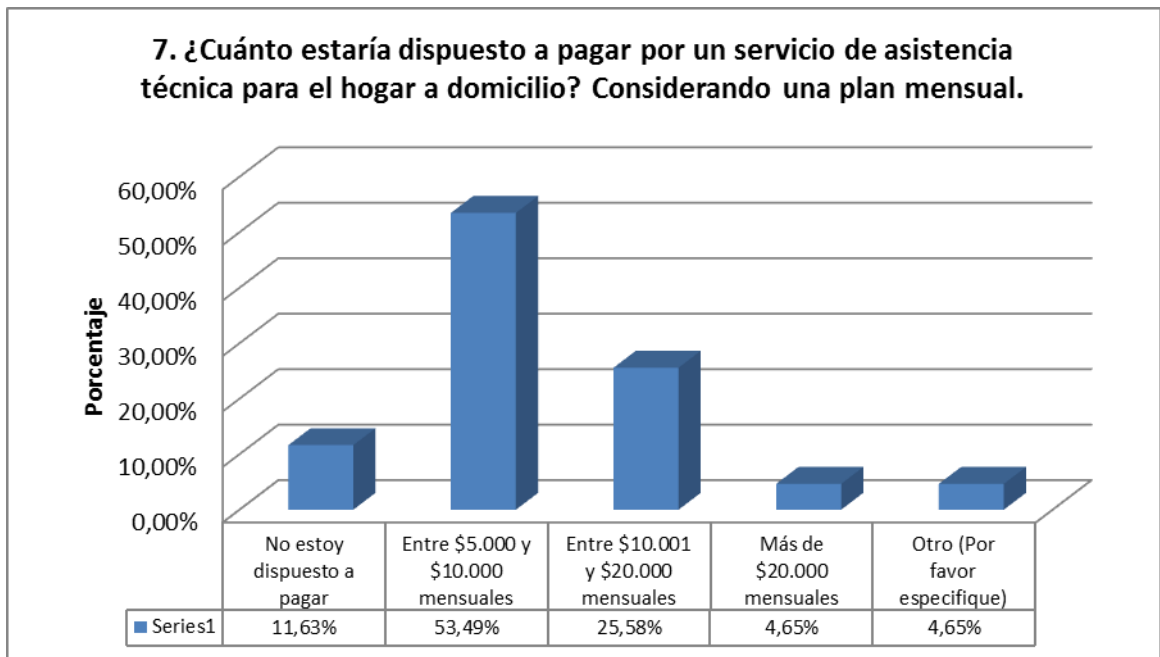
**Ilustración 6. Grafico pregunta 5 Encuesta de mercadeo.**

Dentro de las garantías, también los fabricantes ofrecen la opción de extender este servicio, en cuyo caso el usuario no acudiría a nuestra empresa. Pero vemos que la tendencia de los hogares objetivos, es que no compran la garantía extendida para sus equipos, ratificandonos que existe una gran posibilidad de que requieran los servicios de soporte tecnológico ofrecidos por Tecno Hogar.



**Ilustración 7. Grafico pregunta 6 Encuesta de mercadeo.**

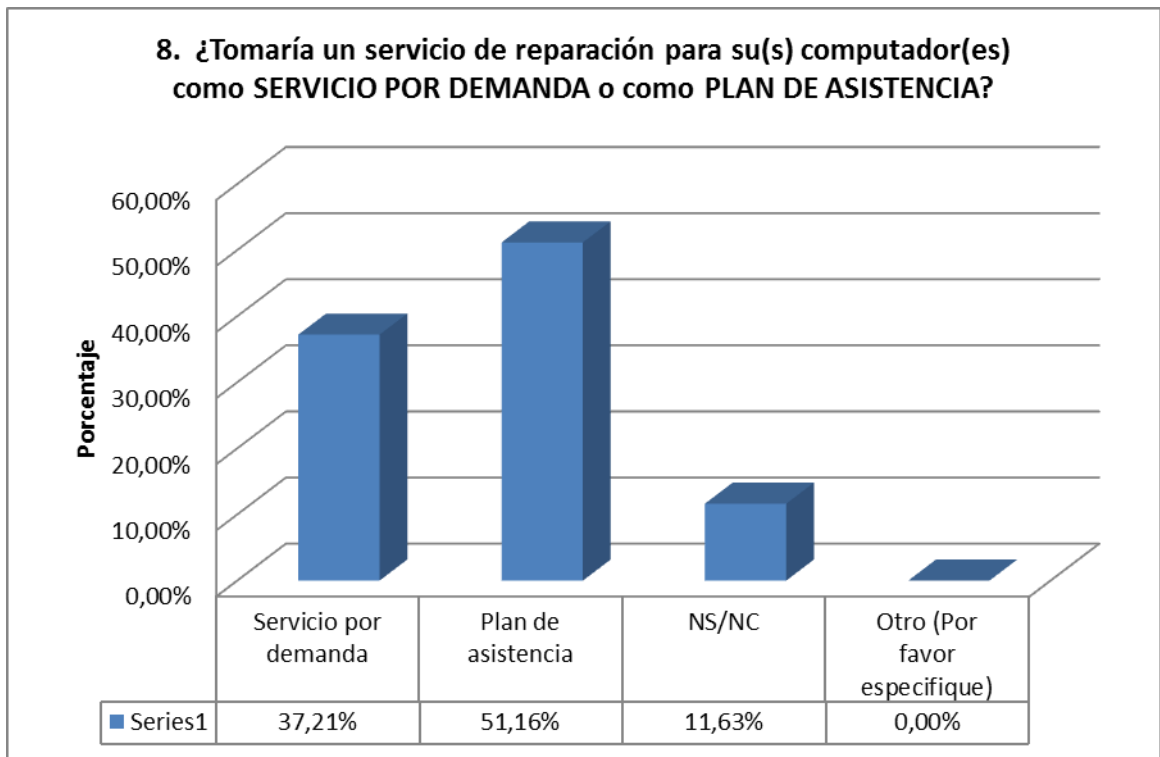
Es muy importante conocer la cantidad de eventos que pueden ocurrir en un hogar y que en caso de ser contratados para asistirlos, saber la frecuencia con que deberíamos atender a cada hogar. Vemos que el 41,86% solo ha tenido una falla en el último año, lo cual nos parece una frecuencia bastante baja, donde debemos aprovechar para mostrar el valor agregado que tiene Tecno Hogar en cuanto a la asesoría en la compra y diseño de los equipos de computo y comunicaciones para el hogar.



**Ilustración 8. Grafico pregunta 7 Encuesta de mercadeo.**

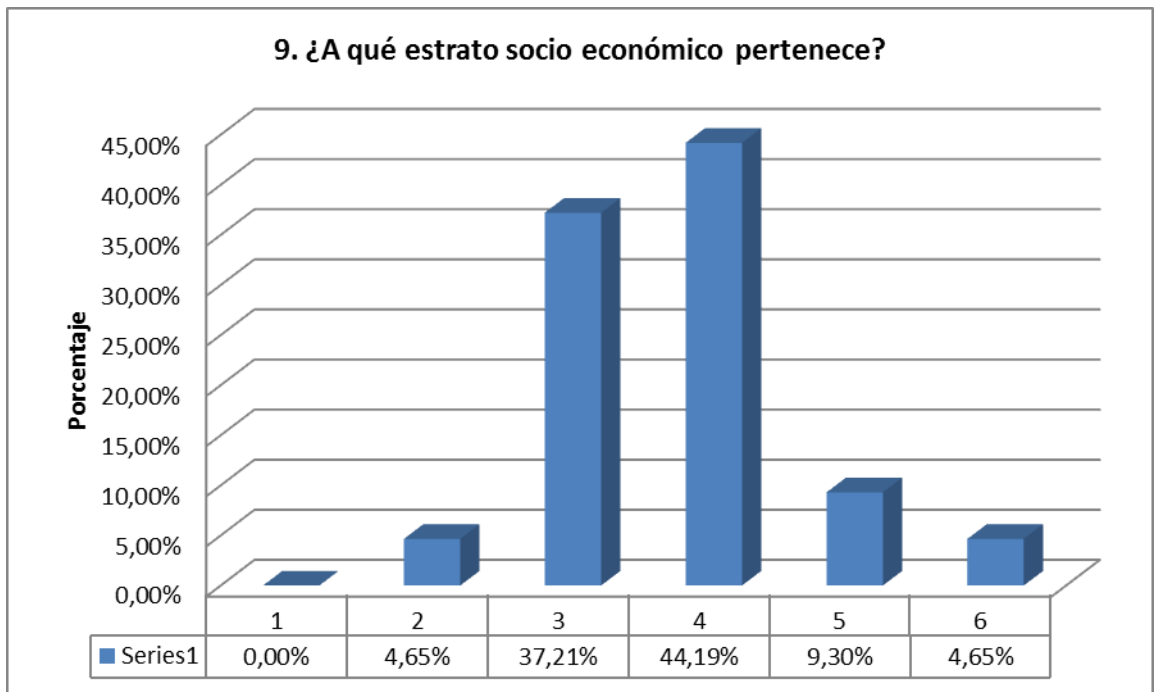
Nuestro servicio básico tiene un valor de \$9.900 mensuales y encontramos que el 53,49% de los encuestados estaría dispuesto a pagar este valor. Es decir, debemos enfocar el mayor esfuerzo para que los hogares conozcan este servicio.





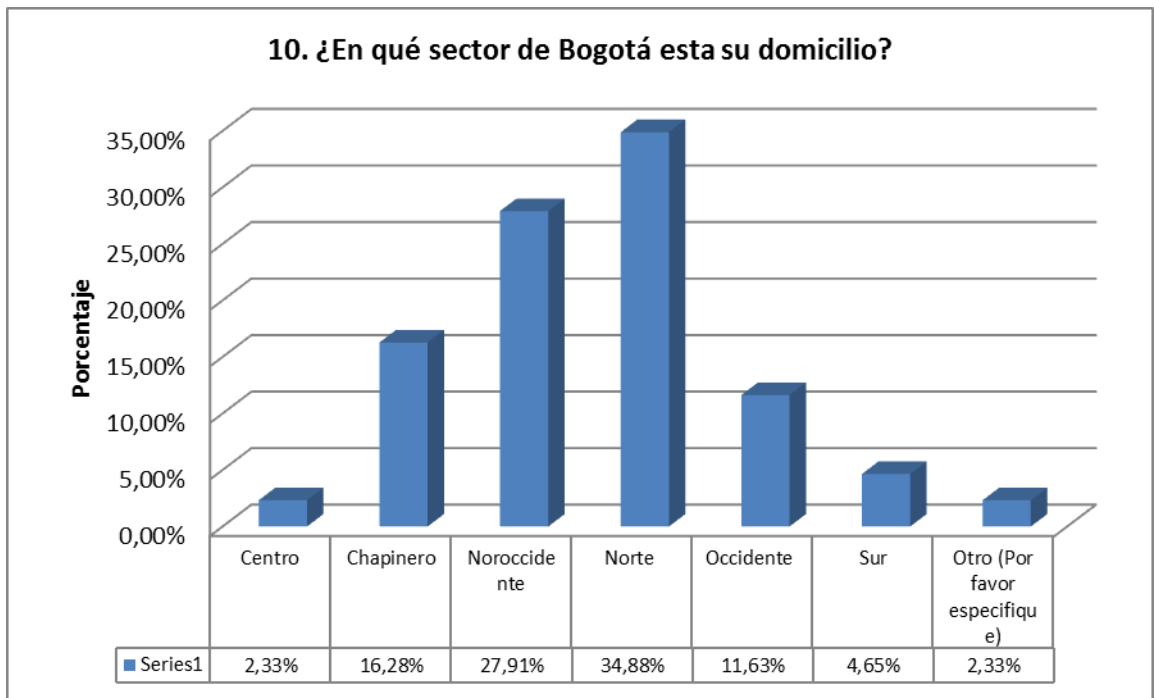
**Ilustración 9. Grafico pregunta 8 Encuesta de mercadeo.**

Un diferenciador del servicio ofrecido por Tecno Hogar, es que se prestará como un contrato a un año, en el cual tienen derecho a solicitar nuestros servicios, es decir un plan de asistencia. En este caso el 51,16% está de acuerdo con esta forma de prestar el servicio y nos indica que así lo debemos ofrecer.



**Ilustración 10. Grafico pregunta 9 Encuesta de mercadeo.**

Nuestro mercado objetivo, son los hogares ubicados en estrato 3, 4, 5 y 6. Encontramos en los encuestados que el mayor porcentaje está en los estratos 3 y 4, donde deberemos concentrarnos en un inicio para poder conseguir las metas propuestas en el plan de ventas.



**Ilustración 11. Grafico pregunta 10 Encuesta de mercadeo.**

Es muy importante conocer cuales sería los sectores de mayor demanda, para sí poder distribuir los técnicos para la prestación del servicio. En este caso encontramos que la mayoría de la población se encuentra ubicada en las zonas norte y noroccidente, por lo cual debemos contratar técnicos que cubran principalmente estas zonas.

### **3.3. PLAN DE MERCADEO**

#### **3.3.1. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN:**

Actualmente el mercado ofrece diversos tipos o formas de entrega de un servicio relacionado con tecnología. Estas formas corresponden a herramientas de acceso o gestión remota.

Para la Distribución del servicio ofrecido por “Asistencia Tecnológica para el Hogar - TECNO HOGAR”, se utilizarán herramientas de gestión y acceso remoto, inicialmente, cuando el daño NO corresponda a una falla física del Computador Personal, que impida el uso de estas herramientas.

De esta manera se hará un diagnóstico inicial y se determinará la necesidad o no del desplazamiento de un técnico al sitio del cliente para una revisión/reparación del equipo con fallas.

En caso de falla o daño físico que impida el acceso a través de la herramienta de Gestión Remota, y la cual halla sido validada con el Cliente, se requerirá una visita o desplazamiento al sitio del Cliente de un técnico para verificar, revisar, validar e implementar la solución a la falla.

En caso de desplazamiento hacia el cliente, será necesario notificar a éste el nombre y número de documento de la persona que atenderá la visita a fin de garantizar seguridad y confidencialidad. Este protocolo de seguridad también ofrece tranquilidad y comodidad al cliente sobre quién va a realizar la visita.

### **3.3.2. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN:**

Como estrategia de promoción se han contemplado las siguientes herramientas, para un público de estrato 4:

- Los clientes que tomen el servicio a través de facturación con servicios públicos tendrán un 20% de descuento sobre el cobro mensual, los primeros 3 meses.
- Al momento de suscripción directa con la compañía, de los primeros 100 clientes, se ofrecerá un diagnóstico inicial del computador sobre el cual se suscriba el servicio.

### **3.3.3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:**

La promoción del producto/servicio se realizará inicialmente usando la prensa escrita.

- Publicidad adjunta a la facturación de Servicios Públicos.
- Publicidad a través de Redes Sociales. Se implementará una página sobre la empresa en la red social FACEBOOK.<sup>5</sup> Será uno de los medios de contacto para los clientes.
- Publicidad a través de prensa escrita de cobertura en la ciudad de Bogotá, se contratará o suscribirá un anuncio clasificado a color ofreciendo el servicio.

### **3.3.4. ESTRATEGIAS DE SERVICIO:**

La atención a clientes será prestada a domicilio y La revisión inicial será a través de herramientas de gestión o acceso remoto.

---

<sup>5</sup> [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

Si no es posible acceder al equipo remotamente, se dispondrá de un técnico para visita a domicilio, dentro de los tiempos contemplados en el contrato, para asistir al cliente en el lugar de ubicación del Computador Personal. Los datos del técnico serán notificados al cliente por seguridad, comodidad y control acerca de la confidencialidad de la información.

En caso de falla total del equipo cubierto por el seguro/servicio le será dado en préstamo otro equipo de características similares, mientras le es reinstalado/reparado el propio, siempre que esta opción esté incluida en el plan contratado por el cliente. En caso de no contar con esta opción, le será notificado al cliente las opciones de que dispone y los costos involucrados.

### **3.4. PLAN DE VENTAS**

Está contemplado iniciar las ventas como servicio cobrado en la facturación de los servicios de públicos de la ciudad de Bogotá.

El valor unitario del Plan Cobre, servicio estándar básico para cualquier usuario es: \$9,900.00

La proyección estimada es:

	No. Hogares	Ingresos Proyectados mes	Ingresos proyectados año
Año 1	2.300	\$22.770.000	\$273.240.000
Año 2	2.415	\$26.299.350	\$315.592.200
Año 3	2.536	\$30.375.749	\$364.508.981

**Tabla 4. Proyección de ventas plan cobre tres primeros años**

## **4. TÉCNICO**

### **4.1. CONCEPTO DEL SERVICIO**

El servicio ofrecido consiste en asistencia domiciliaria para hogares de la ciudad de Bogotá inicialmente, cubriendo hogares que tengan como mínimo un computador, en los estratos 3, 4 y 5 que cuenten con servicios públicos.

La asistencia se presta con servicios como instalación de redes y equipos de cómputo en hardware, software y dispositivos con su respectiva configuración, asesoría, mantenimiento preventivo y correctivo en equipos de cómputo que se encuentren matriculados e inventariados en contrato.

El servicio tendrá cubrimiento en atención 7x24, con tiempos muy cortos minimizando el riesgo de largo tiempos de desconexión, ofreciendo la posibilidad de reposición en calidad de préstamo de dispositivos como PC u otros, permitiendo la continuidad de las actividades realizadas en las cuales se requiera la interacción con los dispositivos matriculados en contrato.

El portafolio ofrece 3 paquetes de servicio denominados Bronce, Plata y Oro, los cuales manejan valores diferentes de tal manera que se ajuste a las necesidades tecnológicas y al presupuesto de cada hogar en la ciudad de Bogotá desee cubrir.

Se identifica como fortaleza del servicio el poder brindar solución a los equipos de cómputo del hogar debidamente inscritos en contrato o a otros dispositivos si se requiere para darle continuidad a las actividades cotidianas de la familia, también es fortaleza el presentar a la empresa como un aliado tecnológico para realizar tareas de redes, mejoras en la conexión del ámbito tecnológico para los hogares y velar por la estabilidad de sus equipos de cómputo y demás.

De igual manera actualmente en el mercado no se presta un servicio completo y que vaya más allá de la revisión y mantenimiento de un pc y con la condición que sea de la marca del soporte a prestar y por tiempo limitado y los demás acompañamientos que ofrecemos como asesoría en adquisición de equipos independiente si se compran por medio de la empresa o no.

Como amenaza en el mercado vemos la posibilidad que se cree un modelo similar al planteado, o que las empresas con servicio de soporte técnico en el mercado decidan ampliar su portafolio con sus clientes ofreciendo un modelo como el de Asistencia para hogares.

#### **4.2. ESTADO DEL DESARROLLO**

Actualmente se está en fase de estudio y definición de cara a conocer con amplitud que necesidades presenta el nicho de mercado objetivo, afinando los servicios que se plantearan, eligiendo la mejor combinación de paquetes a ofrecer teniendo en cuenta los procedimientos en operaciones para cumplirlos y la logística que debemos tener para ejecutarlos.

Se tiene en consideración ofrecer los servicios de la empresa mediante paquetes o combos llamados de acuerdo a su cantidad de servicios ofrecidos y valor en el mercado como Bronce, Plata y Oro, los cuales se pueden evidenciar en la siguiente matriz de servicios por paquetes.



<b>SERVICIOS</b>	<b>BRONCE</b>	<b>PLATA</b>	<b>ORO</b>
Mantenimiento correctivo a equipo(s) de computo	X	X	
Mantenimiento preventivo y correctivo a equipo(s) de computo			X
Instalación de hardware		X	X
Asesoría (telefónica y / o acceso remoto) en instalación de sw	X	X	X
Reposición en calidad de préstamo de dispositivos tecnológicos		X	X
Asesoría en diseño e instalación de redes	X	X	X
Alquiler de PC, Laptops y otros dispositivos	X	X	X
Servicio (remoto) de configuración de equipos de cómputo	X	X	X
Servicio (remoto) de Filtrado de contenido , firewall y seguridad de navegación para menores en la web y monitoreo remoto		X	X
Recuperación en pérdida de información			X
Formateo y limpieza en disco duro			X
Asesoría en adquisición de equipos de cómputo y software	X	X	X
Venta de dispositivos de tecnología y equipos de computo	X	X	X

**Tabla 5. Portafolio de servicios por plan**

### **4.3. DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO**

Diseño del proceso: El proceso en producción de asistencia técnica para el hogar se basa en el principio de permitir que los hogares cuenten con un aliado estratégico el cual brinde apoyo y soluciones para prevenir y corregir insuficiencias con sus equipos de cómputo y demás conexiones, buscando la continuidad del servicio cubriendo sus necesidades tecnológicas.

El proceso está diseñado de tal manera que de primera mano se brinde la atención necesaria al cliente y se consiga aplicar la solución o procedimiento mediante asistencia remota empleando la comunicación a call center, en el cual se cuenta con personas calificadas para asesorar, informar, configurar y realizar las modificaciones o correcciones necesarias buscando resolver la duda o inconveniente. Con el fin de prestar un servicio ágil, se empleará el servicio de toma remota del equipo de cómputo y será directamente el técnico al otro lado de la línea quien estará en condiciones de atender y dar oportuna solución.

Dentro del flujo de atención se cuenta con la atención a domicilio la cual se aplicará luego de la validación por el técnico en el Call center, quien estará capacitado y es idóneo en clasificar la llamada y validar si él mismo en remoto puede dar solución al tema o si efectivamente se requiere de la presencia del técnico en el hogar.

Como apoyo en la atención, se cuenta con disposición de canal alternativo el cual estará sobre plataforma web y permitirá al cliente solicitar atención, aclarar dudas, realizar preguntas, por otro lado la empresa estará actualizando información acerca de promociones, temas de interés y Faq`s los cuales serán de gran utilidad para la comunidad que visite el portal pues podrá en algunas oportunidades solucionar temas de manera autónoma, gracias a la retroalimentación constante que brinda esta base de preguntas frecuentes.

#### 4.4. FLUJO DEL PROCESO

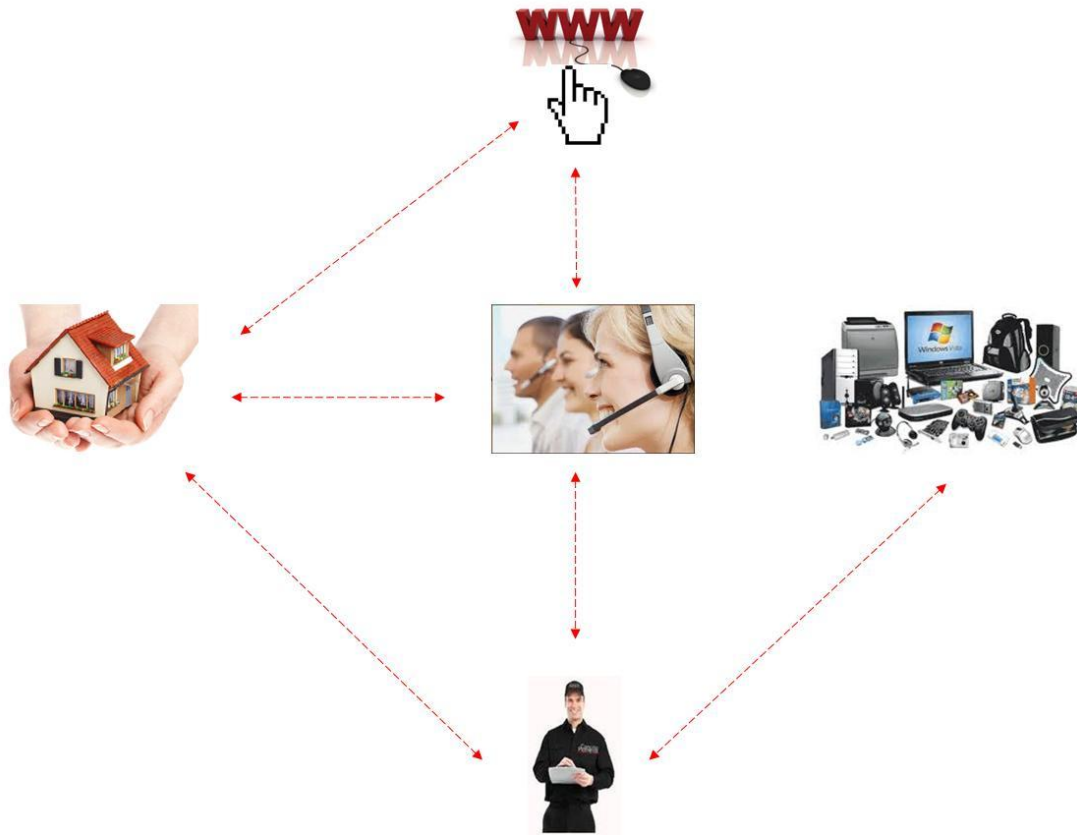


Ilustración 12. Flujo de Proceso propuesto.

<b>FLUJO BASICO</b>	
1	Cliente requiere apoyo de la compañía
2	Se comunica con call center
3	Técnico atiende en remoto el equipo.
4	Técnico en remoto emite diagnostico inicial: 1. Solucionado, 2. Se requiere técnico en sitio.
5	Técnico en remoto se comunica con Técnico de campo y le proporciona las indicaciones y el diagnostico del caso
6	Técnico de campo se desplaza al hogar y soluciona el incidente reportado por del cliente.
7	Técnico de campo reporta a oficina principal que el servicio fue atendido
8.	Coordinación Técnica procede a registrar el servicio en sistema y a iniciar la solicitud a call center de hacer seguimiento post-servicio validando al día siguiente la satisfacción del cliente.

**Tabla 6. Descripción flujo básico del proceso operativo.**

<b>FLUJO ALTERNO</b>	
1	Si punto 2 del flujo básico es “Se comunica mediante portal web”
2	Técnico atiende mediante chat los requerimientos del cliente
3	Cliente interactúa con el técnico durante el tiempo que requiera para solucionar su inquietud.
4	Si se requiere el técnico toma la maquina en remoto y realiza la validación a lo que reporta el cliente.
5	Continúa paso 4 del flujo básico hasta su fin.

**Tabla 7. Descripción flujo alterno del proceso operativo.**

#### **4.5. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS**

##### **4.5.1. RECURSOS Y REQUERIMIENTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO**

Asistencia tecnológica para el hogar TECNO-HOGAR, contará con insumos en calidad de dispositivos tecnológicos de baja y media gama, teniendo en cuenta que lo que busca la compañía es brindarle continuidad a la familia en la realización de sus tareas y actividades del día a día solucionando el inconveniente que pueda presentarse con los equipos de cómputo de la familia, empleando esta filosofía de servicio logramos que se preste el servicio adecuado y que la empresa no incurra en inversión alta en tecnología nueva que en poco tiempo será obsoleta, para la compra se contempla realizarla en outlets y con distribuidores aliados, buscando un precio de compra considerable. Estos dispositivos tecnológicos deben reposar en bodega y su stock, estado y disponibilidad será controlado por el coordinador técnico.

De igual manera también se debe contar con las herramientas que requiere el técnico para realizar su trabajo, las cuales las debe tener para la atención, de esta manera no incurre la empresa en adquisición de este tipo de implementos.

Los recursos en talento humano y conocimiento técnico, deben ser personas calificadas con experiencia en atención a público, mantenimiento y reparación de equipos de cómputo, conocimiento en redes y telecomunicaciones, profesionales adaptados al cambio y con disposición de estar actualizados en vista que la empresa gira entorno a tendencias tecnológicas que van de manera acelerada por el mundo.

Adicional el personal que se contrate debe tener fuertes valores como la honestidad, respecto y ética, una vez que deben interactuar con la familia y acceder a sus hogares, ellos deberán velar porque se cumpla la premisa de aliado tecnológico en el hogar.

El personal técnico en calle será contratado mediante modelo de tercerización, los recursos de planta o de nómina son considerados en los cargos: Administrador, Coordinador Técnico, Administrativo con funciones secretariales, comerciales, técnicos del call-center y mensajero.

#### 4.5.2. INSUMOS Y MATERIALES DEL PROCESO OPERATIVO:

Se tendrá un inventario en bodega con las siguientes existencias:

CANTIDAD	DISPOSITIVO
10	PANTALLAS LCD
10	CPU ATX
8	PORTATILES
2	NOTEBOOK
8	TARJETAS DE RED
20	DISCOS DUROS
20	MEMORIAS RAM
15	FUENTES DE PODER ATX
15	MAIN BOARD
10	UPS

**Tabla 8. Insumos y materiales del proceso operativo.**

- Licenciamiento de GoToAssist de Citrix<sup>6</sup>:- Esta será implementada como herramienta de acceso remoto a los equipos de los clientes vinculado a la compañía, esta ofrece una solución de asistencia remota segura y completa. Esta solución permitirá aumentar la satisfacción del cliente, hacer más eficientes las operaciones y generar un rápido rendimiento de la inversión, buscando solucionar problemas en un solo contacto.
- Infraestructura para instalación mesa de ayuda con 4 puestos de trabajo
- Red de Internet
- Aplicación online para atención de primer nivel SYSAID<sup>7</sup>: la cual es una herramienta de gestión de servicios que permite manejar eficientemente los

<sup>6</sup> <http://learn.gotoassist.com/forms/g2ac-intl-mini-es-home>

<sup>7</sup> <http://www.sysaid.com>

procedimientos de soporte de la organización de tal manera que aumente considerablemente su nivel de servicios, permitiendo seguimiento a casos, obteniendo así base de conocimiento basados en los nueve principales procesos establecidos de ITIL<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> <http://es.it-processmaps.com/productos/mapa-procesos-til.html>



## **5. ORGANIZACION**

### **5.1. CONCEPTO DEL NEGOCIO – FUNCIÓN EMPRESARIAL**

Brindamos la mejor asistencia tecnológica a equipos de informática y comunicaciones para los hogares bogotanos las 24 horas al día, los 365 días del año con servicio a domicilio.

### **5.2. PRINCIPIOS CORPORATIVOS**

Estamos comprometidos con la aplicación de los siguientes principios:

1. Respeto: Tener las mejores relaciones con nuestros empleados, clientes y proveedores, enmarcados en un ambiente de convivencia.
2. Compromiso: Tener claros los objetivos generales de la compañía y un solo horizonte corporativo, para con el mejor empeño cumplirlos a cabalidad.
3. Orientación al cliente: Son el valor más importante de la compañía y se debe tener la plena seguridad de satisfacer las necesidades del cliente para que nuestra compañía sea la de su preferencia.
4. Trabajo en equipo: Es muy importante la colaboración de todos los actores del proceso de la compañía, para así brindar el mejor cumplimiento, calidad y servicio al cliente.
5. Honestidad y ética: Es muy importante que nuestros clientes vean este valor, con el fin de conseguir confianza, respeto y permanencia.
6. Desarrollo Profesional: En el sector de tecnología, informática y comunicaciones, encontramos constante cambios y nuevos retos, por tal motivo es necesario estar a la vanguardia teniendo un mejoramiento continuo y personal altamente capacitado.

### 5.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 5.3.1. ORGANIGRAMA INICIAL:



Ilustración 13. Organigrama Inicial.

#### 5.3.2. ORGANIGRAMA PROYECTADO



Ilustración 14. Organigrama Proyectoado.

Se proyecta el organigrama básico para dar inicio a la empresa, el cual se irá modificando para dar una estructura mas compleja, dado su crecimiento en clientes y

ventas, cubriendo todas las áreas de tal manera que se preste un servicio de calidad a los clientes y la adecuada atención a los empleados, soportados en procesos claros y estructurados, de esta se opta por la certificación de calidad ISO 9001.<sup>9</sup>

### **5.3.3. PERFILES Y FUNCIONES DE LOS CARGOS**

1. Director General:
  - a. Conocer y mantenerse informado y actualizado en los temas de manejo de la compañía.
  - b. Definir el rumbo de la compañía y las políticas de manejo y control.
  - c. Hacer revisión periódica para garantizar la estabilidad comercial y financiera de la compañía.
  
2. Director de Operaciones:
  - a. Coordinar y programar la logística para la atención a los clientes de acuerdo a los requerimientos.
  - b. Responsable de mantener el stock de repuestos, inventario y almacenamiento.
  - c. Manejo de proveedores.
  
3. Director Administrativo y Financiero:
  - a. Apoyar el área comercial en la estructuración de negocios.
  - b. Participar en la definición de estrategias y políticas de la compañía.
  - c. Seguimiento a la situación financiera de la compañía.
  - d. Proveer los recursos necesarios y suficientes para el buen funcionamiento de la compañía.
  
4. Dirección de Recursos Humanos

---

<sup>9</sup> <http://www.icontec.org.co/index.php?section=188>

- a. Establecer y coordinar el manejo de personal.
- b. Conocer y aplicar la legislación laboral y seguridad social.
- c. Realizar planes de capacitación para mejoramiento continuo del personal.

5. Director de Mercadeo y Ventas:

- a. Responsable del mercadeo técnico y operativo de los productos y servicios de la compañía.
- b. Responsable de la planeación y ejecución de eventos para la generación de demanda.
- c. Responsable de la imagen corporativa de compañía.
- d. Dirigir, coordinar y revisar las actividades de los Ejecutivos de Cuenta.
- e. Analizar el potencial del mercado.
- f. Generar ventas.

6. Director de Servicio al Cliente.

- a. Responsable de atender y tramitar las felicitaciones, quejas y reclamos de los clientes.
- b. Generar el programa de mantenimiento de clientes.

#### 5.4. ANÁLISIS DOFA

	<p><b>DEBILIDADES (D)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Baja participación del mercado</li> <li>2. Disponibilidad de capital limitado</li> <li>3. Cubrimiento de todas las zonas</li> </ol>	<p><b>FORTALEZAS (F)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Competitividad de precios</li> <li>2. Servicio especializado</li> <li>3. Personal altamente capacitado</li> <li>4. Servicio a domicilio</li> </ol>
<p><b>OPORTUNIDADES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incremento del consumo de equipos tecnológicos en los hogares bogotanos.</li> <li>2. Masificación del servicio de internet en los estratos 3, 4 y 5.</li> <li>3. Alianzas con proveedores como Microsoft, Dell, HP, etc.</li> <li>4. Convenios con empresas de servicios públicos para ofrecer servicios.</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incentivar la demanda del servicio en los hogares bogotanos, ofreciendo calidad, cumplimiento y confianza.</li> <li>2. Aumentar el capital para poder ser más competitivo</li> </ol>	<p><b>ESTRETEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprovechar las capacidades para prestar un servicio por volumen.</li> <li>2. Investigar las principales necesidades tecnológicas para los hogares bogotanos.</li> </ol>
<p><b>AMENAZAS (A)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crisis económica</li> <li>2. Competidores</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGAS DA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar una muy buena campaña</li> </ol>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitar continuamente y</li> </ol>

<p>informales</p> <p>3. Baja demanda</p>	<p>publicitaria para dar a conocer el servicio.</p> <p>2. Labor eficiente de la fuerza de ventas.</p> <p>3. Planeación logística por estratos y sectores para el cubrimiento de los sectores seleccionados.</p>	<p>retener al personal bien calificado para la buena prestación del servicio.</p> <p>2. Ofrecer un servicio a precio muy competitivo, basándonos en la ganancia por volumen.</p>
--	---	--

**Tabla 9. Análisis DOFA Tecno hogar.**

### **5.5. SISTEMA DE CONTRATACIÓN Y RETRIBUCIÓN**

Se realizará un contrato escrito de trabajo de acuerdo con las leyes vigentes colombianas (artículo 39 del código sustantivo de trabajo<sup>10</sup>) y se generan pagos quincenales. A los técnicos que prestan los servicios a domicilio, se generarán acuerdos de pago por servicio prestado.

### **5.6. ESTRUCTURA JURIDICA (TIPO DE SOCIEDAD)**

La empresa se constituirá como una sociedad S.A.S. (Sociedad por Acciones Simplificada).

---

<sup>10</sup>

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/codigo\\_sustantivo\\_trabajo\\_pr001.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/codigo_sustantivo_trabajo_pr001.html)

## **5.7. DISTRIBUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN**

La participación se distribuirá en partes iguales para todos los accionistas de la compañía, así: 12.75% para cada uno de los socios gestores y un socio capitalista con un 49% de las acciones.

## **6. FINANCIERO**

### **6.1. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA**

Se contratarán los servicios de un contador público encargado de realizar la auditoría de la información registrada por el auxiliar contable, dar las normas de trabajo a seguir y respaldar con su firma la información registrada. Este cargo no requiere que sea tiempo completo, es suficiente con 4 días al mes.

El contador se convierte en un colaborador clave de la empresa ya que es él el encargado de levantar alertas sobre el desempeño y los resultados de la empresa.

Se contrata un auxiliar contable encargado de realizar los registros contables de la empresa con sus respectivos soportes. Debe seguir los lineamientos dados por el contador público. Entre otras sus funciones son: Mantener actualizado el software contable, llevar de una manera organizada los soportes correspondientes a los movimientos contables, llevar control de causación y pago de impuestos, conciliaciones bancarias, llevar actualizados los inventarios de la empresa, etc.

El software elegido es Helisa debido básicamente a su reconocimiento y prestigio, este software tiene una muy buena antigüedad y muy buena acogida en el sector de las pymes. El costo de la licencia es de COP\$800.000

La inversión inicial será de COP\$300'000.000 donde el 51% corresponde a los aportes de recursos propios de los socios en partes iguales, mas la inversión del socio capitalista que estamos buscando que debe realizar una inversión del 49% correspondientes a \$147'000.000. Los COP\$300'.000.000 se dividirán en 300.000 acciones de COP\$1.000 cada una.



## 6.2. BALANCE GENERAL INICIAL PROYECTADO

<b>TECNOHOGAR SAS.</b>						
<b><u>BALANCE GENERAL PROYECTADO</u></b>						
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	
<b>ACTIVO</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
Caja y Bancos	\$ 295.363.459	\$ 294.627.823	\$ 341.900.989	\$ 420.555.979	\$ 542.600.038	
Inversiones Temporales	\$ 0	\$ 0	\$ 0			
Cuentas por Cobrar	\$ 0	\$ 5.154.673	\$ 5.953.647	\$ 7.072.932	\$ 8.402.644	
Provisión Deudas Malas	\$ 0	\$ 1.893.553	\$ 4.080.607	\$ 6.678.827	\$ 9.765.513	
Inventario Materias Primas	\$ 923.394	\$ 980.285	\$ 1.112.808	\$ 1.300.397	\$ 1.516.740	
Inv. Productos en Proceso	\$ 3.399.276	\$ 3.681.428	\$ 3.914.340	\$ 4.174.936	\$ 4.457.479	
Inv. Productos Terminados	\$ 4.894.958	\$ 5.497.054	\$ 5.856.532	\$ 6.246.168	\$ 6.668.617	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 304.581.087</b>	<b>\$ 308.047.709</b>	<b>\$ 354.657.709</b>	<b>\$ 432.671.586</b>	<b>\$ 553.880.005</b>	
<b>FIJO</b>						
Maquinaria	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	
Muebles y Enseres	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	
Menos Depreciación Acumulada	\$ 7.000.000	\$ 14.000.000	\$ 21.000.000	\$ 28.000.000	\$ 35.000.000	
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 63.000.000</b>	<b>\$ 56.000.000</b>	<b>\$ 49.000.000</b>	<b>\$ 42.000.000</b>	<b>\$ 35.000.000</b>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 367.581.087</b>	<b>\$ 364.047.709</b>	<b>\$ 403.657.709</b>	<b>\$ 474.671.586</b>	<b>\$ 588.880.005</b>	
<b>PASIVO</b>						

<b>CORRIENTE</b>					
Obligaciones Bancarias	\$ 0	\$ 0	\$ 0		
Porción Corriente Oblig. Banc. Largo Plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Proveedores	\$ 1.000.344	\$ 985.026	\$ 1.123.851	\$ 1.316.030	\$ 1.534.769
Impuesto de Renta por Pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 9.365.681	\$ 24.965.844	\$ 44.284.532
Dividendos por Pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 1.000.344</b>	<b>\$ 985.026</b>	<b>\$ 10.489.532</b>	<b>\$ 26.281.873</b>	<b>\$ 45.819.301</b>
<b>LARGO PLAZO</b>					
Obligaciones Bancarias	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Cesantías por Pagar	\$ 82.236.878	\$ 79.575.835	\$ 90.666.158	\$ 95.199.466	\$ 99.959.439
<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 82.236.878</b>	<b>\$ 79.575.835</b>	<b>\$ 90.666.158</b>	<b>\$ 95.199.466</b>	<b>\$ 99.959.439</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 83.237.222</b>	<b>\$ 80.560.861</b>	<b>\$ 101.155.690</b>	<b>\$ 121.481.339</b>	<b>\$ 145.778.740</b>
90%	10%				
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000
Reserva Legal	\$ 0	\$ 0	\$ 1.901.517	\$ 6.970.340	\$ 15.961.442
Utilidades Retenidas	\$ 0	\$ -15.656.134	\$ -16.513.153	\$ 600.501	\$ 46.219.906
Utilidades del Ejercicio	\$ -15.656.134	\$ -857.018	\$ 17.113.653	\$ 45.619.405	\$ 80.919.917
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 284.343.866</b>	<b>\$ 283.486.847</b>	<b>\$ 302.502.018</b>	<b>\$ 353.190.246</b>	<b>\$ 443.101.265</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 367.581.087</b>	<b>\$ 364.047.708</b>	<b>\$ 403.657.708</b>	<b>\$ 474.671.585</b>	<b>\$ 588.880.004</b>

Tabla 10. Balance general inicial proyectado

El balance inicial nos muestra la proyección del negocio en los primeros cinco años y nos indica las márgenes sobre los cuales debemos trabajar para lograr las metas propuestas.

En el balance se tienen en cuenta las pérdidas sufridas los primeros años, para lo cual debemos tomar una previsión de la inversión inicial y así hacer sostenible la empresa en al menos el periodo inicial de cinco años.

Teniendo en cuenta las proyecciones de venta estimadas, vemos utilidades a partir del tercer año y una estabilidad financiera a partir del quinto año.

### 6.3. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

#### 6.3.1. Estado de Ganancias y Pérdidas

<b><u>TECNOHOGAR S.A.S.</u></b>						
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>						
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>
<b>Ventas Brutas</b>	\$ 273.240.000	\$ 315.592.200	\$ 364.508.991	\$ 433.036.681	\$ 514.447.577	\$ 611.163.722
<b>Descuentos por Ventas</b>	\$ 0	\$ 1.262.369	\$ 1.458.036	\$ 1.732.147	\$ 2.057.790	\$ 2.444.655
<b>VENTAS Netas</b>	<b>\$ 273.240.000</b>	\$ 314.329.831	\$ 363.050.955	\$ 431.304.535	\$ 512.389.787	\$ 608.719.067
<b>Costo de Ventas</b>	\$ 117.478.992	\$ 131.929.297	\$ 140.556.771	\$ 149.908.043	\$ 160.046.807	\$ 171.078.552
<b>Inventario Inicial P.T.</b>	\$ 0	\$ 4.894.958	\$ 5.497.054	\$ 5.856.532	\$ 6.246.168	\$ 6.668.617
<b>Mas Costo de Producción</b>	\$ 122.373.950	\$ 132.531.393	\$ 140.916.249	\$ 150.297.680	\$ 160.469.255	\$ 171.538.208
<b>Menos Inventario Final P.T.</b>	\$ 4.894.958	\$ 5.497.054	\$ 5.856.532	\$ 6.246.168	\$ 6.668.617	\$ 7.128.273
	\$ 375	\$ 15				
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 155.761.008</b>	\$ 182.400.534	\$ 222.494.184	\$ 281.396.491	\$ 352.342.980	\$ 437.640.515

<b>Gastos de Administración y Ventas</b>	\$ 171.417.142	\$ 183.257.552	\$ 194.113.333	\$ 205.742.420	\$ 218.147.430	\$ 231.388.846
<b>Arrendamientos</b>	\$ 18.000.000	\$ 19.440.000	\$ 20.995.200	\$ 22.674.816	\$ 24.488.801	\$ 26.447.905
<b>Honorarios</b>	\$ 7.200.000	\$ 7.776.000	\$ 8.398.080	\$ 9.069.926	\$ 9.795.521	\$ 10.579.162
<b>Depreciaciones Edificios, Mueb.y Ens.</b>	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
<b>Gastos Generales Administración</b>	\$ 5.400.000	\$ 5.832.000	\$ 6.298.560	\$ 6.802.445	\$ 7.346.640	\$ 7.934.372
<b>Transportes</b>	\$ 9.600.000	\$ 10.368.000	\$ 11.197.440	\$ 12.093.235	\$ 13.060.694	\$ 14.105.550
<b>Provisión Deudas Malas</b>	\$ 0	\$ 1.893.553	\$ 2.187.054	\$ 2.598.220	\$ 3.086.685	\$ 3.666.982
<b>Propaganda y otros Gastos</b>	\$ 9.000.000	\$ 9.720.000	\$ 10.497.600	\$ 11.337.408	\$ 12.244.401	\$ 13.223.953
<b>0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>0</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Sueldos de administración</b>	\$ 81.839.762	\$ 85.931.750	\$ 90.228.338	\$ 94.739.755	\$ 99.476.743	\$ 104.450.580
<b>Sueldos de Ventas</b>	\$ 38.377.380	\$ 40.296.249	\$ 42.311.061	\$ 44.426.614	\$ 46.647.945	\$ 48.980.342
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>-\$ 15.656.134</b>	<b>-\$ 857.018</b>	<b>\$ 28.380.851</b>	<b>\$ 75.654.071</b>	<b>\$ 134.195.551</b>	<b>\$ 206.251.670</b>
	<b>0%</b>					
<b>Mas Otros Ingresos</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Menos Gastos Financieros</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	-\$ 15.656.134	-\$ 857.018	\$ 28.380.851	\$ 75.654.071	\$ 134.195.551	\$ 206.251.670
	0,33					
<b>Provisión Impuesto de Renta</b>	\$ 0	\$ 0	\$ 9.365.681	\$ 24.965.844	\$ 44.284.532	\$ 68.063.051
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$ 15.656.134</b>	<b>-\$ 857.018</b>	<b>\$ 19.015.170</b>	<b>\$ 50.688.228</b>	<b>\$ 89.911.019</b>	<b>\$ 138.188.619</b>

**Tabla 11. Estado Perdidas y Ganancias.**

Históricamente el comportamiento de las empresas nuevas, durante sus primeros años de ejecución, no obtienen utilidades y para el caso de Tecno Hogar se ve claramente reflejado en el estado de perdidas y ganancias donde el primer y segundo año se observan una perdidas que van disminuyendo para llegar a obtener cifras positivas hasta el tercer año, debido a la proyección del crecimiento en ventas y a una adecuada gestión de administración de los recursos.

### 6.3.2. Flujo de Caja Presupuestado

#### TECNOHOGAR S.A.S. - ANÁLISIS DE RIESGO

INFLACIÓN	8%
TASA EXPECTATIVA	25%
TASA DE REINVERSIÓN	10%

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
FLUJO	-300.000.000	53.961.884	-13.663.441	32.103.401	65.617.130	106.544.612	156.862.617
VALOR DE SALVAMENTO							476.062.297
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-300.000.000</b>	<b>53.961.884</b>	<b>-13.663.441</b>	<b>32.103.401</b>	<b>65.617.130</b>	<b>106.544.612</b>	<b>632.924.913</b>

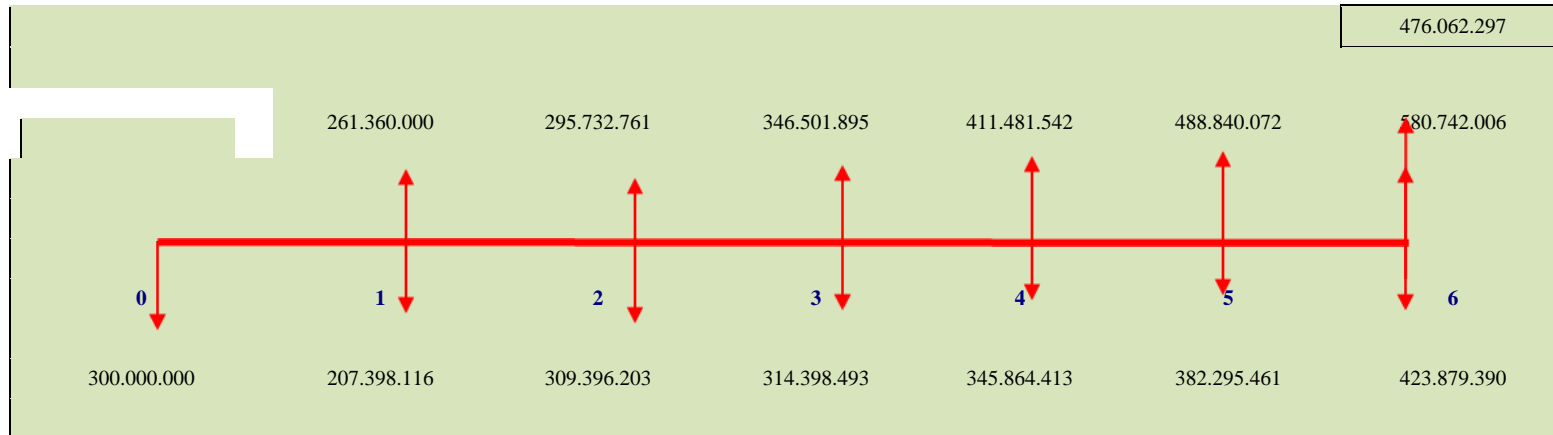


Tabla 12. Flujo de caja presupuestado.

De acuerdo a la naturaleza del negocio propuesto y el movimiento financiero del país encontramos que la inflación promedio es del 8%<sup>11</sup>, la tasa de expectativa del 25% y la tasa de reinversión de un 10%, teniendo en cuenta lo anterior el valor de salvamento en el año 6 es de COP \$ 476.062.297 lo cual indica que en este periodo de tiempo se determina este valor como recuperación a la inversión, aplicando la depreciación sobre los bienes de la empresa.

---

<sup>11</sup> <http://inflacion.com.co/inflacion-2012-colombia.html>  
<http://www.businesscol.com/economia/precios.htm#DATOS>



### 6.3.3. Tasa Interna de Retorno y Valor Presente Neto

SITUACIÓN	Emisión de Acciones
VPN	18.979.946
TIR	26,68%
V/R RECUPERACIÓN INVERSIÓN	476.062.297
PUNTO EQUILIBRIO AÑO 1	2.613
PUNTO EQUILIBRIO AÑO 2	2.418
PUNTO EQUILIBRIO AÑO 3	2.201
MARGEN NETO DE UTILIDAD 1	-5,73
MARGEN NETO DE UTILIDAD 2	-0,27
MARGEN NETO DE UTILIDAD 3	5,24

Tabla 13. TIR y VPN.

- Buscando cubrir los costos fijos y variables, necesitamos en el primer año, cumplir con una meta de ventas de 2.613 hogares.
- El punto de equilibrio de cada año nos indica la meta de ventas mínima para cubrir los costos mínimos de la operación.
- Calculando la VPN del proyecto podemos concluir que Tecno hogar es viable.

## 7. BIBLIOGRAFIA

Cotera Berdugo, Elber y Matiz B, Francisco.(2011). *Formación de empresarios, Emprendimiento y Creación de empresas*. Bogotá: Universidad EAN.

Silva Duarte, Jorge Enrique.(2008). *Emprendedor*. Bogotá: Alfaomega

Wheelen, Thomas L y Hunger, J. David. (2007). *Administración estratégica y política de negocios*. C.DMexico: Pearson.

<http://www.dane.gov.co>

<http://vivedigital.gov.co/>

[www.unilago.com](http://www.unilago.com)

[www.techpeople.com.co](http://www.techpeople.com.co)

[www.facebook.com](http://www.facebook.com)

<http://learn.gotoassist.com/forms/g2ac-intl-mini-es-home>

<http://www.sysaid.com>

<http://www.sysaid.com>

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/codigo\\_sustantivo\\_trabajo\\_pr001.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/codigo_sustantivo_trabajo_pr001.html)

<http://inflacion.com.co/inflacion-2012-colombia.html>

<http://www.businesscol.com/economia/precios.htm#DATOS>

## ANEXO 1. FICHA BIBLIOGRÁFICA TRABAJO

FICHA BIBLIOGRÁFICA TRABAJO	
TIPO	INVESTIGATIVA FORMATIVA / CREACIÓN DE EMPRESA
TITULO	<b>ASISTENCIA TECNOLÓGICA PARA EL HOGAR – TECNO HOGAR</b>
PROGRAMA	Gerencia de Tecnología
MODALIDAD PROGRAMA	Especialización
GRUPO DE INVESTIGACION	Entrepreneurship
EDICION	Bogotá, Universidad EAN, 2012.
AUTOR (es)	MARIA DEL PILAR, GIRALDO SANTAFE; JAVIER MAURICO, GUTIERREZ SANCHEZ; EDWIN ENRIQUE, MARTELO GALEANO
PALABRAS CLAVE	Empresa; Asistencia; tecnológica; Hogares; innovación
DESCRIPCION	Este documento plantea la creación de la empresa TECNO-HOGAR encargada de la Asistencia Tecnológica para el Hogar.
FUENTES	Cotera Berdugo, Elber y Matiz B, Francisco.(2011). Formación de empresarios, Emprendimiento y Creación de empresas. Bogotá: Universidad EAN; Silva Duarte, Jorge Enrique.(2008). Emprendedor. Bogotá: Alfaomega; Wheelen, Thomas L y Hunger, J. David. (2007). Administración estratégica y política de negocios. C.DMexico: Pearson; <a href="http://www.dane.gov.co">http://www.dane.gov.co</a> ; <a href="http://vivedigital.gov.co/">http://vivedigital.gov.co/</a> ; <a href="http://www.unilago.com">www.unilago.com</a> ; <a href="http://www.techpeople.com.co">www.techpeople.com.co</a> ; <a href="http://www.facebook.co">www.facebook.co</a> ; <a href="http://learn.gotoassist.com/forms/g2ac-intl-mini-es-home">http://learn.gotoassist.com/forms/g2ac-intl-mini-es-home</a> ; <a href="http://www.sysaid.com">http://www.sysaid.com</a> ; <a href="http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/codigo_sustantivo_trabajo_pr001.html">http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo/codigo_sustantivo_trabajo_pr001.html</a> ; <a href="http://inflacion.com.co/inflacion-2012-colombia.html">http://inflacion.com.co/inflacion-2012-colombia.html</a> ; <a href="http://www.businesscol.com/economia/precios.htm#DATOS">http://www.businesscol.com/economia/precios.htm#DATOS</a>
CONTENIDO	El documento consta de cinco módulos: El primero de presenta la Justificación del proyecto; El segundo módulo presenta la información de Mercadeo; El tercer módulo presenta la información detallada del producto; El cuarto describe la información de la organización (Empresa); Finalmente el modulo cinco presenta la base financiera en la que se sustenta el proyecto.
METODOLOGIA	Este plan de creación de empresa se realizó basado en la recolección de experiencias y conocimientos de los autores, enfocado en el liderazgo y oportunidades de negocio del área de tecnología. Se sustenta en lecturas, investigaciones y estudios de mercadeo así como

	en las proyecciones y simulaciones del negocio.
CONCLUSIONES	Desde el punto de vista de emprendedores y de acuerdo a la investigación realizada se encuentra que es viable y sustentable la creación de la empresa Asistencia Tecnológica para el Hogar Tecno-Hogar; Dentro del estudio de mercado y de la competencia se identifica la oportunidad de negocio, en vista de que existen muy pocas empresas cuyo nicho de mercado es exclusivamente el servicio tecnológico para el hogar. El modelo operativo que se propone presenta comodidad para los clientes por los horarios y la orientación de servicio de los empleados de la empresa, buscando permitir la continuidad del uso de los dispositivos en el hogar y la alianza estratégica con las familias siendo Tecno-Hogar un soporte en la toma de decisiones a la hora de adquirir y/o mejorar dispositivos tecnológicos.
PERIODO ACADEMICO	20112

## ANEXO 2. Licencia de uso - Autorización de los Autores.

### LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo MADIA DEL PILAR GIRALDO SANTAFE.

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 30402310.

Nombre Completo EDWIN ENRIQUE MARTIÑO GALEANO.

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 79754004.

Nombre Completo JAVIER MAURICIO GUTIERREZ SANCHEZ.

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 79947.680.

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

ASISTENCIA TECNOLÓGICA PARA EL HOGAR TECNOHOGAR.

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>MARIA DEL PILAR GIRALDO</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>EDWIN ENRIQUE MARTÍNEZ G.</u>
FIRMA: <u>M. PILAR GIRALDO</u>	FIRMA: <u>EDWIN ENRIQUE MARTÍNEZ G.</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>30402310</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>79954604</u>
FACULTAD: <u>POSTGRADOS</u>	FACULTAD: <u>POSTGRADOS</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>ESP GERENCIA TECNOL</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>ESP GERENCIA TECNOLOGIA</u>

NOMBRE COMPLETO: <u>JAVIER HENRIQUE GUTIERREZ</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>JAVIER</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>79949680</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>POSTGRADOS</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>ESP GERENCIA TECNOL</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 05/Jul/2012