



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

AUTORIZACIÓN

**YO, YOBER MANUEL AGUIRRE CELI, JOSE ALFONSO ARANDA SEGOVIA, PAUL
VICENTE AVELLANEDA MOSQUERA, DIEGO GERARDO MOYA LATORRE**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución de la Tesis de Maestría titulada: "**CLOUD COMPUTING - PROVEER INFRAESTRUCTURA Y SISTEMAS INFORMÁTICOS EN LA NUBE DISEÑADOS PARA OBTENER VENTAJAS COMPETITIVAS EN LOS NEGOCIOS.**", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

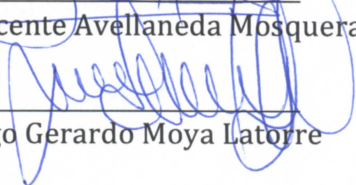
Guayaquil, **28** días del mes de **septiembre** del año **2012**

Los autores:


Yober Manuel Aguirre Celi


Jose Alfonso Aranda Segovia


Paul Vicente Avellaneda Mosquera


Diego Gerardo Moya Latorre

The Cloud Computing Stratosphere

There is an ever-growing number of companies providing "cloud-based" services for businesses. These range from communications and social applications to deployment platforms that form backbone of a company's infrastructure. As new offerings emerge, customers, marketers and the industry at large may each have a different view of the strata. Here is one take on where the major players fit into the shifting cloud atmosphere.

HORN GROUP
horngroup.com

Communications & Social Applications



Software as a Service



Platform as a Service



Infrastructure as a Service



NAVES
EMBA
2012

Proyecto
Software
en la
Nube

Autores:

Aguirre Yober

Aranda Alfonso

Avellaneda Paúl

Moya Diego

INDICE	PAGS
1.-Resumen Ejecutivo	2
2.- Concepto de Negocio	3
2.1.-Cloud Computing como tendencia	3
2.2.-Vinculación de Syscloud a la oportunidad	4
2.3.-Ventajas Competitivas	5
2.4.-Razones Sostenibilidad	5-6
3.- Plan Comercial	7-31
3.1.-Antecedentes	7
3.2.-Contexto	7-12
3.3.-Compañía	13
Propósito	13
Misión	13
Valores	13
Cultura	13
Nombre / Logo	13
Portafolio básico	14
3.4.-Clientes	14-18
3.5.-Competencia	18-22
3.6.-Colaboradores	22
Proveedores	22
Canales	23
3.7.-Plan Marketing	24-31
a) Definición Portafolio	24
b) Estrategia de Precios	26
c) Canales, Distribución, Territorio	27
d) Comunicación	28-31
e) Resumen propuesta valor	31
4.- Plan de Organización y Personal	32
4.1.- Plan de Recursos Humanos	32-33
4.2.- Organigrama	34
4.3.- Modelo de Gobierno	35-37
4.4.- Estructura Directorio/Accionistas	37
5.- Modelo Operativo	38-42
5.1.- Plan Desarrollo y Lanzamiento Software	38-40
5.2.- Desarrollo Software	40
5.3.- Actualizaciones de Software	40
5.4.- Ventas	41
5.5.- Activación de Servicio	41
5.6.- Soporte / Pos-Venta	41
5.7.- Facturación y Cobranzas	42
6.- Evaluación Financiera	42-47
6.1.- Resumen de resultados	42
6.2.- Flujo de Caja	43
6.3.- Balance General	43
6.4.- Proyecciones 5 años	44-45
6.5.- Análisis Resultados y Razones Financieras	45
6.6.- Análisis de la Inversión	46
6.7.- Plan de Inversiones	46
6.8.- Plan de Financiación	47
7.- Evaluación y Gestión de Riesgos	47
8.- Responsabilidad Corporativa	47-49
9.- Bibliografía	50
10.-Indice de Anexo y Anexos	51-80

1) Resumen Ejecutivo Syscloud

Introducción	<p>El proyecto que está a punto de analizar pertenece al futuro pero será forjado en el presente inmediato. La tecnología avanza de forma acelerada y en ocasiones se piensa que la mayoría de personas y empresas en el mundo, especialmente las de menores recursos, están condenadas a un rezago sistemático. Sin embargo hay aspectos de estos avances que al contrario de lo imaginado, pueden contribuir a una disminución de la brecha tecnológica y oportunidades entre países, ciudades, empresas y personas.</p> <p>Cloud Computing, la base de nuestro proyecto, es un concepto tecnológico enmarcado en esa línea y su impacto en las TI está cambiando la forma de operar los negocios en el mundo.</p>
Descripción del Proyecto	<p>Proveer Infraestructura y sistemas informáticos en la Nube diseñados para obtener ventajas competitivas en los negocios. Estos sistemas garantizarán seguridad y serán ofrecidos como servicios. El cliente no debe invertir en licencias, ni en hardware, sino que dependiendo de los requerimientos de procesamiento, almacenamiento y tiempo de respuesta de modificaciones requeridas en el sistema, el cliente pagará una mensualidad por el plan que más le convenga y por la que tendrá derecho a una actualización constante.</p>
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer una plataforma tecnológica común y de alta calidad a pequeños y medianos negocios, que antes por costos o tiempo nunca hubiesen accedido. • Hacer de la tecnología más avanzada un bien común accesible.
Fundamento para los Objetivos Trazados	<p>El acceso a tecnología a través de celulares se ha ido expandiendo a otras áreas y una de ellas es el área de (TI), encargada de la administración de tecnología, sistemas de información, telecomunicaciones, y otros relacionados. Lo que alguna vez y hasta nuestros días ha sido considerado un lujo para pocos, podría estar cambiando rápidamente. Como ejemplo, los conocidos (ERP) o sistemas de planificación de recursos empresariales, no han pasado siquiera por las aspiraciones de la mayoría de empresas y negocios pequeños de este país por ser considerados "inaccesibles"</p>

¿Cómo funciona?

Internet como *Plataforma*

Gracias a Internet, ahora un negocio gigante y uno pequeño pueden compartir una solución tecnológica de última generación y cada uno podrá usarlo en la medida que lo necesite.

Cloud Computing como *Concepto*

El proveedor de servicios sirve a varios consumidores con un modelo de Multi-arrendatario, con diferentes recursos físicos y virtuales dinámicamente asignados y reasignados según la demanda del cliente.

SYS-CLOUD como *Medio para canalizar la Propuesta de Valor*

"Una solución que genera más de lo que cuesta y que asegura al cliente que de que de ahora en adelante la tecnología será una cosa menos de que preocuparse

ALCANCE.- MERCADO OBJETIVO

Pequeños y Medianos Negocios
Específicamente en una primera etapa nos enfocaremos en Mini mercados y Farmacias independientes
Universo clientes Ecuador: Farmacias Independientes: 5.000 , Mini mercados: 1078
Mercado Objetivo Potencial: 1199 Farmacias + 1078 Mini mercados
Participación de mercado objetivo: 10% del mercado potencial (200-230 clientes)

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO BÁSICO

Acceso a un Sistema integral en la Nube que incluye: Software como servicio + Vínculo con Proveedor de Transmisión de Datos, Infraestructura y Almacenamiento como Servicio. Todo por una mensualidad que fluctuar según el tipo de requerimiento de cada cliente entre 99USD y 200USD

PLAN VENTAS Y PRECIOS

200 x 100 : Dos cientos clientes x Cien dólares promedio

La primera meta de la empresa es alcanzar una base de 200 clientes con una facturación promedio de 100USD por mes, en un plazo de 18 meses a partir de la constitución de la compañía.

INVERSION

El proyecto requiere una inversión de \$80.000 dólares que según las proyecciones realizadas será recuperada en 3 años. A partir del cuarto año los indicadores financieros se estabilizan en los siguientes valores:
Beneficio Neto / Ventas: 14.3%, EBITDA: 18.3%, Rentabilidad sobre Activos (ROA) 35.3%
y Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE) 32.2%

2) Concepto de Negocio

2.1.- Cloud Computing como Tendencia

Hipótesis: "Cloud Computing es un concepto que masificará el uso de software y aplicaciones a nivel mundial"

Implicaciones

Si analizamos lo que está sucediendo este momento con los grandes jugadores de la industria veremos como Microsoft, que alguna vez se supuso un jugador imposible de superar, ha debido ver como Google y Apple están redefiniendo la manera de hacer ganancias en este sector y de alguna manera amenazando su posición competitiva.

En parte las diferencias surgen por la manera en la que han conceptualizado el potencial e impacto de Internet. La disyuntiva de verlo como una amenaza o como una nueva forma de interactuar con los consumidores está reestructurando el tablero de poder de todo tipo de negocio e industria que de alguna manera ha sido directa o indirectamente impactada.



¿Cómo podría este duelo de titanes afectar nuestras vidas en Ecuador?

En realidad todas las innovaciones y creaciones de Microsoft, Apple, Google, Amazon, entre otros, ya han influenciado y cambiado nuestra vida cotidiana de una manera extraordinaria y lo que es más importante tener en cuenta, continuarán haciéndolo a cada vez mayor ritmo.

Si hay un invento que podría decirse está alterando la estructura misma de la sociedad en el mundo es Internet y al parecer aunque muchos afirman que se trata de solo un canal más de comunicación, como se dijo de la televisión cuando se inventó, éste se está convirtiendo en el centro sobre el que giran todas las cosas. Por supuesto este comentario es cuestionable pero se trata más de una opinión que de una afirmación. Sin embargo esta opinión, fundamentada en todo lo que observamos está sucediendo, es la que nos ha hecho considerar el desarrollo de un proyecto que apalancado en Internet y sus múltiples funcionalidades, nos permita hacer una oferta de servicio que modificará de forma radical la manera en cómo se aproximan hoy los negocios pequeños a la tecnología. La razón para así pensarlo es que la inteligencia colectiva y la posibilidad de compartirla permiten una realidad conceptualmente distinta a lo que ocurría en el pasado y en la que sólo grandes empresas podían acceder a infraestructura de tecnología y software de alta calidad.

"Hace 15 años, la tecnología que se utilizaba en el mundo corporativo/empresarial era de mucho mayor calidad que la tecnología de consumo. Hoy, esto ya no es verdad. Se daba el caso que utilizábamos tecnología corporativa porque queríamos velocidad, seguridad y uptime. Ninguna de estas cosas hoy son tan buenas ya en software de empresa, como lo son en software de consumo"

Douglas Merrill, CIO de Google, 8 de marzo de 2008

2.2.- Vinculación de Syscloud a la oportunidad



Ecuador no estará aislado de estos cambios

Como se verá más adelante en la presentación de este proyecto, el fenómeno mundial de Cloud Computing es cada vez más grande y está cambiando de una manera veloz los servicios en los que cuenta con ventajas competitivas claras. Los sistemas de correo electrónico y chat han sido los servicios puntas de lanza. Compañías como Salesforce, reconocida por la revista Forbes en el año 2011 como la empresa más innovadora del mundo, está abriéndose campo y liderando los sistemas de CRM con plataforma en nube y uno de los servicios que se ve que tendrá gran potencial bajo este concepto son las **aplicaciones y software de uso empresarial**.

¿En qué consiste exactamente el servicio?

"El cambio es simple"

En lugar de que un negocio tenga que comprar un software y para usarlo necesite comprar equipos, asignar un espacio para ponerlos y además contratar los servicios eventuales de un profesional técnico para que haga mantenimiento, ahora podrá hacer uso de un sistema que estará disponible siempre que tenga acceso a Internet. El programa ya no se instala en un computador. Está en la RED. Ya no se requiere de un equipo para almacenar los datos. Están guardados en la RED. Ya no se requiere comprar un nuevo sistema cuando el anterior pierda vigencia porque las actualizaciones siempre estarán disponibles como un servicio. Y algo que muchos clientes analizan positivamente es que el riesgo de la seguridad de los datos es transferido a expertos. Este cambio que puede parecer sencillo está cambiando la industria del software en el mundo y desde Microsoft, hasta el desarrollador de software más pequeño tendrán que evaluar su participación o no en esta tendencia.

Gartner, la empresa líder en información y asesoría tecnológica en el mundo en el año 2005 predijo que la "consumerización" de las TIC, será la amenaza más grande para los departamentos de TI en los próximos 10 años.

Cloud Computing es un medio que permitirá el acceso masivo al uso de TIC y esto incluye el campo de los negocios pequeños.

En Ecuador el uso del Internet con fines laborales es de apenas de 3.4%, por lo que podríamos pensar en que hay mucho espacio para crecer. El trabajo de los pioneros será arduo porque convencer a personas que no han tenido nunca acceso a medios tecnológicos y que prácticamente no han requerido de tecnología para subsistir no será una tarea fácil. Sin embargo el entorno favorece mucho para que la resistencia sea menor. Factores como la competencia, exigencias tributarias, políticas de gobierno y el continuo avance del sector de telecomunicaciones con cada vez más usuarios de telefonía móvil e Internet serán fundamentales para apoyar la idea base del proyecto.

2.3.- Ventajas competitivas Syscloud

En realidad esto que pocos o muchos pueden haber visto como un contexto de oportunidad no sería aprovechable si no se cuenta con la preparación adecuada y alguna ventaja competitiva apreciable.

En el caso específico de este proyecto Syscloud cuenta en su equipo fundador con el *talento humano* requerido para poder capitalizar éste y más proyectos relacionados.

Por un lado tenemos talento especializado en Tecnología y Software que trabaja y conoce a dos colaboradores clave. Por un lado el proveedor del servicio de Internet y Almacenamiento de datos en la nube (Telconet) y por otro la fuente del talento desarrollador del software (Escuela Politécnica del Litoral, Facultad de Ingeniería en Computación y Electricidad)

Adicional se encuentran en el equipo personas con conocimiento profundo de la operación y necesidades de los clientes potenciales: Farmacias y Mini mercados, tanto por ser clientes, como por ser proveedores.

El factor final es haber definido una estrategia competitiva cuya implementación rápida y efectiva generará una ventaja en tiempo y escala que deberán convertirse en fortalezas frente a nuevos competidores. Si bien hay riesgos ya identificados, el entrar en la fase de pioneros podría generar tanto obstáculos como nuevos caminos de oportunidad que solo podrán ser vistos y analizados una vez que el plan esté en funcionamiento.

2.4.- Razones Sostenibilidad

La primera razón para lograr permanencia temprana es la ausencia de competidores similares en el tipo de servicio que se piensa brindar y aunque esto se ve como una razón suficiente, la lucha en un inicio no será contra un competidor, sino contra la mentalidad y paradigmas de las personas del segmento objetivo escogido, que en su gran mayoría no ven los beneficios competitivos que la tecnología les puede aportar en sus negocios.

Una vez que un cliente acceda al servicio, lo pruebe, le funcione y le vaya mejor que antes, se podría decir que la primera fase del proyecto será exitoso con muy alta probabilidad.

Los riesgos más importantes no están asociados a la utilidad y beneficios que aporta el producto. Están relacionados a que el servicio no pueda ser usado. El riesgo de no poder hacer una oferta convincente y por otro lado que la conectividad de Internet no sea óptima podrían afectar de manera importante el éxito del proyecto. Incluso la entrada de más competidores, que podría ser catalogada como un riesgo visible y alto,

en un mercado subatendido podría incluso ayudar a dinamizar el crecimiento del negocio. Claro está que si lo pensado funciona, será mejor estar solos el mayor tiempo posible para generar economías de escala y poder apalancar nuevas ideas.

Ventajas que los clientes apreciarán con el uso del servicio

Como señalamos anteriormente el primer diferencial es ofrecer un servicio por ahora único y casi sin competidores en el mercado elegido, pero eso no es suficiente. Las principales razones para que un cliente se sienta satisfecho es que ocurran una o más de las siguientes eventualidades como consecuencia de ser clientes.

- 1) Más utilidades mensuales (Relación coste/beneficio muy positiva)
- 2) Menos inventarios y menos necesidad de capital de trabajo
- 3) Mejor servicio al cliente por menor desabastecimiento y más tiempo para atender
- 4) Mayores ventas como consecuencia de un mejor servicio al cliente y mejor abastecimiento
- 5) Posibilidad de control del negocio a través de una contabilidad automática y en línea
- 6) Servicio de calidad para atención de reclamos, dudas, requerimientos
- 7) Acceso a una red asociativa con la posibilidad de obtener ventajas de negociación
- 8) Rapidez en implementación de mejoras y nuevos servicios de valor

Los numerales 6, 7 y 8 en realidad son las ventajas que deberán reforzarse y convertirse en fortalezas diferenciales para poder sustentar el negocio a futuro, en la medida de que las anteriores 5 podrían ser obtenidas con una oferta técnica similar.

Para que eso se pueda dar ello deberá estar muy bien alineada la estrategia con el modelo operativo, cultura organizacional y los recursos. Estos temas no son accesorios, son en realidad la base de la sostenibilidad del proyecto y que serán tratados durante toda la exposición de este documento.



3.- Plan Comercial

Si la propuesta de valor no es simple, clara y fácil de asimilar para el cliente, el proyecto no tendrá éxito por más oportuno y bien concebido esté.



3.1.-Antecedentes

Las buenas ideas abundan por el mundo, las que se ejecutan son ya mucho menos y las que corren con éxito son una minoría y suelen compartir entre otros factores claves, uno fundamental: "Son simples" y esa palabra cuyo significado en sí podría distraer nuestra lógica y nos haría pensar que formular algo así equivale a "fácil" es justamente la analogía equivocada.

El Plan Comercial que se presentará en las próximas páginas ha sido cuidadosamente analizado y repensado para entregar una fórmula de valor clara y sencilla que permita a los clientes la solución a una

necesidad desatendida por diferentes motivos y que ahora gracias a la Tecnología se podrá satisfacer con relativa facilidad.

El identificar esta necesidad presente pero no evidente, así como la forma de hacerla visible e importante es parte de los desafíos claves que deberá considerar el plan desarrollado.

Partimos de una realidad práctica casi incuestionable desde el punto de vista de los clientes objetivos a los que queremos convencer, y que en los estudios de mercado que realizamos, de una u otra forma se hizo presente.

"Nunca hemos necesitado de un sistema para trabajar y salir adelante"

Lo expresado es verdad pero es justamente el paradigma que nos gustaría cambiar en la mente y actitud de los clientes.

El servicio que ofrecemos deberá ser una fuente de progreso y crecimiento, no de supervivencia, aunque con el tiempo así será.

Con estos antecedentes hemos elaborado un diagnóstico con la respectiva propuesta de negocio para superar estas y otras barreras que se nos presenten.

3.2.- Contexto

Consumerización de las TIC

50%

de los dispositivos de empresa serán Smart Phones para 2014
(Fuente:Microsoft)

La lógica de los sistemas tecnológicos tradicionales y sus consecuencias

Tradicionalmente cuando un negocio requería un sistema para poder mejorar la competitividad del mismo, debía pedir a una persona o empresa que le haga un desarrollo adaptado a sus necesidades, pero esto generaba un problema de fondo.

Hacer un plan de negocio es mucho más rápido que obtener el sistema que lo soporte y peor aún la infraestructura necesaria para operar el sistema.

Consecuencias:

- Costes Altos
- Percepción de Inflexibilidad
- Servicio Insuficiente
- Insatisfacción de usuario final

Tendencias mundiales: El ritmo de evolución es impresionante

"La gente se mueve más despacio de lo que se mueve la Tecnología. En pocos años todos los datos estarán más accesibles y cercanos"

Steve Ballmer, CEO Microsoft,
Foro España Innova de la Nueva Economía, Madrid 8 de octubre de 2010

Aterrizando este contexto mundial a Ecuador...

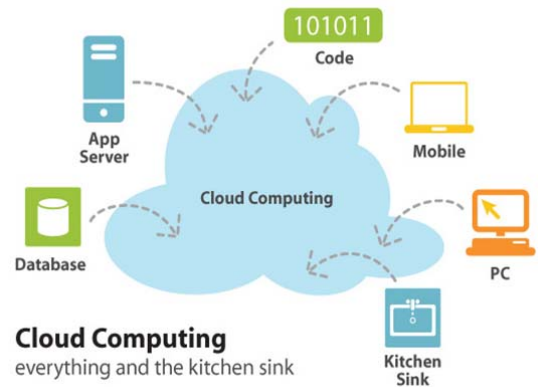
En países con menor desarrollo tecnológico, las soluciones en la nube son una alternativa muy razonable para acortar las brechas.

SOLUCIONES ACCESIBLES

Hasta no hace mucho el tener sistemas informáticos de última generación era un privilegio que pocas empresas tenían. Ahora el concepto de "Cloud" permite masificar el acceso

SOLUCIONES FLEXIBLES

Ya no es necesario comprar todo un sistema e infraestructura asociada para que lo utilice un solo negocio. Ahora la clave es compartir



Visión Cloud Computing: *¡Todo en la Nube de Internet, hasta el lavaplatos de la cocina!!!* (Bitcurrent)

Todo el contenido es guardado y procesado en algún lugar (seguro se sobreentiende)

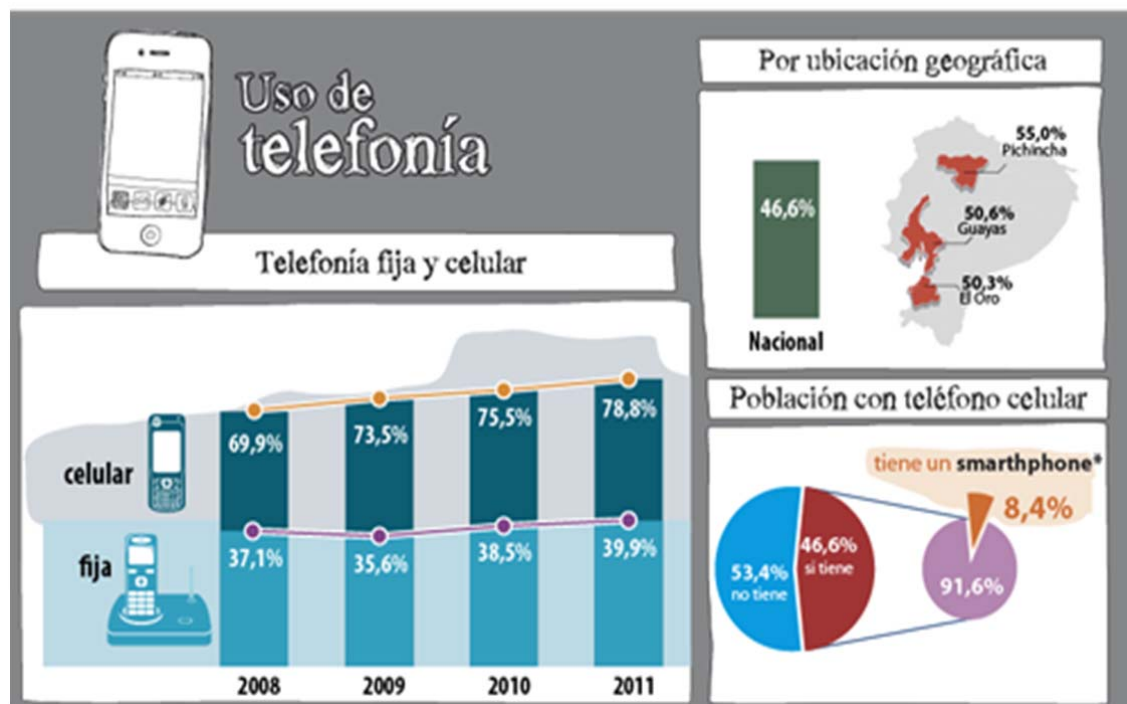
El usuario accede desde el lugar que quiere con el dispositivo que quiere.

SOLUCIONES DE CALIDAD

Es difícil imaginar que un pequeño comercio pueda tener un sistema de administración de inventarios y facturación de última generación al igual al de una cadena de Supermercados
Con Cloud Computing, se puede lograr este desafío

Celulares: La Punta de Lanza

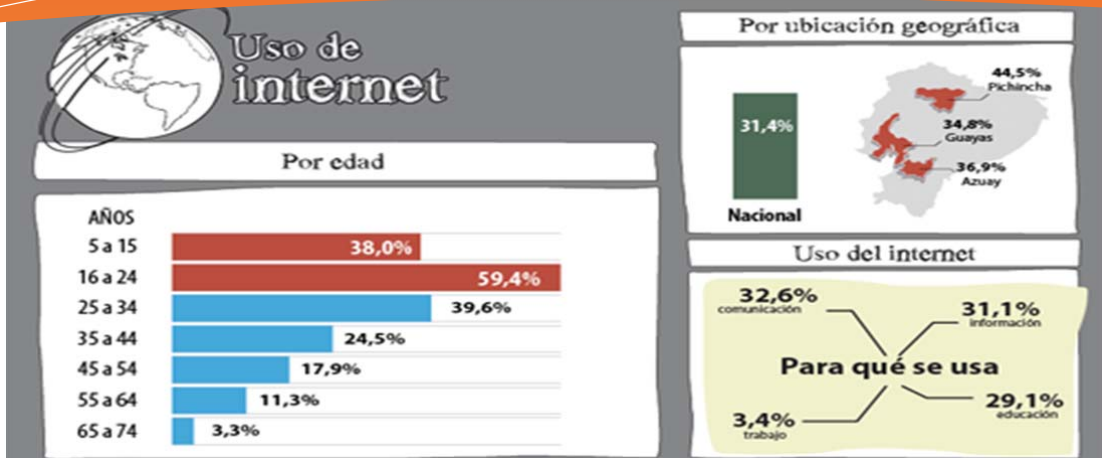
En abril de 2012 Latinoamérica tendrá tantas líneas celulares como habitantes en la región (568 millones) En Ecuador según el último censo del INEC, hay 80% de líneas en relación a la población total. Y se confirma otra realidad regional. El 80% de la base de clientes utilizan el sistema de prepago, lo que nos lleva a concluir según esta información, que aún en los segmentos de clientes de bajos recursos, la tecnología celular es usada.



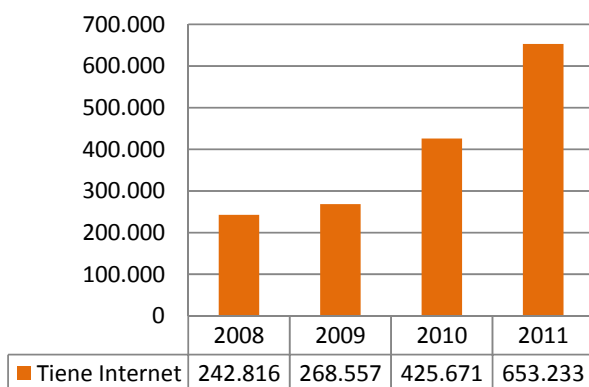
Sin embargo la información permite también corroborar otro dato común en la región. Aunque el número de líneas iguala la población, no todas las personas tienen celular. En Ecuador la mitad de la población aún no posee el artefacto como tal, sin embargo hay que considerar el tamaño de la población infantil y que muchas personas cuentan con dos o más líneas y teléfonos. Otro dato importante de considerar es el crecimiento de smartphones debido a que allá se están dirigiendo las preferencias del consumidor.

INTERNET

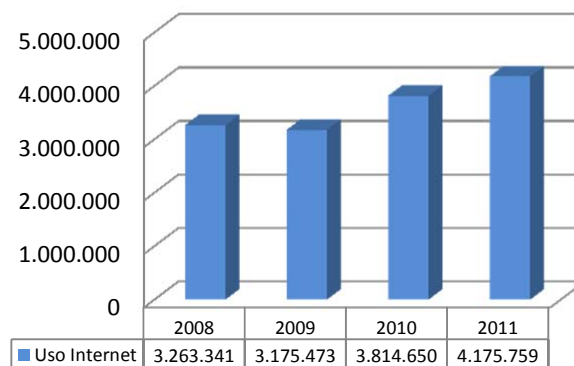
En Ecuador el número de usuarios de Internet continúa creciendo. A nivel nacional la penetración de Internet según el censo del INEC está en un 34% y el mayor uso tiene como objeto 3 variables equiparadas: Información, Comunicación y Educación. En una proporción pequeña consta el "Trabajo" con 3,4% nos da cuenta de que aún es escaso el uso de Internet para fines productivos como tal. El otro dato importante es ver que las nuevas generaciones vienen ligadas al uso de Internet.



Población con Internet



Población que usa Internet

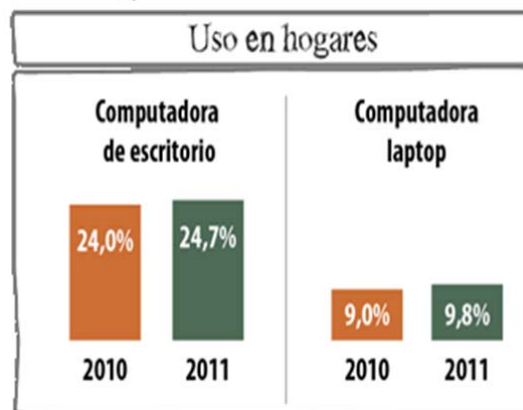


PC'S Y PORTÁTILES

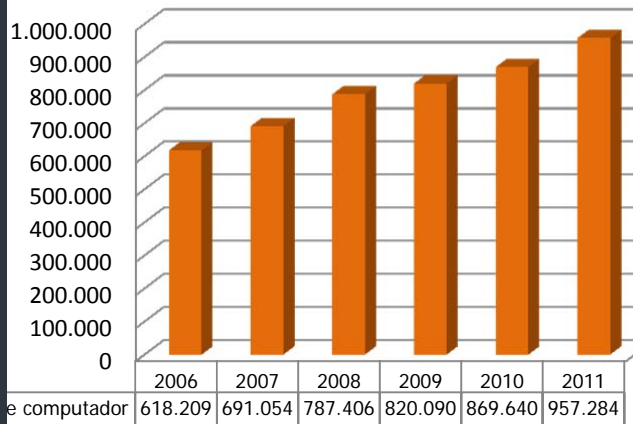
El uso de PC'S y Portátiles a diferencia del Internet que desde 2008 crece 7 puntos de participación, pasando de 3.2 millones de usuarios a 4.1 millones, tiene una tendencia decreciente, pasando de 5.2 millones de usuarios en el año 2008 a 4.8 millones en el 2011. Lo que se puede derivar como razonamiento es que los celulares están cada vez ofreciendo más servicios y están sustituyendo el uso de la computadora. Si bien se presenta un crecimiento en el número de computadores, la disminución de su uso revela una tendencia en el comportamiento de los consumidores, con una migración hacia nuevos dispositivos con aplicaciones multimedia como son los smartphones y tablets.

Esto concuerda con la predicción de Microsoft respecto a que gran parte de los equipos que se usarán para trabajar serán smartphones en el 2014

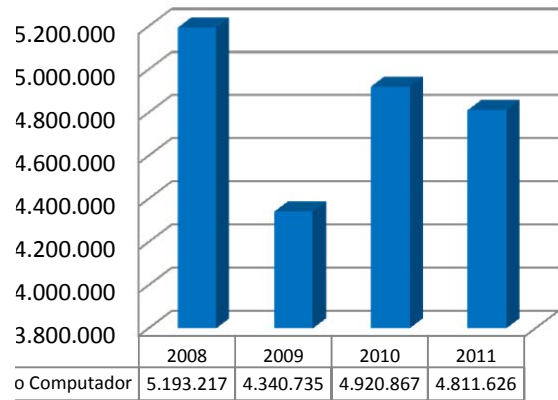
Uso de computadoras



Población con computador



Población que usa computador



Fuente: Gráficos e información relacionada a Celulares, Internet y Computadores: INEC, Encuesta Nacional Acceso TIC año 2011

CLOUD COMPUTING EN ECUADOR

La nube representa un gran cambio de paradigma en cuanto a la manera en que los recursos de computación se implementan, de modo que no es sorprendente que los profesionales de TI se preocupen y evalúen a esta nueva tendencia como una amenaza la forma que hasta ahora han estado acostumbrados a trabajar.

Cloud Computing como tal, en nuestro país no tiene un marco legal específico, en su lugar se apega a las regulaciones dentro de la Ley de Comercio Electrónico y ley de Telecomunicaciones así como también a las leyes que se acoge cualquier otro negocio dentro de nuestro país.

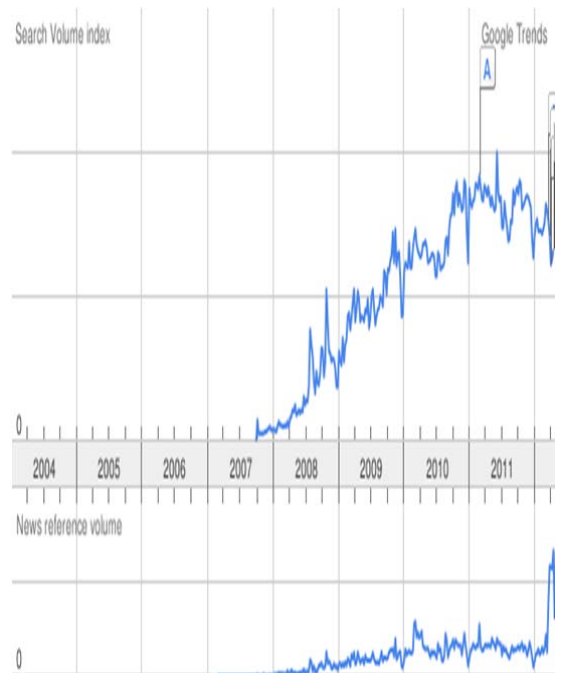
Lo que si existe, es una serie de buenas prácticas para los sistemas de cloud-computing como podemos mencionar PCI-DSS, ISO 27001, las mismas que se enfocan en garantizar las disponibilidad, confidencialidad e integridad de los sistemas e infraestructura.

El modelo de Cloud Computing se materializa a través de infraestructura tecnológica operando en Datacenters con niveles de disponibilidad de servicios superiores al 99,98%.

CLOUD COMPUTING EN EL MUNDO

(La escala se basa en el promedio de tráfico mundial de Cloud Computing en todos los años)

Fuente: Google Trends



En nuestro país los proveedores de Servicios de Nube son: Telconet y Global Crossing. En la actualidad en el país ya tenemos empresas operando bajo este modelo, impulsadas principalmente por la necesidad de un rápido crecimiento y continuidad del negocio. Podemos mencionar a: Todos los portales de diarios, Empresas financieras, entre otras que ya asimilaron sus ventajas. (Fuente: TELCONET)



El Gobierno y la autoridad tributaria SRI

Hay una realidad del contexto que va determinar el futuro de la relación de empresas y personas con la Autoridad Tributaria (SRI) y como consecuencia de ello el uso de TIC's (Tecnologías de Información y Comunicación)

La presión para que los pequeños negocios se formalicen se incrementará gradualmente y llegará a eventualmente a cualquier negocio que ofrezca un bien o servicio.

La tecnología será uno de los medios de los que se servirá el Gobierno para poder tener información de una manera más confiable y rápida. Si los Sistemas en la Nube por concepto son accesibles, probablemente sean en un futuro una posible exigencia para



"Por no tener un sistema informático autorizado"

3.3.- Compañía.- Syscloud S.A.

Propósito

Ser la solución tecnológica con plataforma en Nube más rápida, segura y eficiente del mercado.

Misión

La innovación, las propuestas y las soluciones informáticas en la Nube. Nuestra responsabilidad, servicio y compromiso de seguridad para con los clientes, en la Tierra.

Valores Fundamentales

Transparencia
Honestidad
Respeto

Cultura

En Syscloud nos agrada la gente amable, que guste de los desafíos, y que vean su trabajo como una aventura diferente cada día. Acá no nos importa la jerarquía, como sí, la calidad humana de cada colaborador. Valoramos la inteligencia, la innovación y el esfuerzo de capacitación permanente como las competencias que nos permitirán prosperar. Respetamos y no discriminamos a nadie por su raza, color ni condición social. Es una empresa de puertas abiertas que acepta la informalidad y la libertad de opinión. Reconocemos a todos por su esfuerzo, sus méritos, su recto pensar y actuar.

Logo



Un portafolio simple con infinidad de soluciones

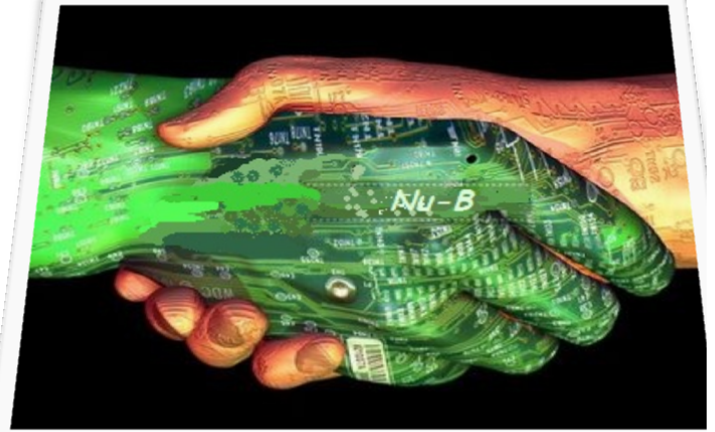
Syscloud es una compañía pionera en el sector de Tecnología, que basa su propuesta de valor en el nuevo concepto de Cloud Computing, y que ofrece una plataforma de servicios dirigida a atender las necesidades de pequeños y medianos negocios. Creada en el año 2012, Syscloud es la empresa líder en ofrecer soluciones con plataforma en Nube. Su calidad, flexibilidad y rapidez ha sido valorada por sus clientes y su personal ha sido reconocido en la industria por su talento y capacidad de innovación.

Enfocada desde su inicio en el mercado de farmacias independientes y minimercados, Syscloud ha desarrollado el sistema de gestión integral más completo para cubrir las necesidades de este tipo de clientes. Cuenta con un **portafolio de 3 alternativas** según sus necesidades.

1

Nu-B Fácil

Por una mensualidad de \$99,00 acceda a un potente sistema capaz de relacionar al instante todas sus ventas con sus inventarios. Despreocúpese de calcular pedidos y perder tiempo pensando qué productos y en qué cantidad debe solicitar a su proveedor. Ahora tendrá más tiempo para vender y ganar más



2

NU-B-Plus

Para quienes necesitan algo más que un sistema integral y potente, pueden tener en Nu-B Plus, la alternativa de servicio más completa para sus necesidades. Por una mensualidad de \$150,00 acceda a un servicio ilimitado de asistencia por el tiempo que dure el contrato.

3

NU-B Total

Es un producto hecho a la medida y dependiendo sus necesidades podrá contar con todo el respaldo y servicio que nuestra empresa puede ofrecerle. Desde su sistema contable hasta su sistema de Inventarios, con Nu-B Total tendrá todo lo que imaginó y más.

3.4.- Clientes

Minimarkets y Farmacias

Mercado Objetivo: En este caso particular el Clientes es al mismo tiempo el Consumidor Final. La empresa ha tomado la decisión de enfocarse en una primera fase al mercado de Farmacias independientes y Minimercados del país.

La razón fundamental y soportada por los diferentes estudios de investigación realizados es que se trata de un mercado desatendido y subatendido en la mayoría de los casos.

A continuación explicaremos el sustento de nuestro enfoque



clasipar.com

Mercado objetivo

En el Ecuador según el último censo del INEC del año 2011 existen 135.000 micronegocios. En un estudio realizado en el año 2007 por IPSA Group en 62 ciudades del país se determinó que existían aproximadamente 125 mil micronegocios, donde dominaba el modelo de tiendas. Aquí un resumen detallado por tipología.

% Número de locales por tipología:

Tiendas; 36%

Kioscos; 3%

Abarrotes; 3%

Farmacias; 5%

Panadería; 5%

Bazares; 5%

On Premisse; 17%

V.B.V; 15%

Pto. De golosinas; 1%

Salones de belleza; 6%

Licoreras; 3%

Minimarkets; 1%

Fuente: IPSA Group Latin America. Ecuador Overview 2007

Oportunidad

Los micronegocios son una rama de las PYMES que por su tamaño han sido desatendidos o subatendidos en cuanto a servicios tecnológicos. Se constituyen en un mercado que bien entendido, puede ser una fuente de negocios creciente e importante.

1078/1078 Minimarkets, 1199/5000 Farmacias

Todos los 1078 Minimarkets del país se constituyen en un mercado objetivo sin excepciones, puesto que tienen una facturación mensual promedio de **40.000 USD** por local, En el caso de las Farmacias, hemos decidido dirigirnos a **1199 Farmacias** que representan el 20% del número pero que significan el **56%** de las Ventas de todo el conjunto y cuya facturación promedio mensual se encuentra alrededor de **20.000USD** por local. Ahora bien, de este total de 2277 clientes, buscamos obtener un **10% de cuota de mercado (200-228 clientes) para que el negocio sea sostenible.**



Investigamos a 140 clientes potenciales para tratar de conocer sus necesidades. **(Anexo 1)**

A través de encuestas, entrevistas personalizadas, e investigación personal in situ, esto fue lo que pudimos determinar como aspectos claves a considerar:

VENDER Y GANAR MÁS:

Si hay algo en común que los clientes quieren y necesitan es Vender y Ganar Más.

Nuestra propuesta afirma que lo podrían lograr si se acercan a los beneficios de la Tecnología.



Para que el cliente pueda vender más nuestra propuesta se centra en que el tiempo que hoy se dedica a controlar inventarios, sacar cuentas y hacer pedidos, será ahora aprovechado para satisfacer mejor la demanda y como consecuencia **mejorar la atención al cliente y las ventas.**

PAGAR MENOS O NO PAGAR

Si una propuesta tecnológica asegura una mayor productividad en cuanto a ingresos, aún si el costo/beneficio se garantiza, los clientes maximizan el costo y minimizan los resultados ofrecidos



El solo hecho de tener un control de inventarios integrado a las ventas en línea, permitirá un mejor uso del capital de trabajo, pedidos a los proveedores más exactos y como consecuencia una mayor rentabilidad derivada de menos pérdidas por bajas, por mercadería obsoleta y por baja rotación. **El sistema se paga desde el primer mes.**

FACILIDAD Y SERVICIO

La solución tecnológica que se ofrezca debe ser sencilla, amigable, fácil en extremo de usar y muy fiable. Lo último sobre todo porque los servicios asociados a los fallos técnicos o de entendimiento son onerosos y además porque así sea un gran servicio, siempre es mejor que el cliente no lo necesite.



La aplicación es muy simple. Hacer una venta es muy fácil. Con las primeras letras del producto marca o código, se escoge el producto, se digita la cantidad solicitada, y el valor a pagar sale automáticamente.

Al mismo tiempo se está debitando del inventario el producto vendido, se está calculando la rotación y rentabilidad para sugerir una reposición inteligente. Si algo no funciona puede llamar al **1800-NUBEYA** y obtener una respuesta rápida y eficiente.

Consideraciones para la Propuesta de Valor

Si tomamos en cuenta las necesidades que nos manifestaron los clientes, más las que intuimos existen, y las contraponemos con lo que podemos ofrecer como solución, nos queda claro que la oferta debe enfocarse en: Ventas, Ahorro de Tiempo y Gastos, Facilidad de uso y Acceso desde cualquier punto que tenga Internet.

Si bien el sistema puede cubrir mucho más aspectos como Contabilidad, manejo inteligente de inventarios, facilidad para reportar a la Autoridad Tributaria, capacidad de interconectarse con otros negocios para hacer pedidos conjuntos y lograr eficiencia en costos, estas son características que se deberán reforzar en una segunda etapa de comunicación, pues al inicio el objetivo principal es posicionar la marca de manera que sea asociada a los atributos claves definidos.

Al fin y al cabo, el objetivo del cliente y que debe conectar con la propuesta de valor es: **Maximizar sus utilidades**, gestionando los lineales de las categorías con la información que el sistema obtenga del consumidor + criterios de rentabilidad para según esto conocer cuánto se gana por producto y así establecer su espacio en percha y preferencia en la exhibición. Algo que hoy en día se realiza por intuición.

¿Cómo vamos a llegar a los clientes?

- Si bien el plan de Marketing detallará toda la estrategia de captación, mantenimiento y crecimiento de la cartera de clientes podemos adelantar que el canal de llegada será la VENTA DIRECTA, a través de asesores especializados y entrenados en ofrecer soluciones tecnológicas.
- Estimamos que con 2 Asesores podemos llegar en un año y medio a cubrir el número de clientes necesario para que el negocio tenga sostenibilidad en el tiempo. Después de esta primera etapa, esperamos mantener la cartera de clientes base (200 clientes) y tener un crecimiento interanual de 15% en los próximos 5 años.
- El otro canal que estará disponible para consulta y posible venta es la página web.

POSVENTA

La naturaleza del servicio ofrecido requiere mucho soporte de pos-venta y servicio. Es quizás el área donde más se puede reforzar la ventaja competitiva de la empresa, así como también perder la misma. Por eso será fundamental contar con una estrategia de servicio muy eficiente, proactiva y diferencial.

Si logramos solucionar a satisfacción todos los problemas que los clientes nos comuniquen en los 3 primeros meses del uso del servicio, podríamos afirmar que hay un 80% de probabilidades de que el cliente se quede con nuestro servicio por un plazo de tiempo mayor.

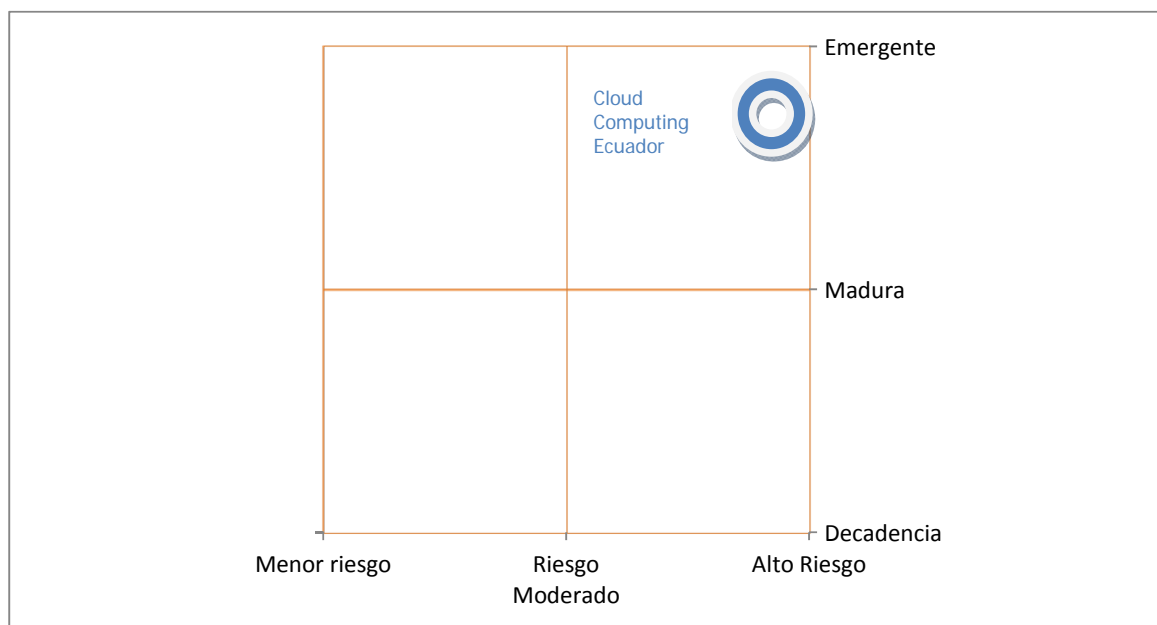
3.5.- Competidores



Como competidor directo tenemos a la empresa Proveedatos con su ERP PAC Nube, que ya es un software listo bajo el esquema de la nube, pero atacando a otros sectores. También tenemos el software Neptuno, el Orex y el Soft de Farmaenlace perteneciente a las grandes redes farmacéuticas que controlan el mercado y de las cuales nuestro segmento objetivo no ha querido formar parte. En términos prácticos cualquier empresa de software con soluciones tipo ERP podrían convertirse con en competidores o continuar como productos sustitutos. Según la Aesoft hay 100 compañías de este tipo.

Ante esta última aseveración también es cierto que ninguno tiene un esquema de oferta y precios para nuestro mercado objetivo. En nuestro país, los proveedores de infraestructura necesaria para montar un esquema de Cloud, son: Telconet y Grobal Crossings. Ambas empresas son también proveedores de servicios de telecomunicaciones; por cobertura de la red y por contar con un Datacenter de mayor nivel, nuestra elección sería Telconet, que a su vez tiene infraestructura y acuerdos comerciales con los fabricantes mundiales reconocidos como: HP, IBM, Vmware, Cisco, entre otros.

Análisis de la Industria



Los sistemas en la nube se constituyen en una Industria/Servicio emergente: Llena de oportunidades y significativos riesgos

AESOFT

La Asociación Ecuatoriana de software tiene alrededor de 100 empresas vinculadas que ofertan software y que en su mayoría son pequeñas. Hay pocas empresas grandes que exportan software a nivel internacional, como es el caso de Cobiscorp, antes reconocida como MACOSA y que fue una de las empresas pioneras en ofrecer soluciones informáticas de alta calidad y complejidad en Ecuador.

Perspectivas de la Industria

Estimar cuál será el nivel de ventas y utilidad de esta industria durante la próxima década es muy difícil, pero lo que sí podríamos afirmar es que tendrá un crecimiento exponencial. Las plataformas tecnológicas en la nube que entre otros beneficios, permitirán el acceso a una gran cantidad de negocios que antes por costos no podían, a sistemas tecnológicos de alta complejidad en su estructura pero alta simpleza en cuanto a concepto y uso, revolucionarán la forma de hacer negocios en el mundo.

En esta etapa de crecimiento habrá muchos jugadores y no todos podrán lograr sostenibilidad. Para que esto sea posible es necesario contar con una estrategia clara, una ventaja competitiva sustentable y un equipo humano de alta capacidad innovadora.

Características claves de la Industria

Personal calificado e incentivos salariales

Existe una cantera de talentos creciente en este tipo de industria y no se ve una carencia en el corto plazo y en el ámbito salarial ganan un promedio por hora superior al de la mayoría de carreras profesionales, incluso cuando están recién graduados y buscan experiencia que les pueda servir en su carrera profesional

Réplica del modelo de negocio

Si bien cualquier grupo de personas con conocimientos tecnológicos y comerciales puede generar propuestas de negocio similares, este es un tema de oportunidad. El que sea pionero y lo haga bien prosperará. El resto tendrá menos espacio.

Regulaciones Gubernamentales

En este caso las regulaciones favorecen la industria porque promueven la formalización de los negocios y eso implica automatización y sistematización de los mismos.

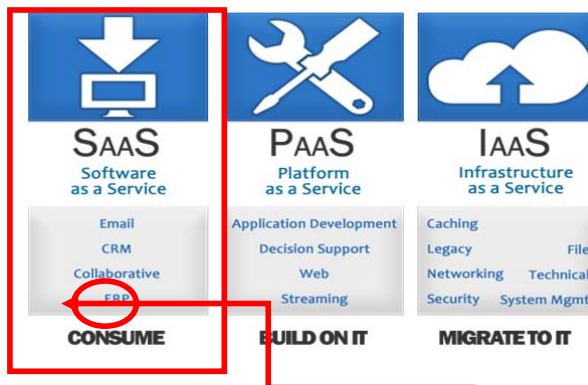
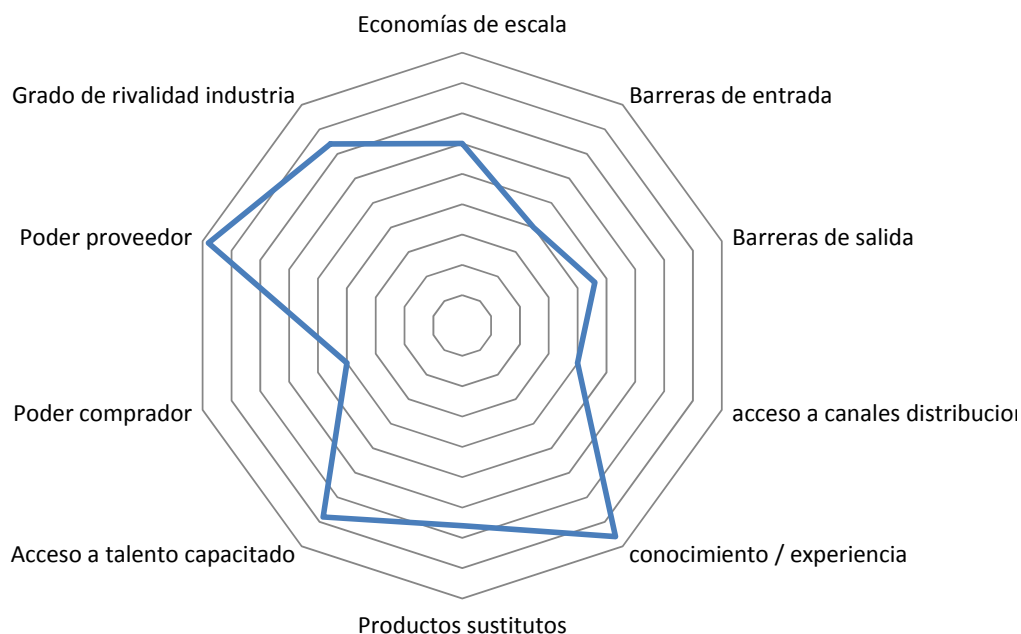
Datos de la Industria

La oferta de sistemas en la nube en Ecuador es tan nueva que no se podrían estimar aún cifras de facturación, sin embargo existen ya unas empresas que ofrecen aplicaciones con plataforma en la nube y que son los referentes de la nueva industria.

Es importante tomar en cuenta que las ventas de software en Ecuador alcanzan los 300 millones de dólares al año y emplean a un aproximado de 3500 personas según la AESOFT.

Hasta hace poco la industria tenía una forma de operar distinta. Se vendía un paquete de software por un valor inicial al cliente y luego en caso de requerir algún ajuste o arreglo se acordaba el valor del mismo. No ha sido común tener un sistema de cobro mensual porque normalmente el cliente se hacía propietario del software y debía invertir en los equipos para instalarlo.

Una de las pocas empresas ofertantes de servicios en la nube es Provedatos, que brinda soluciones de Software desde 1983 y que últimamente está movilizándolo su oferta hacia la Nube. La mayoría de sus clientes son medianas empresas que han tenido la capacidad de invertir en equipos y sistemas adecuados exclusivamente a sus necesidades. Su oferta en el mejor de los casos es de una implementación mínima en 2 meses y lo normal es que sea en 6 meses.



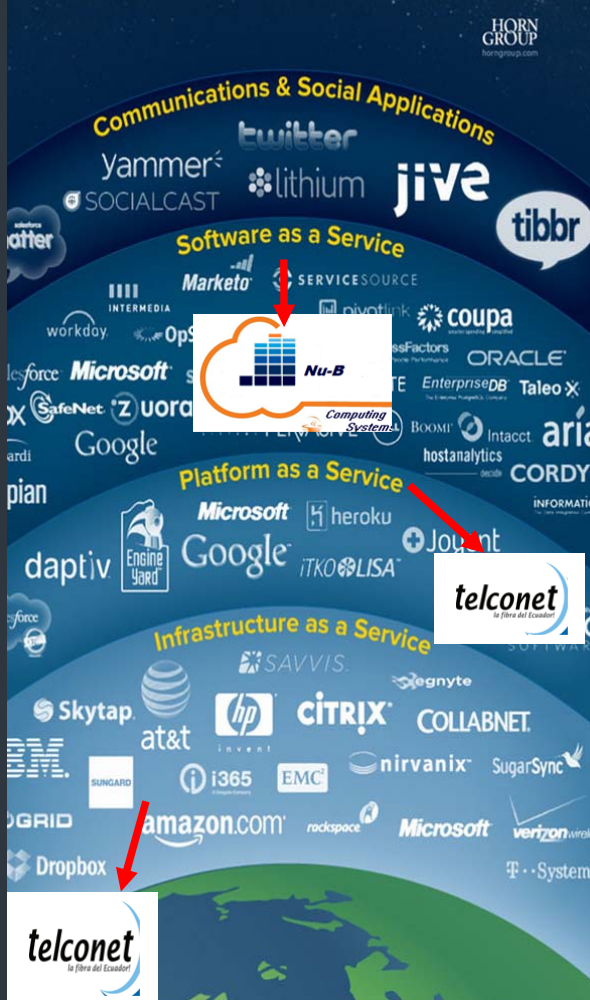
Análisis de la Industria "Software as a Service" "Software como Servicio"

Bajas barreras de entrada, bajas barreras de salida, muchos sustitutos del tipo tradicional, poder de comprador bajo, poder de proveedor altísimo porque si no se cuenta con el servicio de almacenamiento y la conectividad de Internet se destruye el negocio como tal, economía de escala no básica en esta etapa de nacimiento de la industria y rivalidad intermedia. No son los mejores factores para entrar en una industria, sin embargo es justamente el tema de economía de escala el que podría ser determinante en el futuro y el concepto de Cloud Computing podría permitir a los pioneros tomar una posición de ventaja competitiva en este factor.

El acceso masivo a servicios tecnológicos podría cambiar la estructura de la industria tal como hoy la podemos ver en el gráfico.

El mercado de todas las empresas que deben por ley llevar contabilidad está de una u otra manera atendido por una fragmentada y amplia oferta.

...range from communications and social applications to deployment platforms that form backbone of a company's infrastructure. As new offerings emerge, customers, marketers and the industry at large may each have a different view of the strata. Here is one take on where the major players fit into the shifting cloud atmosphere.



Sin embargo, el mercado de detallistas (panaderías, minimarkets, tiendas y farmacias independientes) está aún subatendido y no atendido puesto que los reglamentos tributarios son menos rígidos con este tipo de negocios, lo que seguramente en poco tiempo va cambiar.

El valor agregado y mayor ventaja competitiva que hoy ofrece la industria está relacionada con las exigencias de las autoridades de control y específicamente con el SRI, que ha impulsado el desarrollo de sistemas que permitan a sus contribuyentes llevar un control de sus operaciones. Son pocas las empresas que han visto en el software una herramienta para la toma de decisiones y es por eso que se presenta una oportunidad importante para ser considerada.

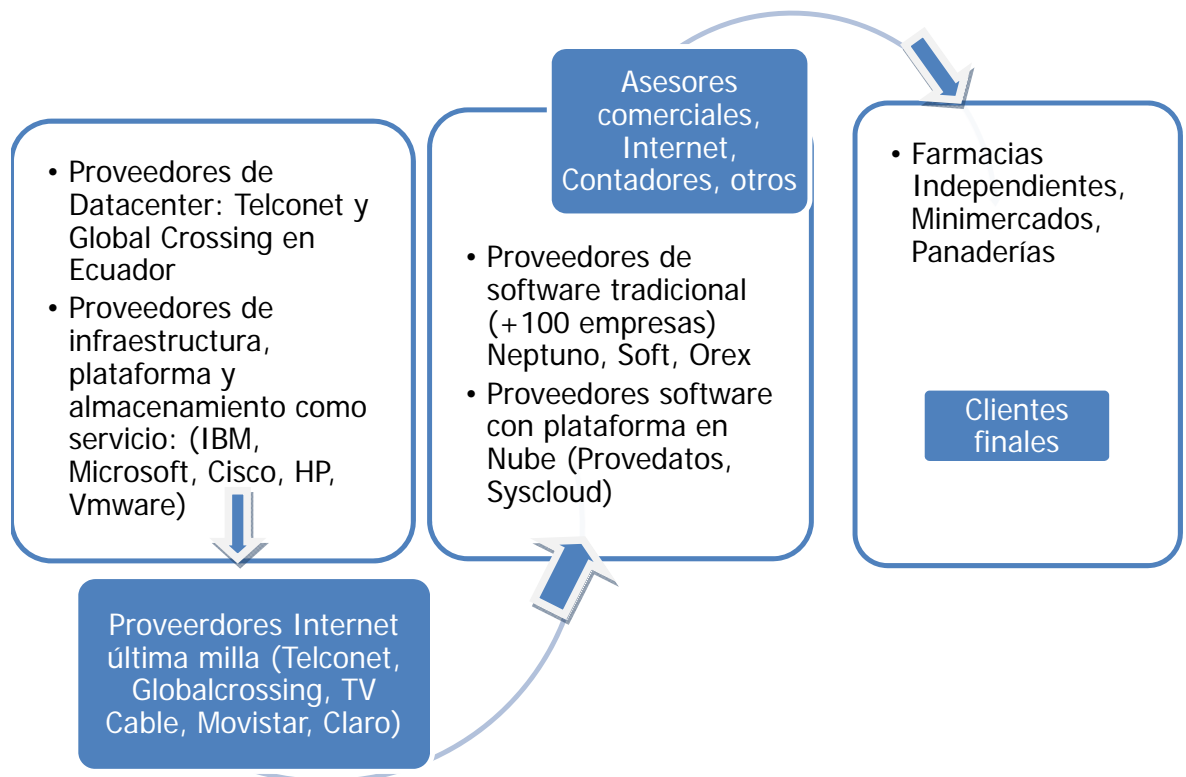
La promoción y publicidad de esta industria no usa medios masivos como televisión y radio. Probablemente se inclina más por pequeños anuncios en prensa, revistas, folletos, últimamente a través de Internet y también venta directa hacia los clientes objetivos. Otro de los grandes canales de venta e influencia son los contadores, quienes sugieren a la empresa el sistema que les parece más apropiado.

Al tratarse de una industria emergente con bajas barreras de entrada existe una cantidad alta de empresas nuevas y muchas más que se están formando cada día. La mayoría se han enfocado en vender programas contables y de facturación.

Una vez que se ha contratado un sistema, si funciona como se esperaba, el nivel de lealtad es alto pues el cambio de sistema es un proceso bastante complejo y desgastante para los que participan en el mismo. La reputación de esta industria en Ecuador es buena y de hecho hace una década incluso fue reconocida internacionalmente como una industria de alto potencial a nivel latinoamericano. Actualmente no se encuentra en su mejor momento pero no ha dejado de crecer a tasas elevadas durante los últimos 5 años.

En nuestra investigación no se reconoció un líder dominante en el sector ni una marca reconocida como referente. Existen algunos nombres de programas contables famosos como T-MAX y Mónica, que aún se recuerdan en el medio pero no hay un nombre de empresa que tenga un reconocimiento apreciable. Destaca el reconocimiento del software Neptuno de Difare en el mercado farmacéutico con un alto porcentaje.

Cadena de valor Industria "Cloud Computing"



3.6.- Colaboradores

Proveedores:

En el tipo de servicio que vamos a ofrecer, la relación con el proveedor es crítica y como analizamos en el capítulo anterior, el poder que tienen es muy alto, puesto que solo hay dos y las barreras de entrada para el sector que operan son enormes. En Ecuador muy pocos proveedores pueden proporcionar el servicio. Por ahora son solo Telconet y Globalcrossing a nivel local. Entre los más importantes a nivel mundial están Amazon, AT&T, IBM, Microsoft.

El servicio consiste esencialmente de proveer un arriendo de infraestructura que va servir como centro de procesamiento y almacenamiento de información. Adicionalmente y en este caso hemos decidido establecer una alianza con Telconet porque además de proporcionar el alquiler de la nube, ofrece el servicio de Internet de última milla a los clientes finales y que es fundamental para el desarrollo del negocio.

En internet existen más opciones entre las que se destacan: TV Cable, Fast Boy, Claro, Movistar, Interactive, entre los principales.

Definitivamente cambiar de proveedor en este caso particular no es nada fácil y de hecho se constituye en uno de los riesgos más importantes del proyecto, pues la disponibilidad del servicio en línea y la comunicación estable y constante son factores críticos de éxito.

Canales:

Vendedores Directos:

Esta industria se caracteriza por tener una cadena de valor corta, puesto que se encuentra en una etapa de inicio, en la que la empresa proveedora del servicio trata directamente con su cliente final a través de un asesor comercial o de servicio.

Es probable que a medida que la industria crezca en relevancia se realicen alianzas estratégicas que permitan usar canales de llegada diferentes, sin embargo eso no se ve factible en el corto plazo puesto que el cliente final debe pasar por una etapa de concientización y valoración del nuevo servicio que exige mucho tiempo, dedicación y servicio personalizado.

Esta es la razón por la cual no hemos contemplado una estrategia de cobertura masiva, sino selectiva y gradual, puesto que los asesores comerciales y de servicio no podrán atender más de una base determinada de clientes.

Se ha estimado que para abarcar el mercado objetivo se requieren de 2 asesores comerciales tiempo completo, cuya meta será conseguir y mantener una cartera máxima de 120 clientes.

Adicional también se ha considerado tener 2 Asesores de Servicio Técnico para dar soporte a los mismos clientes.

Venta Indirecta y/o Alianzas:

En un futuro se podrían pensar en vendedores externos o alianzas con empresas de consumo masivo interesadas en ofrecer el software de servicio como un medio para disminuir el número de visitas y automatizar la forma en la que actualmente toman los pedidos.

Aquí estaríamos abriendo un canal totalmente distinto y como tal sería diseñada una estrategia que pueda gestionar, controlar e incentivar este canal.

En la primera fase los incentivos al canal se constituirán en los salarios variables de los empleados contratados y que tendrán como principales indicadores los objetivos buscados.

Internet como canal

Un servicio con plataforma en Internet y que promociona Cloud Computing debe hacer de este medio uno de sus canales principales a futuro.

En un inicio es difícil que este se constituya en una fuente importante de negocios debido a que al ser un servicio nuevo e innovador, va ser poco buscado.

Sin embargo debemos ser conscientes de que habrá interesados que buscarán alternativas de software en internet. Probablemente no piensen en el concepto de Cloud pero sí en su necesidad. Por esto se debe diseñar una estrategia clara y agresiva de posicionamiento en la red. "Debemos ser la alternativa de software en la Nube más rápida y eficiente del mercado" y para ello debemos adquirir los espacios que nos permitan tener ese reconocimiento. Cuando un interesado digite la palabra software, cloud, nube, sistema de cómputo, debemos ser capaces de ubicarnos entre las primeras opciones cuando el buscador arroje los resultados relacionados a Ecuador.



3.7.- Plan de Marketing

- a) Portafolio de Servicios
- b) Estrategia de Precios
- c) Canales, Plan de Ventas
- d) Comunicación y Promoción
- e) Resumen Propuesta Valor

a) Portafolio de Servicios: 3 alternativas de portafolio adaptadas a las diferentes necesidades de los clientes

NU-B FÁCIL	NU-B PLUS	NU-B TOTAL
Infraestructura almacenamiento de datos y transacciones	Infraestructura almacenamiento de datos y transacciones	Infraestructura almacenamiento de datos y transacciones
Inventarios al instante	Inventarios al instante	Inventarios al instante
Facturación en línea	Facturación en línea	Facturación en línea
Incluye 1 visita de soporte mensual	Servicio ilimitado de asistencia por tiempo de contrato	Servicio ilimitado de asistencia por tiempo de contrato
		Personalización de servicios adicionales solicitados por cliente
Actualización constante de software	Actualización constante de software	Actualización constante de software

¿Por qué este portafolio?

La investigación de mercado llevada a cabo nos llevó a construir la propuesta de portafolio planteada.



Los clientes prácticamente no mencionaron el tema de la seguridad informática como un factor crítico relevante para la decisión de adquirir un software, tampoco se mencionó el tema de almacenamiento.

Sabemos que ambos temas son críticos y que de hecho son considerados en otros países, en el caso de la seguridad, como el mayor limitante al crecimiento de Cloud Computing en nuestro grupo objetivo no lo fueron.

Los clientes mencionan y se identifican más con temas relacionados con su giro de negocio.

Facturación, ventas, inventarios, facilidad de uso, ahorro, costo/beneficio.

Aunque conocemos que el servicio pos-venta es un factor crítico de éxito, en primera instancia el cliente no lo reconoce,

sin embargo siempre mencionan el hecho de que no les agradaría en lo absoluto que les vendan un servicio y luego nadie les de soporte y explique el funcionamiento o solucione algún daño. Las pocas experiencias señalan el abandono del proveedor como un factor negativo en las ofertas de software.

¿Cuánto está dispuesto a pagar el cliente?



- ✚ Por algo nuevo y desconocido el cliente en un inicio muestra una enorme resistencia al pago.
- ✚ La forma de presentar la relación costo/beneficio será crucial para que la estrategia de precios tenga aceptación
- ✚ A mayor volumen de operación y facturación mayores probabilidades de aceptar la forma de pago
- ✚ Existe una preferencia marcada por un pago único, por lo que se deberá trabajar en la comunicación de beneficios de hacerlo mensualmente. El concepto de alquiler no es bien visto.
- ✚ El segmento de competidores tradicionales está acostumbrado a cobrar un solo valor de entrada y facturan por servicio de pos-venta en base al número de visitas y tiempo dedicado.
- ✚ El único competidor actual que ofrece servicio en la nube también cobra por el proyecto en base al tiempo y complejidad de cada sistema diseñado a la medida del cliente.
- ✚ No hay costumbre en la industria de hacer un cobro mensual y peor aún bajo la figura de arriendo de servicio.



La oferta debe resaltar el éxito de otros clientes y convencer al nuevo cliente de que lo vea por sí mismo.



b) Precios /Promociones

NU-B FÁCIL	NU-B PLUS	NU-B TOTAL
Desde \$99 / mes	Desde \$150/ mes	Desde \$200/mes
*Promoción: Hasta 1 mes de prueba gratis	*Promoción: Hasta 1 mes de prueba gratis	*Promoción: Hasta 1 mes de prueba gratis

*Solo si hiciese falta después de que toda la estrategia comercial no logre su objetivo de cierre



Perfil de cliente Nu-B Fácil Farmacia, minimercado pequeño o panadería que facture entre 10.000 y 20.000 dólares al mes. Normalmente los dueños atienden el negocio y realizan los pedidos.



Perfil de cliente Nu-B Plus
Farmacia, minimercado o panadería mediana que facture entre 20.000 y 40.000 dólares al mes. Tienen entre uno y dos empleados. Puede que tengan una caja registradora. Dueños deciden sobre pedidos y pagos



Perfil de cliente Nu-B Total
Farmacia o minimercado grande que factura más de 40.000 dólares al mes. Tienen más de dos empleados y cajas registradoras. Tienen código de barras Aunque son responsables de pedidos y pagos también delegan parte de esta función a colaboradores de confianza

c) Canales, Plan de Ventas

Básicamente utilizaremos dos canales de venta. Venta Directa e Internet. Del segundo nos ocuparemos en el plan de comunicación.

Para el primer caso hemos pensado que con la contratación de 2 vendedores podremos en un tiempo razonable (10-18 meses) alcanzar el objetivo planteado de 200 clientes.

Para eso hemos considerado que con una capacitación adecuada e intensiva podremos empezar a ofrecer el servicio a los clientes.

Debido a que la información de puntos de venta es accesible tanto en direcciones como incluso tipología, éste sería el principal insumo y herramienta para planificar el trabajo de los vendedores.

Se dividiría el territorio potencial objetivo según prioridades. El territorio que hemos decidido atender inicialmente corresponde en orden de importancia a las provincias de El Oro, Loja, Guayas, Santa Elena, Los Ríos, Azuay y Manabí.

A continuación se podrá observar un esquema diseñado para el trabajo de los vendedores que incorpora entre otros detalles el número de visitas, tiempos con cliente, cifras de efectividad, cartera de productos, esquema salarial y de incentivos.

Estimamos que un asesor comercial que llegue al presupuesto ganará un aproximado de \$1.000 por mes, que es un salario competitivo en la industria.

Listado completo clientes potenciales de todo el país
5 visitas diarias Farmacias / Minimercados
2 Asesores divididos por territorio
Región Objetivo Fase I: Costa sur y Austro

Tiempos trabajo Asesor

Tiempo con cliente: 1 hora / cliente
Tiempos traslados: 2 .5 horas
Tiempo Prospección: 0.5 horas
Total: 8 horas / día por vendedor

Capacidad de visitas
200 / mes

Efectividad 10%

20 clientes / mes
16 NU-B Fácil
3 NU-B Plus
1 NU-B Total

Sueldo Fijo
\$400

Comisión por cliente nuevo
USD 50 por venta NU-B Fácil
USD 75 por venta NU-B Plus
USD 100 por venta NU-B Total

Comisión por Mantenimiento

\$ 1 por NU-B Fácil
\$ 2 por NU-B Plus
\$ 3 por NU-B Total

Incentivos Extraordinarios

Bonos por cumplimiento anual
Pago Capacitación
Otros

d) Comunicación y Promoción

El principal objetivo del plan de comunicación será lograr la confianza en la marca y compañía. Esto debido a que la mejor manera de promocionar el servicio es a través de clientes satisfechos.

El target objeto del plan serán los clientes que se han definido como potenciales y para llegar a ellos hemos diseñado diferentes tipos de estrategia que se presentan a continuación.

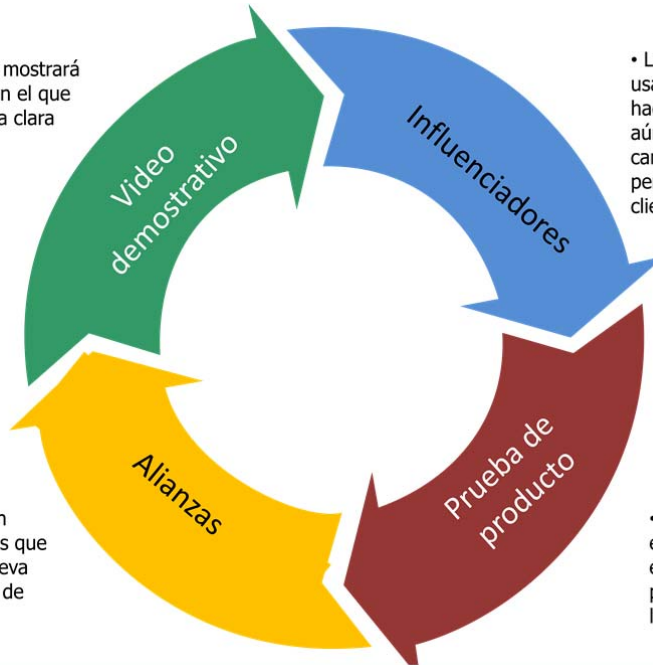
1) Estrategia Diferenciación

Objetivo: Comunicar la relación Costo / Beneficios Diferenciales

Canal / Medio: Venta directa

Resultado esperado: Generación de conciencia y educación en beneficios al cliente final

- Video en CD que se mostrará en Tablet de Asesor en el que se explican de manera clara beneficios de oferta



- Los clientes que ya estén usando el producto pueden hacer testimoniales o mejor aún, se puede pedir a cambio de un beneficio que permita la visita del nuevo cliente interesado.

- Generar alianzas con empresas proveedoras que favorezcan uso de nueva tecnología para toma de pedidos

- Versión Demo que permita en caso de clientes escépticos probar el producto por un tiempo limitado

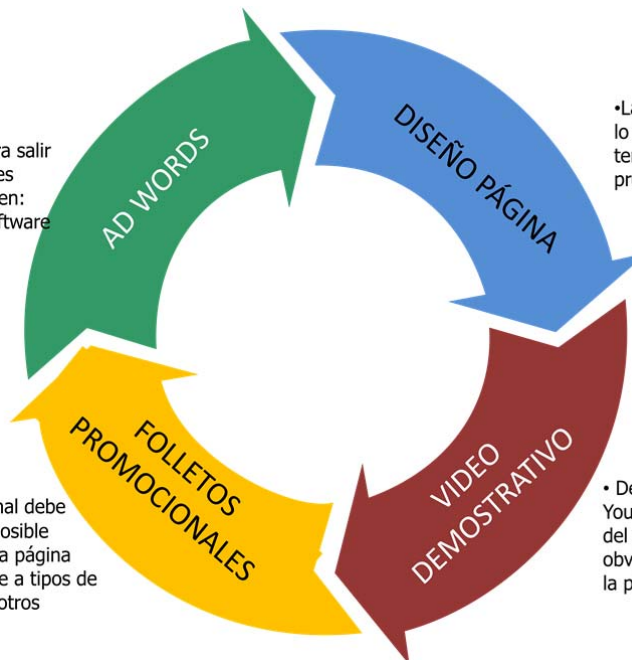
2) Estrategia Posicionamiento

Objetivo: Usar Internet como canal de comunicación y posicionamiento

Canal / Medio: Internet

Resultado esperado: Posicionar la marca de la empresa como la primera opción de software y servicios en la nube

- Ad Words
- Inversión en Google para salir en las primeras posiciones cuando interesados digiten: nube, cloud, sistema, software relacionados a Ecuador



- La página aparte de explicar lo básico del servicio debe tener información de contacto, productos, idea de precios

- Todo folleto promocional debe enfocarse a motivar a posible interesado a ingreso a la página WEB. Deben entregarse a tipos de clientes potenciales en otros nichos.

- Debemos cargar en Youtube video explicativo del servicio en Ecuador, obviamente relacionado a la página WEB

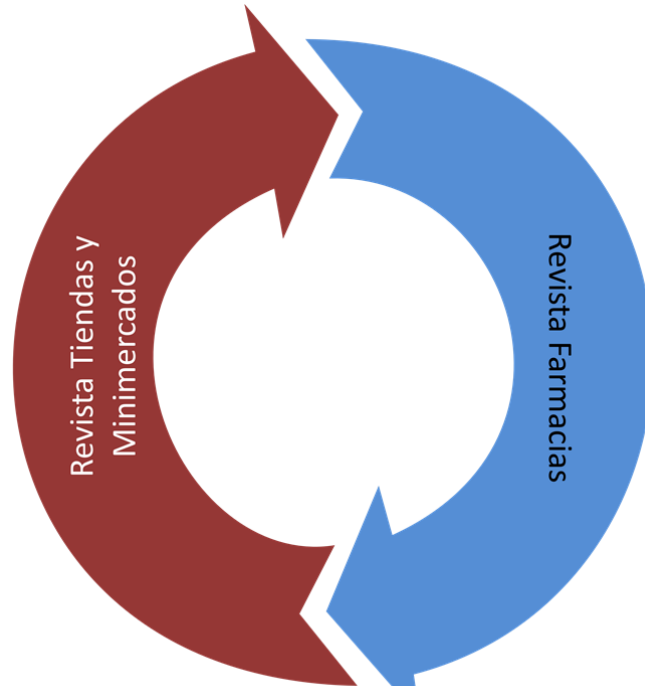
3) Estrategia Conocimiento

Objetivo: Foco en relevancia del servicio ofrecido y sus características

Canal / Medio: Revistas Especializadas

Resultado esperado: Ampliar conocimiento de potenciales consumidores a través de avisos enfocados

• Publicación de anuncio en revista dirigida únicamente a tiendas y minimercados (Su Tienda)



• Publicación de anuncio en revista dirigida únicamente a Farmacias (El Farmacéutico)

Propuestas de valor en el Mercado



Cliente convencido de que no necesita de la tecnología para prosperar



Software Tradicional: Pago único bajo por una solución estática y poca innovación en el tiempo



ERP sofisticado, adaptado a necesidades del cliente, extremadamente costoso, pago único al inicio, usp exclusivo del cliente.



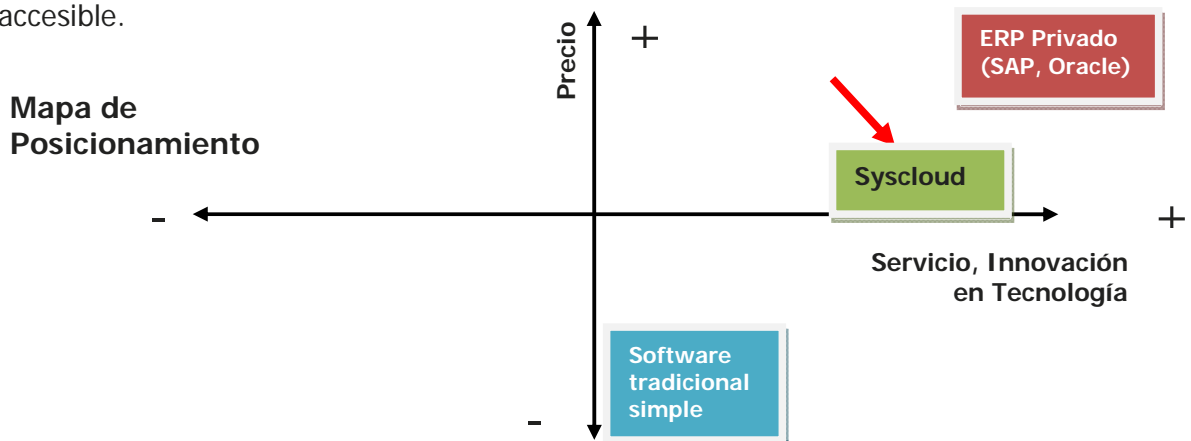
Syscloud ofrece software de alta calidad en la nube, flexible y mejorado en el tiempo, con pago mensual, uso compartido + clientes.

e) Resumen Propuesta de Valor Syscloud

Toda estrategia, plan y elemento de comunicación deberá puntualizar, enfocar y reforzar el hecho de que este es "Un servicio con éxito probado" y para ello están los clientes satisfechos como muestra y como testimonio directo de la afirmación.

Que su costo es muy inferior al beneficio que aporta y que gracias a esta nueva tecnología el cliente no deberá preocuparse más por cuestiones tecnológica. Ni equipos, ni actualizaciones, ni renovaciones de software. Que con el pago mensual está garantizando obtener siempre la mejor tecnología.

El cliente siempre podría optar por la opción tradicional del software por el que hace un único pago y obtiene algo a cambio, sin embargo la opción de un ERP de última generación es inaccesible. Por tanto la promesa de valor que Nu-B Computing Systems deberá situarse entre estas dos opciones. Tecnología de última generación a precio accesible.



4) Plan de Organización y Recursos Humanos

4.1.- Plan Recursos Humanos

La estrategia para la atracción y desarrollo del talento será construida sobre una base de elementos y políticas que en su conjunto pretenden conformar una identidad de la compañía que le permita ser atractiva y competitiva.

En un principio será una empresa reducida en número de personas pero llena de desafíos y retos que promoverán un ambiente motivador y de muchas expectativas.

Remuneración

En el aspecto de reconocimiento económico nuestra política será pagar por encima de la media del mercado.

Atracción Talento

En cuanto a la estrategia de captación de talento se identificarán personas jóvenes con altas competencias en aspectos técnicos y colaborativos. Para ello se usará el vínculo de uno de los socios del proyecto con la Facultad de Ciencias de Computación de la ESPOL.

Plan de Carrera

Para un ascenso el empleado deberá cumplir con los requerimientos del puesto que aspira y adicional deberá ser patrocinado por uno de los Gerentes como consecuencia de haber mostrado un rendimiento digno de reconocimiento. La aceptación será evaluada por el Directorio, que en la etapa de crecimiento de la compañía será el máximo rector de las decisiones que se consideren estratégicas y los ascensos se han considerado parte de éstas. El plan de carrera se orientará al manejo de proyectos (Project Manager) Ver Organigrama sección 4.2.

Evaluación Competencias

La evaluación del personal se hará semestralmente y para ello usaremos el modelo del **Anexo 2**.-Evaluación de desempeño. Esta plantilla deberá ser llenada por el empleado en conjunto con su jefe directo. Los resultados servirán para calcular el incremento de sueldo anual que como base tendrán la inflación más un porcentaje extra dependiendo de las evaluaciones de desempeño que incluirá entre otras, la de competencias. **(Anexo 2)**

Ambiente Laboral

Si bien en un inicio no se invertiría en una auditoría externa para medir el nivel de ambiente laboral no significa que no se lo realice. Internamente se hará anualmente una encuesta anónima a través de Internet en la que los empleados puedan expresar sus opiniones respecto a todos los aspectos relacionados con su trabajo, sus jefes y la empresa en general.

Coaching y Reconocimientos especiales

Los gerentes de línea tendrán la responsabilidad de ser mentores de sus subalternos, buscando que se conviertan en la gente que nos gusta y valoramos.

En Syscloud siempre podemos ser emprendedores y TODAS las ideas de nuevos negocios serán evaluadas y en caso de materializarse se asignará un reconocimiento monetario y si fuese factible la responsabilidad de gestión sobre el proyecto presentado (Project Manager).

El monto de reconocimiento y el posible mejoramiento de cargo o salario será evaluado por el Directorio.

Plan de Capacitación

La empresa reconocerá el esfuerzo de su personal por capacitarse y adicionalmente estará muy atenta para invertir en los programas de capacitación y certificaciones disponibles en el mercado que nos permitan estar siempre a la vanguardia del conocimiento. El plan de capacitación deberá ir acorde al plan de carrera para lo cual lo dividimos por área:

Área Técnica (Mentor: Alfonso Aranda)

Acorde a nuestro negocio estimamos que los cursos a los que nos enfocaremos los dos primeros años de operación serían:

- * Curso de Metodología de programación mediante metodología Agile
- * Curso de CMMI para desarrollo de software
- * Curso de Seguridad informática
- * Curso de PMP para gerencia de proyectos
- * Curso de Redes y telecomunicaciones

Los asistentes de cada curso deberán repartir el curso a los que no asistieren donde serán evaluados. Si el curso tiene una certificación técnica asociada deberá rendir el examen lo cual además de ser un logro profesional acumulará puntos para su plan de carrera.

Área Comercial/Operativa (Mentores: Yober Aguirre/ Diego Moya)

Nuestra área comercial deberá actualizar conocimientos en:

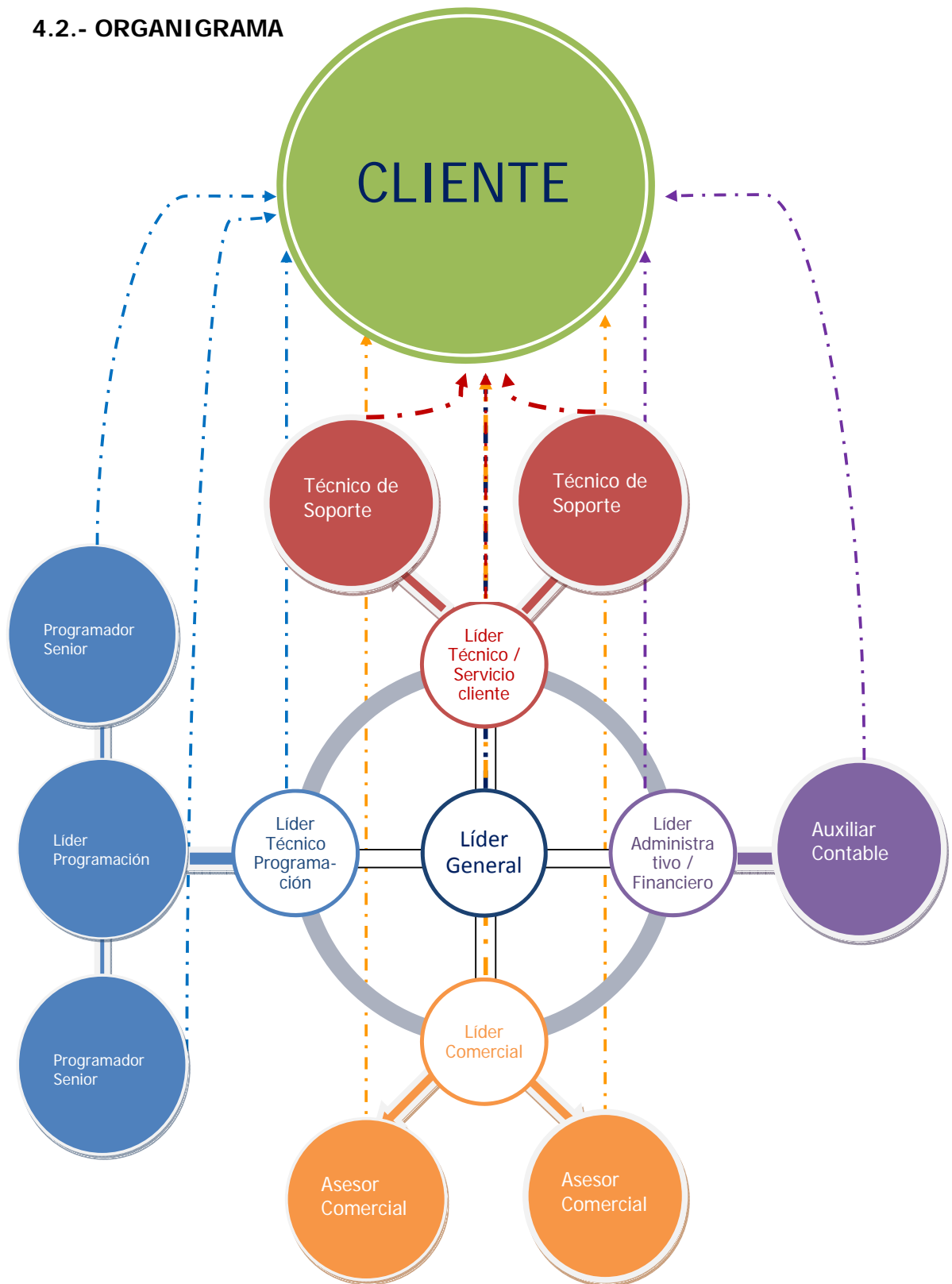
- * Ventas efectivas (DM)
- * Servicio al Cliente (YA)
- * Manejo efectivo del Tiempo (YA)
- * Gestión efectiva de proyectos (DM)
- * Metodología PMO (DM)

Área de Conocimientos Generales (Mentor: Paul Avellaneda)

Nuestra área de desarrollo Organizacional tendrá como objetivo principal trabajar en el ambiente laboral y motivación de las personas, gestionará la capacitación respecto a:

- * Coaching
- * Responsabilidad Corporativa
- * Ética

4.2.- ORGANIGRAMA



Ver Anexo 3: Plan de Contratación Inicial



4.3.-Modelo de Gobierno

SYS-CLOUD Cia. Ltda

Cod. 001
Nivel de Revisión 1

Ver (Anexo 4): Descripción Puestos de trabajo



Roles y responsabilidades

Rol	Descripción	Ded%
Líder General	Tiene como rol principal garantizar la sostenibilidad del negocio y trabajar con el equipo para definir estrategias y tácticas para lograr crecimiento rentable en el mercado, aclarando cuestiones referidas al alcance, monitoreando el avance y ejerciendo influencia sobre otros interesados para el beneficio de la compañía	100%
Directorio	Es responsable de la definición de políticas, lineamientos estratégicos, consecución de financiamiento y toma de decisiones estratégicas para el futuro de la compañía	20%
Comité Asesor	Desarrollar actividades capacitación y asesorar en temas relacionados con el área comercial y desarrollo organizacional	25%
Comité Directivo	Responsable por la toma de decisiones encaminadas a elevar el desempeño de la empresa en el mercado. .	35%
Líder Técnico Programación	Responsable de guiar y ayudar al equipo de programadores, cumplimiento del cronograma, asignación de actividades. Proponer las mejoras a las actualizaciones del software. Participar activamente en la programación de los módulos de desarrollo que por su complejidad lo requiera. Responsable de interactuar y filtrar los requerimientos vs tiempos de implementación	100%
Programador Senior	Responsable del cumplimiento del cronograma asignado, proponer mejoras a las actualizaciones del software. Participar activamente en la programación de los diferentes módulos, desarrollo y modificación de interfaces, soporte técnico a nivel de programación e implementación del ciclo de vida de actualizaciones.	100%

Rol	Descripción	Ded%
Líder Técnico Soporte y Servicio al Cliente	Responsable de que se apliquen las mejores prácticas durante el ciclo de vida del desarrollo y actualización del software. Definición de estándares, lineamientos técnicos y operacionales sobre la plataforma tecnológica del negocio .Alineamiento del área técnica con las necesidades del negocio Soporte posventa del producto Testear y auditar el software , acorde a criterios de: facilidad de uso , robustez y seguridad informática	100%
Asesor Técnico	Será responsable del soporte técnico, remoto y en sitio, de los clientes; a nivel de software y conectividad de la red a 1er nivel. Será el 1er punto del contacto del cliente por medio del Call center, MSN, Celular, Redes Sociales. Procesará y recogerá las órdenes de servicios que le entreguen los vendedores. Instalación del software en nuevos clientes. Capacitación del manejo del software a los clientes. Recolectar peticiones de mejoras del software por parte del cliente y llevarlas al programador líder.	100%
Asesor Comercial	Responsable de comunicar de manera efectiva la propuesta de valor de la compañía de manera que pueda alcanzar la mayor eficiencia en la relación visita/venta	100%
Auxiliar Contable	Responsable de manejar la parte operativa contable de la empresa e interactuar con el contador externo. Responsable de la gestión de Cobros, Facturación, Pagos a proveedores y caja chica. Apoyo en labores administrativas a Líder General y otros líderes en consecución de citas y mensajes telefónicos.	100%

Esquema de Seguimiento

Reunión / Sesión/ Comité	Participantes	Actividades / Objetivos principales	Frecuencia	Fecha Propuesta
Directorio	Alfonso Aranda Yober Aguirre Paúl Avellaneda Diego Moya	Monitoreo el avance del negocio en sus diferentes áreas Definición o cambio de políticas Definición planes de acción alineados a estrategia Revisión de resultados financieros Sugerencias y Visión a futuro del negocio Definiciones alto nivel Gestión de Riesgos	Trimestral	<i>Primera semana del mes que corresponda. Duración: 4 horas</i>
Reunión de Avance y Seguimiento Comité Directivo	Líder General:Yober Aguirre Líder Técnico Programación: Alfonso Aranda Líder Soporte y Servicio Líder Comercial	Seguimiento a la ejecución de actividades y principales objetivos de la compañía Actualización cronogramas de trabajo e identificación asuntos por gestionar.	Mensual	Cuarta Semana del Mes <i>Duración: 2 horas</i>
Comité Gestión	Líder Programación, Líder Técnico, Asesores Comerciales Líder General	Solución asuntos relevantes que requieren ser gestionados por el equipo Revisión de desempeño y propuesta de mejoras Ajuste a planes de acción	Quincenal	1ra y 3ra semana del mes <i>Duración: 2 horas</i>

4.4.- Estructura de Directorio y Composición Accionistas

Gobierno de la empresa

La empresa estará gobernada por un Directorio que lo conformaran los 4 socios fundadores, cada uno de ellos con experiencia en diferentes campos de la vida empresarial y laboral, que les permitirán gobernar estratégicamente la empresa. Además se invitara en una segunda fase a dos asesores externos profesionales en las áreas Financiera y Técnica, por considerarlas estratégicas para la prosperidad del negocio.

Tanto los socios como empleados de la empresa deberán regir su comportamiento apegados a las normas éticas fundamentales, y vivir los valores de respeto, honestidad y transparencia en todos sus actos.

Dirección de la empresa

La Administración y Gerencia de la empresa, será encomendada al Ing.Yober Aguirre, socio de la empresa, profesional con formación en leyes e Ingeniería Industrial, empresario de la provincia de El Oro con experiencia en Cadena de Farmacias.

Su primera responsabilidad será elegir al equipo técnico y administrativo que lo acompañará en la formación y gestión de la empresa-

Aspectos legales y societarios

a. La sociedad

Por ser una empresa por iniciar hemos decidido que la mejor forma jurídica para la constitución de la empresa es la compañía de responsabilidad limitada, que se encuentra estipulada en la sección V de la Ley de Compañías. Podemos resumir los beneficios de esta forma legal trayendo un extracto de lo que dice José María Vásquez en su libro guía práctica para la familia empresaria:

- * Menor exigencia de capital en la constitución
- * Existe una mayor flexibilidad y menor exigencia de formalidades
- * Las aportaciones del capital social no son negociables.
- * Mayor defensa del socio y de las minorías y una regulación amplia y abierta del ejercicio del derecho de separación.

El nombre de la sociedad será: * Razón social: **SYS CLOUD CIA. LTDA.**

b. Socios fundadores y participación

> Los socios fundadores son: Alfonso Aranda, Paul Avellaneda, Diego Moya y Yober Aguirre con una participación del 25% respectivamente.

> En cuanto a la política de dividendos los primeros cinco años no se repartirán, para lograr sostener el crecimiento proyectado, a partir del 6 año se empezara a repartir el 30%.

c. Licencias y derechos.

Se procederá a registrar la marca SIS CLOUD en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Se procederá a comprar los dominios www.siscloud.com, www.syscloud.ec y www.syscloud.net.

Tras la creación del software, este será inscrito igualmente en el IEPI a fin de quedar protegidos por la legislación vigente.

d. Obligaciones legales, permisos y licencias.

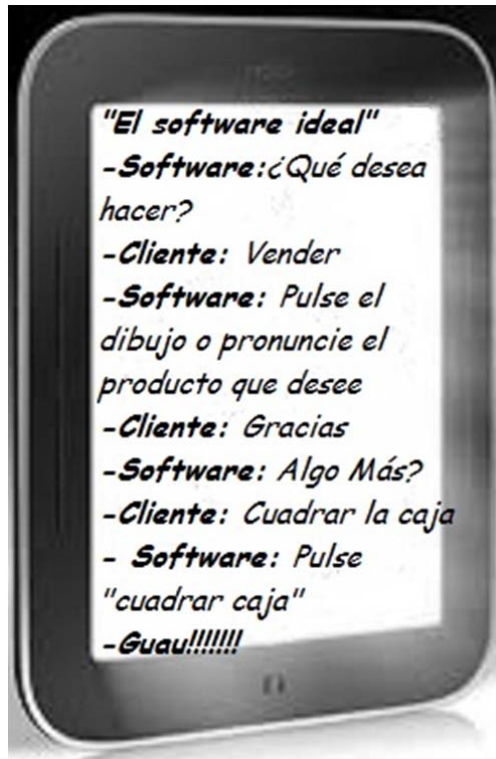
Para la creación de la empresa, se lo debe hacer legalmente con un abogado ante la superintendencia de compañía, siguiendo todos los procedimientos que la ley exige, dentro de ellos la creación ante el SRI de la razón social, luego el permiso municipal correspondiente.

5.- Modelo Operativo

5.1.- Plan de desarrollo y lanzamiento del producto de software

Descripción del software

"No hay que subestimar el efecto poderoso de la interfaz de usuario en la gente. Una interfaz de usuario que no es atractiva, que sea difícil o ilógica puede hacer incluso que una gran aplicación parezca difícil de usar. Sin embargo, un gran interfaz de usuario mejora la aplicación e inspira un apego emocional positivo en los usuarios, obteniendo su lealtad". (Iphone human interface Guidelines, p31)



El software de nuestra oferta, bajo el esquema de servicio en la nube, no se desarrollará completamente desde cero; en su lugar nos basaremos en el proyecto de código abierto que tenga la mejor funcionalidad. (Ver **Anexo 5**) Nuestro equipo de desarrollo se enfocará en adaptar, mejorar y/o crear las siguientes características en el software:

Fácil de Aprender: La curva de aprendizaje con el menor tiempo posible, diseñando la interface y la operación a tal punto que su uso sea intuitivo.

Flexible: A nivel de diseño, que pueda fácilmente incluir mejoras y cambios; a nivel de interface, que haya varias formas de hacer una actividad y para usuarios expertos se contará con combinaciones de teclas para agilizar una tarea. Ej. Ctrl + 1, para eliminar una factura

Robusto: El software debe tener capacidad de resistir a incidentes comunes como por ejemplo: desconexiones, apagados bruscos, pérdidas de conectividad.

Entendible: Permitir al usuario entender efectivamente cuales son las funcionalidades del software, y poder sacar provecho del mismo en los diferentes entornos en los que se use.

Entendible: Permitir al usuario entender efectivamente cuales son las funcionalidades del software, y poder sacar provecho del mismo en los diferentes entornos en los que se use.

Novedoso: Que tenga implementada una interfaz de usuario distinta, muy atractiva visualmente y de fácil uso. La materialización de las características conceptuales se lo hace desarrollando la interfaz gráfica siguiendo los siguientes principios:

Metáforas Visuales: Los íconos, las formas deberán tener representación con el mundo real, con ello se desarrolla el proceso intuitivo de rápido aprendizaje.

Experiencia de usuario: El usuario debe sentir que está controlando el sistema, permitiéndole que reconozca el resultado de sus acciones mediante elementos visuales como un medio para proporcionar información y mejorar su experiencia.



Rapidez: El software contará con atajos de ejecución de funciones, mediante combinaciones de teclas, con esto se permitirá el desarrollo usuarios expertos

Entre las funciones principales que se desplegarán en nuestro software tenemos:

- * Ingresar Mercadería
- * Facturar y Cobrar
- * Hacer Pedido a distribuidores
- * Controlar Inventario
- * Elaborar Reportes SRI
- * Devoluciones y Cambios

En el **Anexo 6** podemos apreciar la aplicación de las buenas prácticas de interfaces arriba expuestas; la metáfora general usada es que la pantalla de la aplicación inicial es similar a un Ipad y el mando lateral es similar a un Iphone.

La Arquitectura de la solución se basará en el modelo de computación en la nube, ver diagrama en **Anexo 7**

5.2.-Desarrollo del Software

El desarrollo y lanzamiento del software será abordado como un proyecto por sí solo, el mismo que tendrá una duración de seis meses. Los gastos en que se incurran se incluirán dentro del flujo como una inversión inicial PREOPERATIVA que será considerada en el plan de inversión y contratación inicial tratado en el capítulo de evaluación financiera.

Cronograma Desarrollo y Lanzamiento de Software

Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Pred	Nombres de los recursos
Desarrollo y Lanzamiento Software	79 días	lun 02/07/12	jue 18/10/12		
2 Contrato de Testing	0 días	lun 02/07/12	lun 02/07/12		Consultor Externo; Gerente Técnico
3 Definición de software a customizar	15 días	lun 02/07/12	vie 20/07/12	2	Gerente Técnico
4 Definición de módulos a customizar	5 días	lun 23/07/12	vie 27/07/12	3	Gerente Técnico
5 Definición de mejora de arquitectura	3 días	lun 23/07/12	mié 25/07/12	3	Gerente Técnico
6 Contratación de Programador Líder	5 días	lun 23/07/12	vie 27/07/12	3	Gerente Técnico
7 Definición de Plan de Trabajo Detallado	4 días	lun 30/07/12	jue 02/08/12	6	Programador Líder
8 Contratación de programadores Senior	5 días	lun 30/07/12	vie 03/08/12	6	Gerente Técnico
9 Entendimiento de arquitectura y familiarización con el producto a mejorar	3 días	lun 06/08/12	mié 08/08/12	8	Gerente Técnico; Programador Líder
10 Pruebas de operación y búsqueda de fallas	10 días	jue 09/08/12	mié 22/08/12	9	Programadores
11 Mejoras de operación y corrección de fallas	50 días	lun 30/07/12	vie 05/10/12	4;5	Programadores
12 Mejoras Visuales	40 días	jue 26/07/12	mié 19/09/12	4;5	Programadores
13 Pruebas de las Mejoras	3 días	lun 08/10/12	mié 10/10/12	11;12	Gerente Técnico
14 Desarrollo de módulo de contingencia ante pérdida de enlace	30 días	jue 09/08/12	mié 19/09/12	4;5;9	Programadores
15 Prueba de módulo de contingencia	3 días	jue 20/09/12	lun 24/09/12	14	Gerente Técnico
16 Pruebas Integrales y Ajustes	3 días	jue 20/09/12	lun 24/09/12	14	Gerente Técnico
17 Creación de base de datos de Productos	5 días	vie 11/10/13	jue 17/10/13	5;13	Técnico de Soporte
18 Presentación y lanzamiento del producto	1 día	jue 18/10/12	jue 18/10/12	17	Gerente Técnico

5.3.- Actualizaciones de Software:

Una de las fortalezas de nuestro producto será su mejora continua, en busca de brindar una mejor interacción con el usuario final (más fácil y amigable, SIEMPRE); por lo cual será necesario un manejo adecuado del ciclo de actualizaciones, como se describe a continuación:

- * El ciclo de lanzamiento de una nueva versión será de un año, el mismo que recogerá los requerimientos de los seis primeros meses y aquellos de menor impacto que se hayan definido los últimos 6 meses.
- * Si algún cliente requiere acelerar alguna customización, se lo tratará individualmente cuyo costo dependerá de la complejidad de la misma. Dicho costo podrá ser cobrado en cuotas añadidas a la mensualidad
- * Si se detecta algún mal funcionamiento o falla antes desconocida en nuestro software , se destinará a uno de los programadores la solución y seguimiento del mismo ; procediendo a sacar una actualización del software que será desplegada haciendo un push de forma remota

Las necesidades pueden ser receptadas por medio del técnico de soporte para ser evaluadas por el programador líder y canalizadas según su criterio con el resto de programadores.

5.4.- A nivel de ventas:

Como se explicó en el Plan Comercial se contará con dos vendedores cuya meta es lograr 10 contratos nuevos cada mes por cada uno.

En la práctica un sistema en la nube nos permitiría ofrecer servicios en cualquier lugar del país, por estrategia y sinergias frente a competidores comenzaremos en las provincias de El Oro y Loja.

Los vendedores serán los responsables de llenar las órdenes de servicios y entregárselas a los técnicos de soporte quienes deberán responder en 24 horas con la fecha exacta de instalación, no mayor a 8 días laborables.

5.5.- Activación de Servicio:

Una vez realizada la venta y/o aceptación del demo, se ingresará la orden de servicio y se establecerá la fecha de activación no mayor a 8 días laborables y el orden de las instalaciones se acogerá a un mix de los siguientes criterios:

- 1) Se agruparán las instalaciones por territorios cercanos
- 2) Orden de Llegada.
- 3) Tipo de Plan.

El proceso de activación durará dos días calendario que consistirá en el Setup e instalación del sistema más un día de capacitación en las funciones más utilizadas. En esta visita también se entregará un video con desarrollo multimedia para el aprendizaje del uso del software.

El software contendrá funcionalidades comunes a los ERP (Enterprise Resource Planning) dentro de las operaciones de una farmacia y minimarkets, donde uno de los principales beneficios serían hacer pedidos grupales e inteligentes y mejor manejo del inventario

Para la activación del servicio es necesario que el cliente tenga un enlace de internet mínimo de 512Kbps o un enlace dedicado de datos de 256Kbps, nosotros sugeriremos la mejor opción acorde a su ubicación física.

Acorde avancen las ventas se establecerá un día quincenal o semanal donde se dictará una charla en nuestras instalaciones sobre uso del software.

Los encargados de activación de servicio y de capacitación serán los técnicos de soporte.

5.6- Soporte post venta:

Dentro del soporte, los clientes llamarán a la línea (1800-NUBEYA) cuando tengan problemas con su software, que pueden ser originados por el software en sí o por pérdidas de conectividad.

Se contará con un señalador visual dentro del software, que indique el tipo de problema y así el cliente llame a los números de soporte adecuado que se encontraran en su cartilla de soporte (**Ver Anexo 8**).

En caso de pérdida de conectividad el software entraría a trabajar en un modo sin conexión o contingencia hasta cuando se recupere el enlace y se sincronicen los datos/transacciones hechas durante el periodo de afectación. En caso de problemas con el software, el técnico de soporte se conectará vía escritorio remoto para verificar la índole del problema y gestionarlo según amerite.

En casos extremos, donde no se pueda dar soporte remotamente, nos desplazaremos hacia donde el cliente se encuentre.

5.7.- Facturación y Cobranzas:

Por defecto la factura y su proceso será electrónico, para ello el sistema será validado por el SRI para poder mantener la facturación en la nube con el sustento legal correspondiente.

Actualmente en el país este sistema de facturación ya está permitido.

Para las cobranzas usaremos el esquema débito automático de cuentas de ahorros o corrientes según sea el caso. Se cobrará le primer día del mes en curso. En caso de que el cliente no cuente con una cuenta de ahorros o corriente o no desee hacer el pago de esta manera se aceptará pago con cheque o efectivo.

6.- Evaluación Financiera

6.1.- Resumen de resultados

La estructura del análisis realizado ha considerado evaluar en detalle mes a mes todos los rubros de ingresos y egresos en el primer año y para los posteriores cuatro se ha hecho una proyección anual.

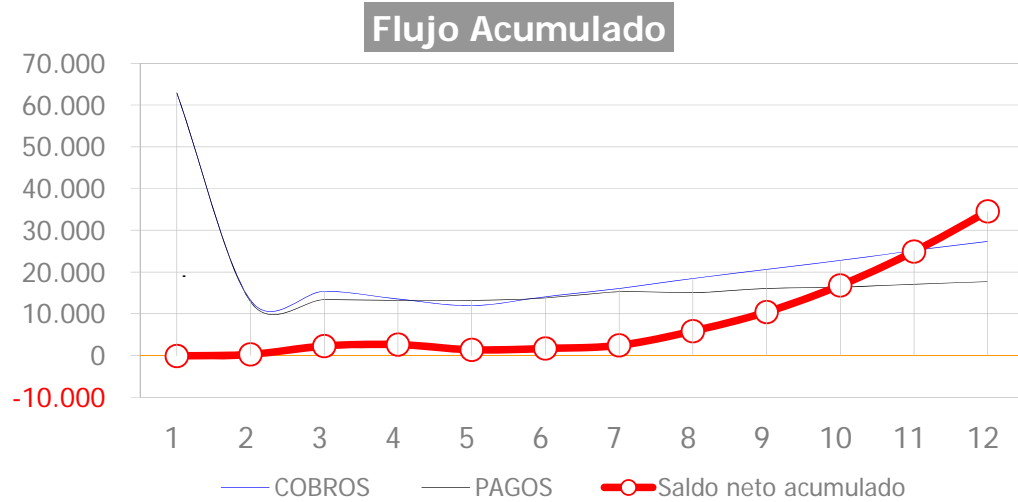
Las ventas pasan de \$2.532 mensuales con 20 clientes en el mes de enero 2013 a \$24.400 con 200 clientes en Diciembre, gracias al trabajo que se espera realicen los vendedores en el primer año. Los gastos al inicio del proyecto son de 56.104 que incluyen gastos pre-operativos. A partir de febrero se ubican en \$12.561 y crecen un 19% hasta el mes de diciembre.

El beneficio neto es negativo los primeros meses y llega a su punto de equilibrio en el mes de julio con 100 clientes. A partir de este momento los beneficios mensuales son positivos llegando a \$9.232 en Diciembre, que de todas maneras no compensan todos los egresos del año y por lo que el Beneficio Neto del primer año de operación llega a \$-47.615. A continuación mostramos un grafico resumiendo la evolución de los resultados del primer año. **(Ver Anexo 9)**



6.2.- Flujo de Caja

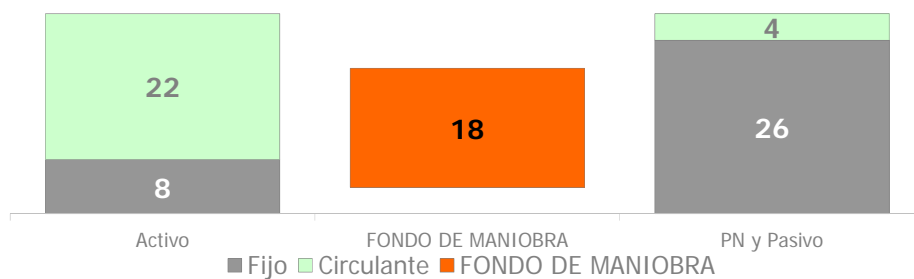
Gracias a la previsión del plan de inversiones que tomó en consideración el máximo déficit posible de dinero en cada periodo no se estipulan problemas de liquidez. En grafico ilustra los cobros, pagos y saldo acumulado. **(Ver Anexo 10)**



6.3.- Balance General

Por ser una empresa intensiva en recursos humanos, los activos fijos representan el 27% al inicio del proyecto y para el año 2017 ya solo constituyen el 13%. La composición de los pasivos no cambia durante el proyecto puesto que es financiado totalmente por los socios. **(Ver Anexo 11)**

Estructura BALANCE 2013 (en miles)



Estructura BALANCE 2017 (en miles)



6.4.- Proyecciones al año 2017

Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado

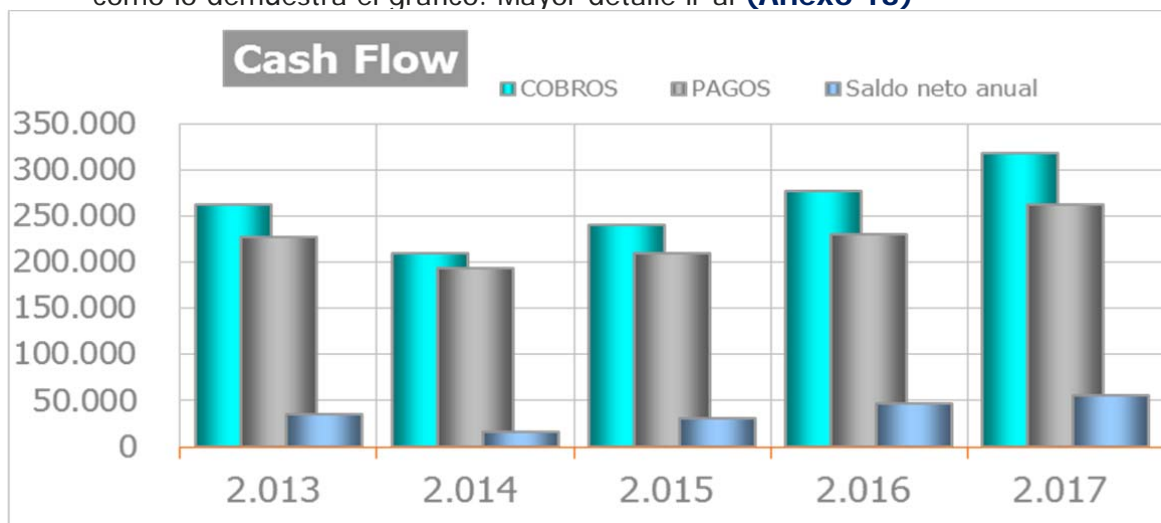
Para los próximos cuatro años proyectamos un crecimiento del 15% anual sostenido. El objetivo es alcanzar un 15% del mercado de farmacias y micro mercados. La facturación crece de \$162.016 en el 2013 a \$283.367 el último año. Los gastos crecen menos en una proporción alrededor del 8% a 9% anual, puesto que la mayoría de gastos son fijos y solamente varía la cantidad de técnicos que se necesitan para cubrir el servicio a los clientes en aumento.

Al aumentar los ingresos casi duplicándose para el quinto año, y los gastos relativamente controlados, los beneficios empiezan a crecer y para el último año se alcanza un Beneficio de \$61.343. Para mayor detalle ver **(Anexo 12)**



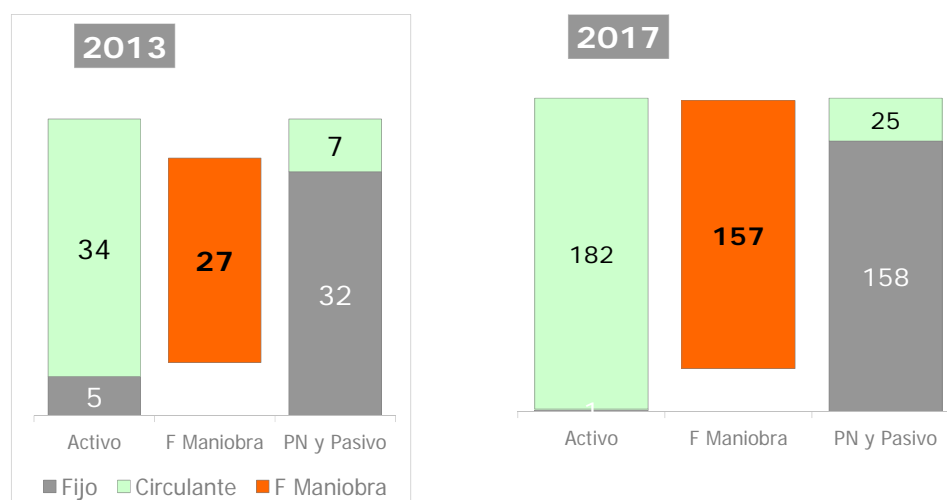
Flujo de Caja Proyectado

Debido a la ausencia de nuevas inversiones importantes, los flujos son positivos como lo demuestra el gráfico. Mayor detalle ir al **(Anexo 13)**



Balances

Como es lógico en empresas en que la principal oferta es conocimiento, la proporción de activos fijos es mínima frente al activo corriente que crece cada año, lo que se traduce en un aumento del capital social en el pasivo, teniendo más fondo de maniobra para trabajar. **(Anexo 14)**



6.5.- Análisis Resultados y Razones Financieras

La tabla siguiente muestra un resumen de los resultados ya analizados anteriormente en los reportes financieros, desde el crecimiento de los ingresos, los márgenes y los beneficios. También se muestra después la evolución de las principales razones financieras.

SISCLOUD		Análisis de los resultados				
		2013	2014	2015	2016	2017
Evolución de los márgenes y los resultados						
Venta neta total	Importe	140.960	162.104	186.420	214.383	246.540
	% variación anual		15,0%	15,0%	15,0%	15,0%
Total ingresos	Importe	162.016	186.319	214.266	246.406	283.367
	% variación anual		15,0%	15,0%	15,0%	15,0%
Margen Bruto	Importe	75.451	95.248	115.548	136.931	162.699
	% crecimiento anual		26,2%	21,3%	18,5%	18,8%
	% sobre ventas	53,5%	58,8%	62,0%	63,9%	66,0%
	% variación anual		5,2%	3,2%	1,9%	2,1%
E.B.I.T.D.A.	Importe	-44.482	15.423	29.792	45.511	64.623
	% crecimiento anual		-134,7%	93,2%	52,8%	42,0%
	% sobre ventas	-31,6%	9,5%	16,0%	21,2%	26,2%
	% variación anual		41,1%	6,5%	5,2%	5,0%
Res. Explotación	Importe	-47.595	13.810	28.179	45.231	64.343
	% crecimiento anual		-129,0%	104,1%	60,5%	42,3%
	% sobre ventas	-33,8%	8,5%	15,1%	21,1%	26,1%
	% variación anual		42,3%	6,6%	6,0%	5,0%
RESULTADO	Importe	-47.595	13.810	28.179	45.231	64.343
	% crecimiento anual		-129,0%	104,1%	60,5%	42,3%
	% sobre total ingresos	-29,4%	7,4%	13,2%	18,4%	22,7%

1- Rentabilidad		2013	2014	2015	2016	2017
Beneficio Neto vs. Ingresos		-29,4%	7,4%	13,2%	14,3%	17,0%
R.O.A. - Return on Assets		-120,7%	25,6%	34,2%	35,3%	35,2%
R.O.E. - Return on Equity		-146,9%	29,9%	37,9%	32,2%	30,5%
2- Solvencia		2013	2014	2015	2016	2017
Capitalización		82,2%	85,7%	90,2%	85,6%	86,3%
Garantía		5,6	7,0	10,2	7,0	7,3
3- Liquidez		2013	2014	2015	2016	2017
Liquidez		4,9	6,5	10,0	6,9	7,3
4- Fondo de maniobra		2013	2014	2015	2016	2017
Fondo maniobra		27.218	42.641	72.433	108.039	156.576
Importe						
% variación anual			56,7%	69,9%	49,2%	44,9%
% sobre activo		69,0%	79,1%	87,8%	84,3%	85,6%
5- Endeudamiento		2013	2014	2015	2016	2017
Endeudamiento		0,2	0,2	0,1	0,2	0,2
6- Gestión		2013	2014	2015	2016	2017
Rotación activo fijo		27,2	45,4	95,1	127,6	176,1
Rotación circulante		4,1	3,2	2,3	1,7	1,4

6.6.- ANALISIS DE LA INVERSION

Los evaluadores más importantes del proyecto son el VAN y el TIR. Se muestra evolución en la siguiente tabla, en donde finalmente podemos proyectar que nuestro proyecto tiene un VAN positivo de 36.811 con un TIR del 30,88%. La inversión se paga en el tercer año.

SISCLOUD		Análisis de la inversión			2013 2017	
1- Flujos de caja previstos		2013	2014	2015	2016	2017
Flujo Neto de Caja - FNC		34.244	16.116	30.160	45.903	55.172
FNC Descontado		29.778	12.186	19.831	26.245	27.430
Valor Neto Actualizado		29.778	41.964	61.794	88.040	115.470
2- Análisis de la inversión		2013	2014	2015	2016	2017
Importe de la inversión		80.000				
Tasa de descuento		15,0%				
V.A.N.		-50.222	-38.036	-18.206	8.040	35.470
T.I.R.		-57,19%	-28,87%	0,33%	19,58%	30,31%
I.R.		0,37	0,52	0,77	1,10	1,44
Payback - P.R.I.		3er.año				

6.7.- PLAN DE INVERSIONES

Para la puesta en marcha de nuestro proyecto, necesitamos inversión en tres rubros importantes: 1) La inversión en activos que solamente pesa el 9% del total de la inversión, 2) La inversión en gastos pre-operativos que es la más alta con un 57%, e incluye los meses iniciales de operación en donde necesitamos que los programadores empiecen con el trabajo de desarrollo del software.

Se incluye aquí también los rubros de mantenimiento, servicios básicos y arriendo del local. 3) Déficit flujo primeros meses de operación. Identificamos que para los meses iniciales de venta tendremos necesidad de liquidez por un valor aproximado de \$27.000 que representa el 34% de los **\$78.515 dólares** que necesitaremos como inversión en nuestro negocio. (Plan detallado inversiones **(Ver Anexo 15)**)

6.8.- PLAN DE FINANCIACION

La financiación será totalmente capital propio, a través de cuatro accionistas con la proporción de la inversión que detallamos en la tabla siguiente:

SISCLOUD		Plan de Financiación		2013 2017	
Financiación total			Total	80.000	
1- Capital				80.000	100,0% financiación propia
Socios y participación final	Paul Avellaneda		20.000		25,00%
	Diego Moya		20.000		25,00%
	Alfonso Aranda		20.000		25,00%
	Yober Aguirre		20.000		25,00%

7.- Evaluación y Gestión de Riesgos



En el **Anexo 16** se detalla un cuadro con los principales riesgos del proyecto identificados, así como las acciones preparadas para eliminarlos, minimizarlos o transferirlos. Los principales riesgos de este proyecto se concentran en 2 áreas. Por un lado en el área comercial las probables dificultades en que los clientes acepten esta nueva tecnología y por ende toda nuestra propuesta de valor. En el otro lado está lo relacionado a los aspectos técnicos y las dificultades que se puedan presentar con temas como conectividad de Internet o caída del servidor principal donde se encuentra la información.

8.- Responsabilidad Corporativa

“La Responsabilidad Corporativa de cualquier proyecto debería anteceder cualquier estudio de factibilidad sobre el mismo” Paúl Avellaneda

El proyecto NU-B pretende llevar al mediano y pequeño empresario un sistema de facturación inteligente, económico, fácil de entender y muy práctico; que rompa los paradigmas existentes y resulte en un aumento de sus ingresos netos.



Este sistema es más que un simple desarrollo de un software de negocios, contempla una evolución natural de la Tecnología Informática al servicio de aquellos segmentos menos favorecidos que han estado relegados al NO uso de SISTEMAS INTELIGENTES a causa de los elevados costos operativos de administrar un sistema.

¿Porqué estos segmentos han sido olvidados por las grandes Corporaciones que desarrollan soluciones Empresariales? La respuesta es: Los negocios pequeños no alcanzan un volumen de facturación interesante para que justifiquen estas herramientas. Pero si en conjunto estas pequeñas empresas podrían sumar más ventas que sus contrapartes dominantes, el desarrollo de esta herramienta no solo igualaría la desventaja inicial, sino que cambiaría las reglas del juego.

Es difícil el hablar de RC en productos que todavía no han salido al mercado, pues la RC suele provenir de GRANDES EMPRESAS con cierto tiempo de andadura en el mundo de los negocios y siendo éste, un proyecto innovador como lo son los sistemas en la Nube, los alcances de la RC deben ser avizorados dentro de sus diferentes contextos y realidades, para no caer en falsos juegos de palabras y proyectar los verdaderos alcances, muchos de ellos muy prometedores.

Con el objeto de sintetizar los diferentes públicos de interés que serán afectados positivamente por este proyecto resumiremos a continuación lo principal.

Objetivos Responsabilidad Corporativa Syscloud

- 1) Disminuir la dependencia de las pequeños y medianos negocios de las grandes Distribuidoras, quienes exigen muchas veces cuotas de ventas que vuelven al pequeño comerciante un "esclavo del sistema".
- 2) Equiparar las fuerzas al reunir un conglomerado de compradores, los cuales tendrían, por volumen un mejor poder de compra, y por ende un mejor plazo de crédito que en los actuales momentos. No es lo mismo comprar 20 unidades de aspirina o de kachitos, si este fuera el ejemplo, que 10.000 unidades consolidadas entre todos los participantes, ni será lo mismo pagar al contado 20 unidades, que pagar a 30 días las antedichas diez mil unidades.
- 3) Un mejor manejo de inventarios disminuyendo las rupturas de stock y evitando el sobrestock de ciertos productos.
- 4) Mejoraría la PERCEPCIÓN DE CONTROL del negocio , lo que facilitaría la apertura de nuevas sucursales (Esto es lo que cadenas competidoras NO QUIEREN QUE EL PEQUEÑO LOGRE) Al entender mejor la cadena de valor, el pequeño empresario podría con ayuda de NU-B enfocarse en la expansión y no como hasta ahora ocurre , que a causa de las fallas en el control de un negocio , éstas IMPIDEN que los dueños puedan concentrarse en abrir más sucursales.

¿Porqué un pequeño empresario, que conoce de sobra su negocio no puede fácilmente, aunque quiera y pueda abrir una nueva sucursal? R: No hay control que pueda reemplazar su presencia, **¿Porqué unos si pueden y otros no?** , R: quienes pueden conocen, manejan y dominan las herramientas que los reemplazan a ellos como propietarios, y de lejos pueden monitorear y discriminar cuando algo se salió de control.

5) El Medio Ambiente sería BENEFICIADO pues la logística de reparto podría hacerse de forma inteligente, y al criterio del administrador del local con la consecuente disminución del número de vehículos por entrega de productos, con la consabida disminución de smog producto de la combustión de dichos vehículos.

6) Mejor acceso a crédito, producto de mejores flujos de caja a causa de una mejor rotación de inventarios, manejo de cartera y stocks en general.

7) Al ser un sistema de Facturación, y Control de bajo costo por estar alojado en la nube se podría volver de carácter obligatorio por el SRI, quienes pueden al fin estimar con exactitud los volúmenes de ventas de estos negocios pequeños y así proceder a una más efectiva recaudación de impuestos que redundaría en un beneficio colectivo al obtener mejores obras sociales por parte del gobierno de turno.

8) Siendo las zonas rurales quienes más necesitan de estos sistemas facilitadores (software) tendrían una mejor tasa de crecimiento, con el consiguiente mejoramiento de los niveles de pobreza debido al aumento del comercio en estos niveles socioeconómicos.

9) Gracias al aumento en los ingresos netos de cada cliente, los sueldos que estos paguen a sus colaboradores estarían por encima de la media del sector, aumentando el nivel de bienestar del trabajador y cumpliendo la labor del empresario: Brindar un mecanismo de progreso a todos sus grupos de interés.

10) Viendo los Grandes Laboratorios un grado de unidad de sus potenciales compradores, asumirían nuevos desafíos para mejorar la atención de este GRAN CLIENTE quien ahora sí podría tener un mejor poder de compra

11) Si estas grandes comunidades organizadas en torno a un sistema bien desarrollado entendieran cómo el cooperativismo puede evolucionar el ejercicio del poder, de las Grandes Multinationales, hacia ellos, entonces si habríamos logrado algo que nos daría una inmensa satisfacción: Igualar en una sana competencia de mercado, a sus actores, no siendo el tamaño de cada uno, o su posición financiera la única razón para ser líderes.

FIN

10.- Bibliografía

1. Griffin, Abbie. Hauser, Jhon. THE VOICE OF THE CUSTOMER. Marketing Science. Invierno de 1993.
2. Google. FOTOS USADAS EN EL DOCUMENTO; Modificaciones Diego Moya
3. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. ENCUESTA ACCESO A TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN ECUADOR 2011.
4. IPSA Group Latin America. Ecuador Overview 2007. CENSO CLIENTES CANAL TRADICIONAL, comprado por Alpina.
5. PMI Institute, Fundamentos para la Dirección de Proyectos -Estándar PMbok 4ta Edición 2009.
6. Roberts, Michael .Note on the Hirind and Selection process. Editada 1993. Harvard Business School.
7. Robayo, Gabriel. FINANZAS PARA DIRECTIVOS. Segunda Edición. IDE Business School, Ecuador. 2010
8. Tiempo, el. PENETRACIÓN TELEFONÍA CELULAR EN LATINOAMÉRICA. Artículo referente a un Estudio publicado por la firma de investigación de mercados Informa Telecoms & Media. Abril de 2012.
9. Vásquez, José María. GUÍA PRÁCTICA PARA LA FAMILIA EMPRESARIA, IDE Business School, Ecuador.
10. Zamora, Javier. Conferencia "CLOUD COMPUTING" EMBA IDE Ecuador 2011 Madrid España.
11. Zamora, Javier. Conferencia "EL IMPACTO DE LAS TIC EN LOS NEGOCIOS" EMBA IDE Ecuador 2011 Madrid España.
12. Zamora, Javier. Conferencia "WEB 2.0 TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN EN LA EMPRESA" EMBA IDE Ecuador 2011 Madrid España.
13. Zamora, Javier. Conferencia "GOOGLE, ORGANIZANDO INFORMACIÓN EN LA RED" EMBA IDE Ecuador 2011 Madrid España.

ÍNDICE DE ANEXOS

#	Título	Página	Referenciado en página:
1	INVESTIGACION DE MERCADO	52	15
2	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	61	32
3	PLAN DE CONTRATACIÓN INICIAL	63	34
4	DESCRIPCIONES DE PUESTOS DE TRABAJO	64	35
5	MODELO CÓDIGO ABIERTO	68	38
6	INTERFACE METAFÓRICA	69	39
7	ARQUITECTURA DE LA SOLUCIÓN	70	39
8	CARTILLA DE SOPORTE	70	41
9	PERDIDAS Y GANANCIAS 2013	71	42
10	CASH FLOW 2013	72	43
11	BALANCE 2013	73	43
12	PERDIDAS Y GANANCIAS 2013-2017	74	44
13	CASH FLOW 2013-2017	75	44
14	BALANCE 2013-2017	76	45
15	PLAN DE INVERSIONES	77	15
16	IDENTIFICACIÓN Y TRATAMIENTO DE RIESGOS	78	47

ANEXO 1: INVESTIGACION DE MERCADO

Para obtener la información relevante de los 1078 micro mercados y 1199 farmacias decidimos utilizar entrevistas porque según un artículo de de Griffin y Hauser en [Marketing Science](#) titulado [The voice of the customer](#) mostró que un focus group de 8 usuarios de dos horas de duración identificaba prácticamente el mismo numero de necesidades que dos entrevistas de una hora.

1 focus group de 8 personas = 1 entrevista de 1 persona + 1 entrevista de 1 persona.
Y que con tres entrevistas se descubre el 60% de necesidades, así que por la dificultad y el costo de reunir dueños de farmacias optamos por las entrevistas que las realizamos a 3 empresarios de cada uno de estos dos grupos lo que nos permitió tener una idea de las necesidades y requerimientos tecnológicos, estas las podemos resumir en la siguiente tabla:

	FARMACIAS			MICRO MERCADOS		
Nombre	Mi pradera	Continental	Amiga	Mini Market El Gato	SiviMarket	La Habana
Edad en años	32	40	10	8	20	15
Ubicación	Guayaquil	Piñas	Huaquillas	Machala	Machala	Huaquillas
Nombre del Dueño	Jose Intriago	Marcelo Moreno	Marco Piedra	Pablo Jordan	José Sivisapa	Jorge Blacio
Edad del Dueño	50	53	58	28	50	42
Venta mensual	22000	14000	27000	4000	30000	60000
Software	no	No	si	no	Si	si
Nombre software			Lolfar	—	Sistema Integrado	
Piensa Comprar	si	No	SI	si	no	no
Empleados	Uno y familia	familia	Dos y familia	familia	12	15
Preocupaciones	La presión de las cadenas, y de los distribuidores	Las ventas bajas por el aumento de las cadenas	el sri, no poder dar mas descuentos	La falta de organización del negocio	Atraer la atención de mas clientes y aumentar las ventas	Los supermercados grandes, los robos
Que piensa hacer	Comprar un software, modernizarme	Vender o franquiciar	Mejorar la imagen y un contador	Encontrar la forma mas eficaz para administrar el negocio de una forma ordenada	Buscar la forma de atraer mayor clientela	Invertir dinero en el mejoramiento de la infraestructura del micro mercado

Estas entrevistas nos dieron la pauta para poder diseñar la encuesta que nos proporcione información más profunda, que la presentamos a continuación:

TECNOLOGIA ASOCIADA A LOS NEGOCIOS

El objetivo de esta pequeña encuesta es identificar y satisfacer necesidades tecnológicas que le permitan crecer a la pequeña y mediana empresa, agradecemos su aporte.

1.- Estaría dispuesto a través de la tecnología de formar parte de una red asociativa de Farmacias/micromercados independientes

- si
- no

2.- Que nombre de software administrativo se le viene primero a la mente.

.....

3.- Cuenta Ud. con un sistema informático para administrar su negocio?

- si
- no

SI RESPONDE SI PASAR A LA 4, SI ES NO PASAR A LA 8

4.- Cual es el nombre del sistema de administración

.....

5.- Cuanto fue el costo de instalación de su sistema informático

.....

6.- Paga Ud. alguna mensualidad por el uso o mantenimiento del sistema

- Si cuanto.....
- no

7.- Esta contento con su sistema actual

- si
- mas o menos
- no

PASAR A LA PREGUNTA 10

8.- Porque no tiene

- no ha hecho falta
- es muy costoso
- No nos han ofrecido
- OTROS.....

9.- Estaría dispuesto a adquirir un sistema

- si
- no

porque.....

si la respuesta es si continúe, si no le agradecemos su colaboración

10.- Señale con una x cual de los beneficios que se detallan a continuación cree Ud. que es mas importante en un software para su negocio

- Que sea fácil de Usar
- Que me ayude a realizar compras grupales para abaratar costos
- Que me ayude a hacer Pedidos inteligentes
- Que me haga vender más
- Que me ahorre costos de inventario
- Que sea barato
- Llevar la contabilidad al día

OTROS.....

11.- Si le ofrecieran un software con los beneficios descritos anteriormente en el modelo de arriendo cuanto estaría dispuesto a pagar:

- 80-100
- 100-120
- 120-140
- 140-160

Para encuestar utilizamos un muestreo no aleatorio, porque la población es relativamente igual en todo el Ecuador. Por conveniencia, nuestras encuestas se realizaron en Quito, Guayaquil, Machala y Loja, identificando nuestras farmacias objetivo; asumimos un error del 5% y un nivel de confianza del 95%, utilizando la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

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

en donde,

N = (tamaño de la población) 1199 para farmacias 1078 micro mercados

Z = (nivel de confianza) 95%

P = (probabilidad de éxito, o proporción esperada)

Q = (probabilidad de fracaso)

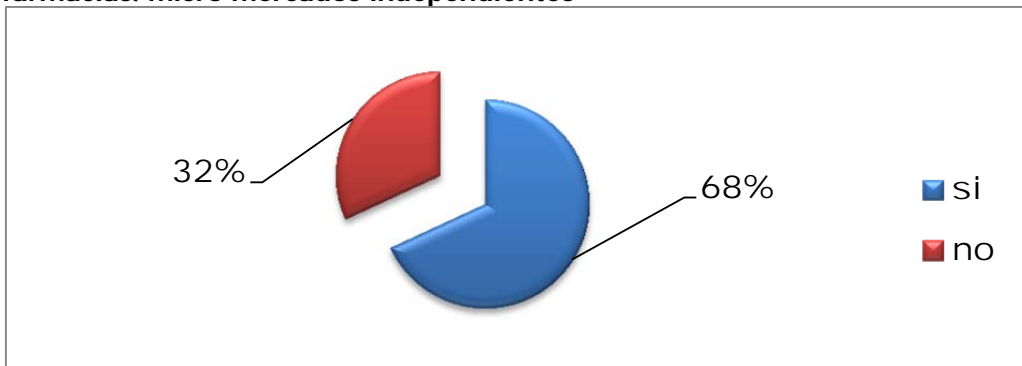
D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) 5%

Obtuvimos una muestra de 69 locales tanto para farmacias como micro mercados. Ya con la encuesta y el número de locales a encuestar nos pusimos manos a la obra, se tabuló la información y la resumimos en el siguiente informe de resultados de las encuestas:

INFORME DE RESULTADOS MICROMERCADOS

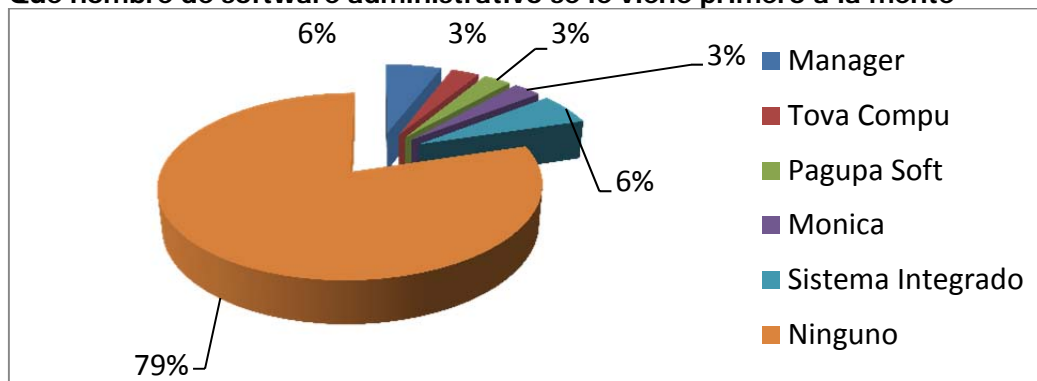
PREGUNTA 1

Estaría dispuesto a través de la tecnología de formar parte de una red asociativa de farmacias/micro mercados independientes



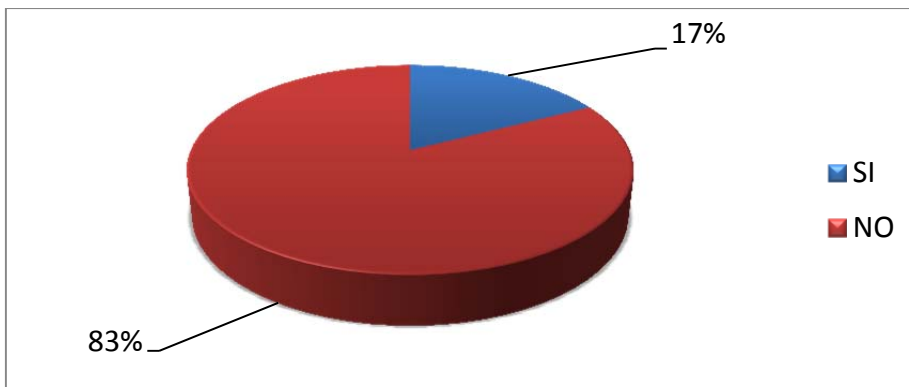
PREGUNTA 2

Que nombre de software administrativo se le viene primero a la mente



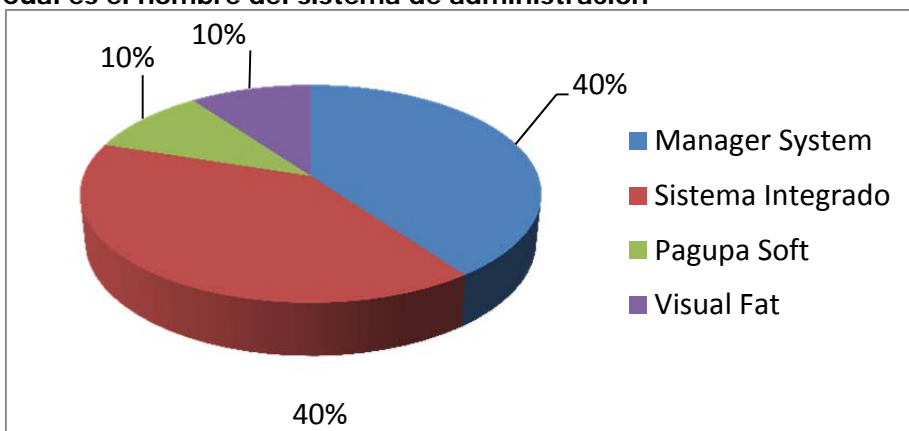
PREGUNTA 3

Cuenta Ud. Con un sistema informático para administrar su negocio?



PREGUNTA 4

Cuál es el nombre del sistema de administración



PREGUNTA 5

Cuanto fue el costo de su sistema informático.

NOMBRE	COSTO	PORCENTAJE
Manager System	\$ 2000	40%
Sistema Integrado	\$ 200	40%
Pagupa Soft	\$ 900	10%
Visual Fat	\$ 2000	10%

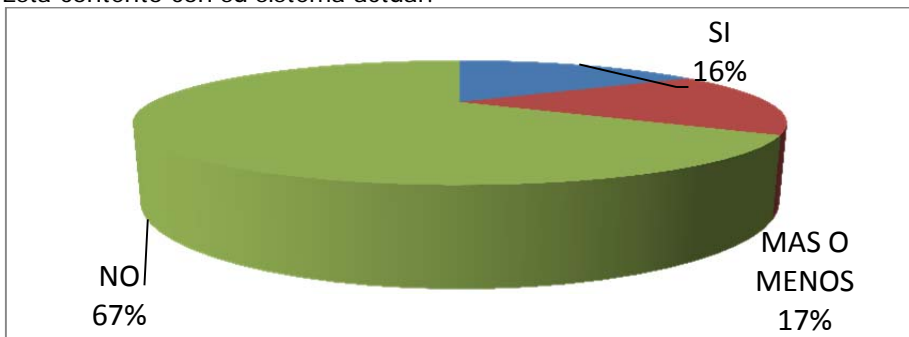
PREGUNTA 6

Paga Ud. Alguna mensualidad por el uso o mantenimiento del sistema.

De la totalidad de las personas que tienen software administrativos en su negocio solo uno paga mantenimiento la cantidad de \$25 cada tres meses los demás no pagan nada o pagan pero solo cada vez que ellos soliciten algún mantenimiento.

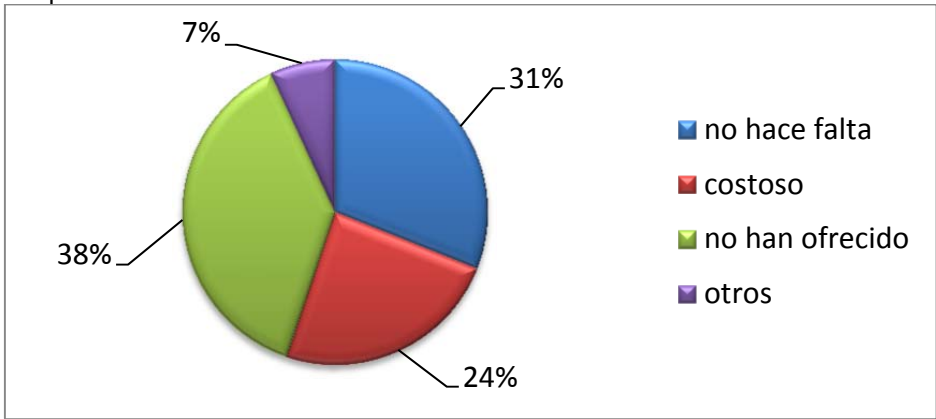
PREGUNTA 7

Está contento con su sistema actual?



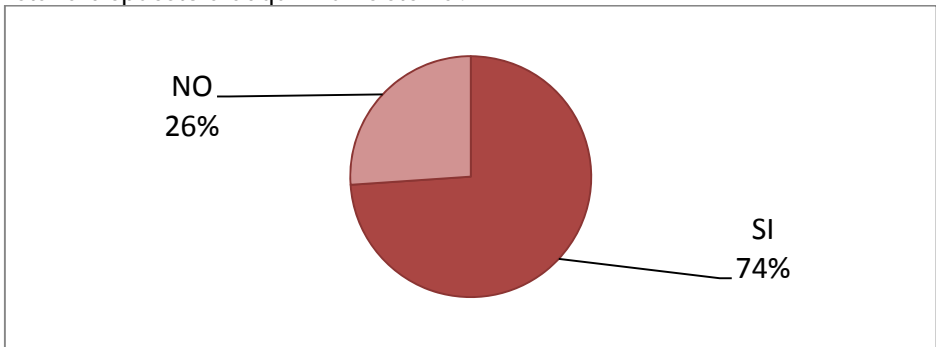
PREGUNTA 8

Porque no tiene un sistema informático?



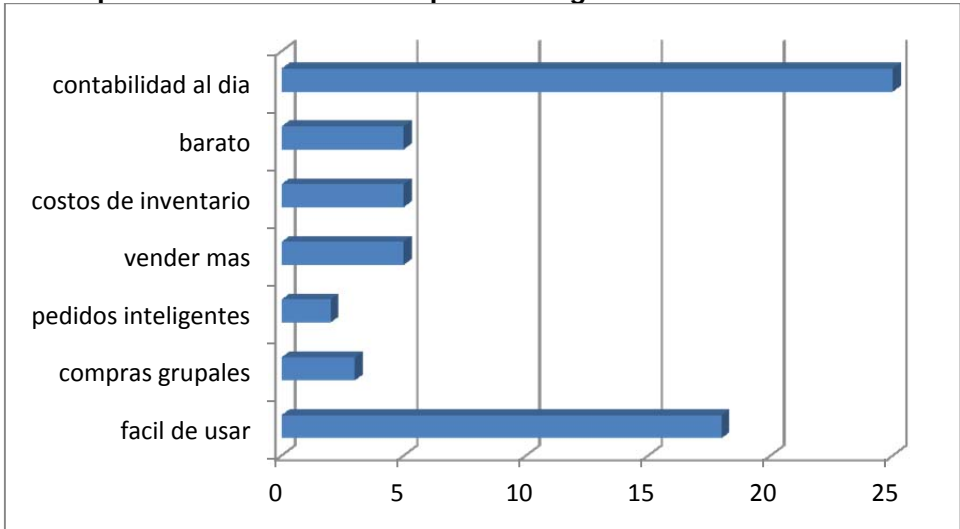
PREGUNTA 9

Estaría dispuesto a adquirir un sistema?



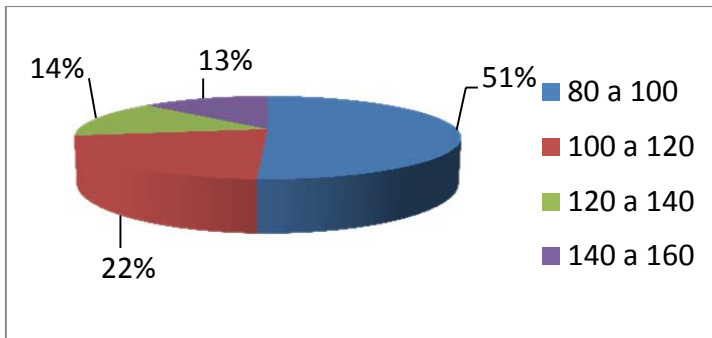
PREGUNTA 10

Señale con una x cual de los beneficios que se detallan a continuación cree Ud. que es mas importante en un software para su negocio



PREGUNTA 11

Si le ofrecieran un software con los beneficios descritos anteriormente en el modelo de arriendo cuanto estaría dispuesto a pagar:



OBSERVACIONES DE LA INVESTIGACION

Las personas encuestadas fueron muy abiertas a la hora de dar información esto quiere decir que los datos entregados son de confianza puesto que no fue necesario presionar para obtener respuesta a las preguntas.

Uno de los inconvenientes que se tuvo fue que los dueños de micro mercados no dominan términos informáticos así que se tuvo que ajustar las palabras en términos más sencillos para que puedan entender las preguntas.

Muchos de los encuestados saben que se vienen tiempos difíciles y que en un futuro va a ser indispensable contar con sistemas informáticos para la administración de sus negocios pero hasta que llegue ese momento no están dispuestos a efectuar esos cambios; otros en cambio no les gustaría pertenecer a esta red que se les estaba ofreciendo ya que no están dispuestos a que otros tomen decisiones por ellos, es decir no están dispuestos a perder su independencia aunque los beneficios de pertenecer a esta red sean muchos.

Existe otro grupo de personas que están muy interesados en actualizarse y pertenecer a esta red ya que considera que aunque se pierda independencia los beneficios a obtener lo justifican, ya que van a tener mayor presencia en el mercado y van a lograr administrar sus negocios con mayor eficacia y eficiencia obteniendo así aumentar sus ventas y por ende sus utilidades

FARMACIAS

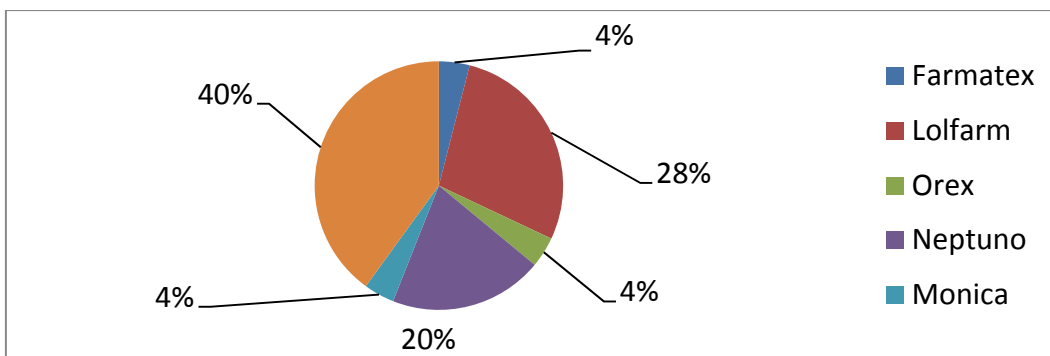
PREGUNTA 1

Estaría dispuesto a través de la tecnología de formar parte de una red asociativa de farmacias independientes



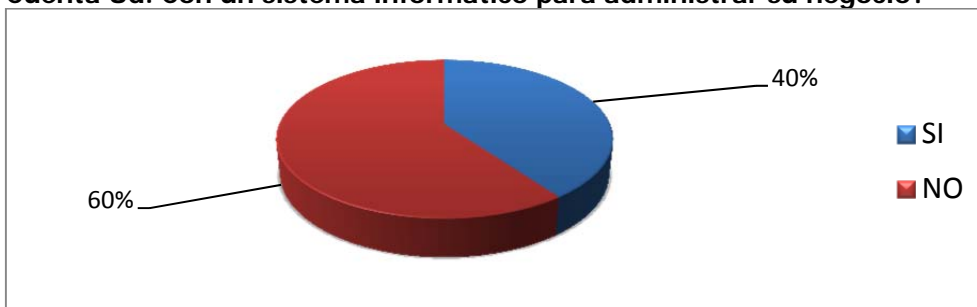
PREGUNTA 2

Que nombre de software administrativo se le viene primero a la mente.



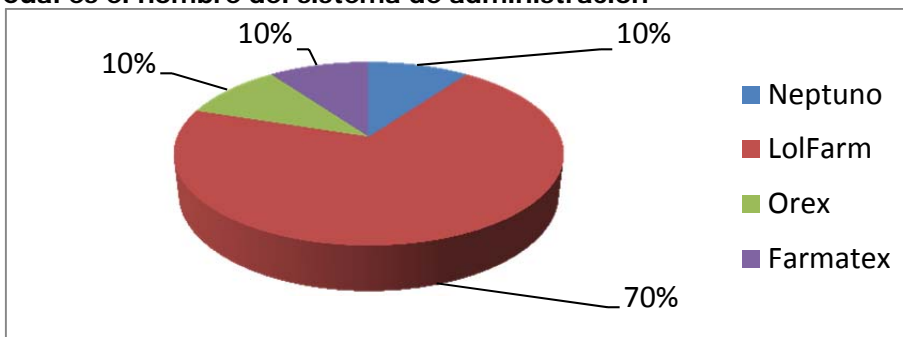
PREGUNTA 3

Cuenta Ud. Con un sistema informático para administrar su negocio?



PREGUNTA 4

Cuál es el nombre del sistema de administración



PREGUNTA 5

Cuanto fue el costo de su sistema informático.

NOMBRE	COSTO	PORCENTAJE
Farmatex	Creado por el mismo	10%
Lolfar	\$ 800	70%
Orex	Regalado	10%
Neptuno	No recuerda	10%

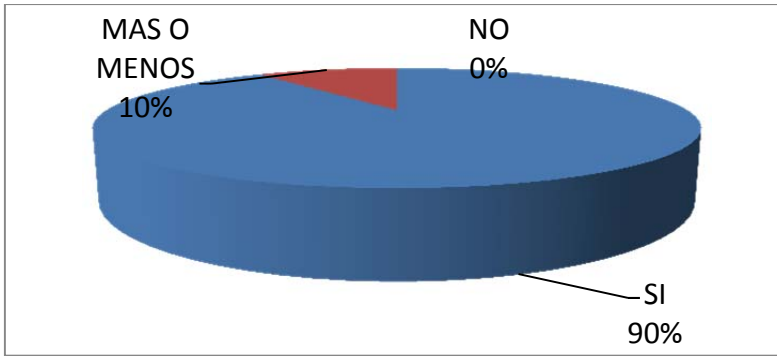
PREGUNTA 6

Paga Ud. alguna mensualidad por el uso o mantenimiento del sistema.

De la totalidad de las personas que tienen software administrativos en su negocio los pocos que pagan mantenimiento cancelan valores de \$300 anuales y los que reciben visitas las veces que ellos necesitan pagan cuotas de \$39 por visita.

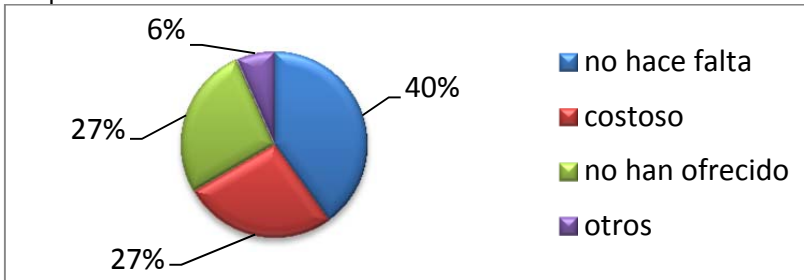
PREGUNTA 7

Está contento con su sistema actual?



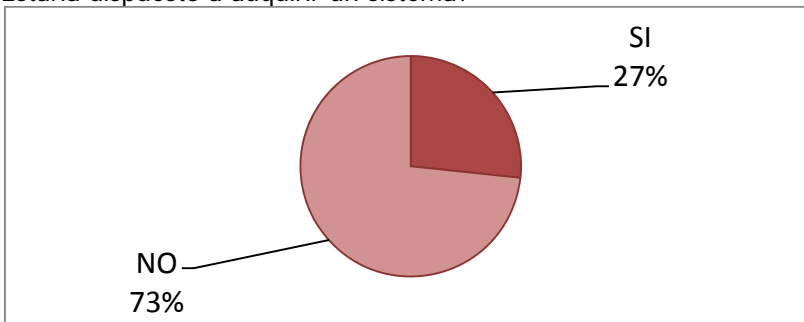
PREGUNTA 8

Porque no tiene un sistema informático?

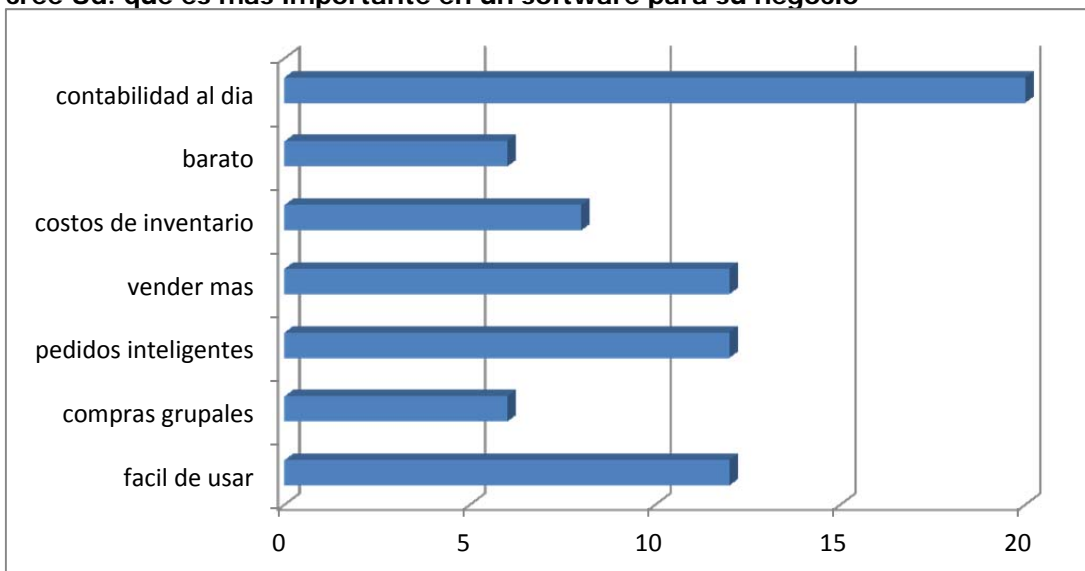


PREGUNTA 9

Estaría dispuesto a adquirir un sistema?

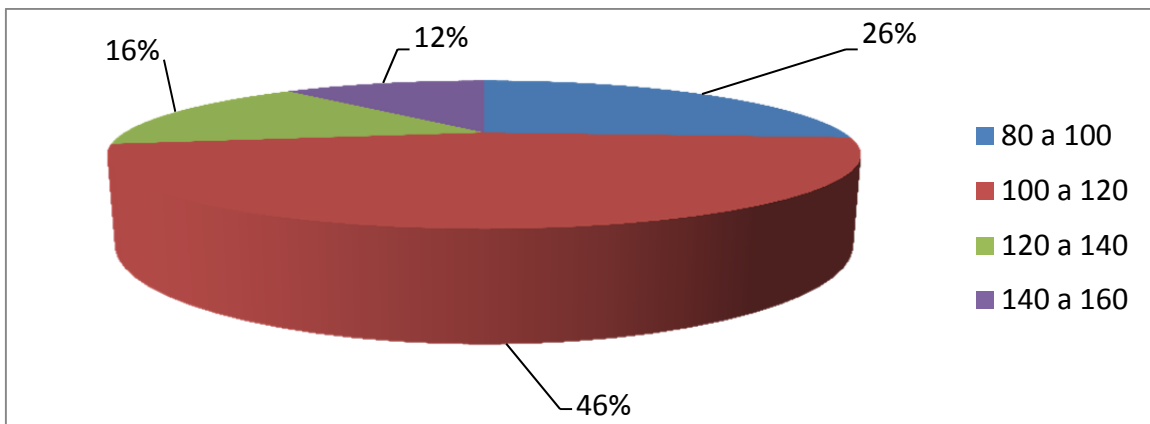


PREGUNTA 10 Señale con una x cual de los beneficios que se detallan a continuación cree Ud. que es mas importante en un software para su negocio



PREGUNTA 11

Si le ofrecieran un software con los beneficios descritos anteriormente en el modelo de arriendo cuanto estaría dispuesto a pagar:



OBSERVACIONES DE LA INVESTIGACION

Los dueños de farmacias fueron un poco más complicados de entrevistar ya que en la mayoría de farmacias solo se encuentran a los empleados por lo que se tuvo que visitar varias veces las mismas lugares hasta encontrar a los dueños ya que los empleados no podían contestar ciertas preguntas como cual fue el costo del sistema informático y cuánto tiempo lo tienen.

Los que no quieren pertenecer a estas redes tienen miedo a ser absorbidos por las mismas ya que algunos tienen la mala experiencia de que el mismo sistema hace pedidos sin la venia de los dueños y estos pedidos cada vez se hacen ms frecuentes hasta que llega el momento en que la deuda se hace impagable y es cuando estas redes ofrecen anular la deuda si dan la farmacia por paga de ella, este tipo de experiencia es muy conocido por los dueños de farmacias y es por esto que no les interesa ser parte de estas redes por miedo a perderlo todo.

Otras personas en cambio sí les interesan mucho la idea de ser parte de estas redes pero al parecer carecen de información y no encuentran a nadie que les brinde la asesoría pertinente de cómo hacer para pertenecer a estas redes.

ANEXO 2: EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

EVALUACION DE DESEMPEÑO				
Nombre del empleado:	Cargo:			
Departamento:	Fecha:			
Período Evaluado:				
1. Insuficiente	2. Deficiente	3. Regular	4. Bueno	5. Muy Bueno
Marcar el número correspondiente a la calificación en el casillero respectivo				
Desempeño de la función: Considera solo el desempeño actual del empleado en su función				
1. Producción: Volumen y cantidad de trabajo normalmente ejecutado				
	Sobrepasa siempre los requerimientos			
	Cumple y a veces sobrepasa los requerimientos			
	Por lo general cumple con los requerimientos			
	Con frecuencia está por debajo de lo esperado			
	Siempre está por debajo de lo esperado			
2. Calidad: Exactitud, pulcritud y orden en los trabajos. No comete errores, la estética y formatos de sus trabajos son correctos.				
	Siempre es superior la calidad de sus trabajos, excede ampliamente las expectativas			
	La calidad de sus trabajos a veces es superior a lo esperado			
	Cumple con la calidad esperada de sus trabajos			
	Parcialmente satisfactorio a veces comete errores y fallas en sus trabajos			
	Comete numerosos errores con bastante frecuencia			
3. Puntualidad: Cumple con las fechas de los trabajos asignados				
	Se anticipa siempre a la fecha de entrega asignada			
	A veces se anticipa a la fecha de entrega			
	Cumple con las fechas de entrega			
	A veces incumple con las fechas de entrega			
	Siempre se retrasa con las fechas de entrega			
4. Conocimiento del trabajo: Grado de conocimiento de su área de trabajo				
	Conoce todo lo necesario y trata de aumentar sus conocimientos			
	Conoce todo lo necesario			
	Conoce en su gran mayoría lo necesario			
	Conoce poco del trabajo, necesita capacitación			
	Desconoce lo que debe hacer en su trabajo			
5. Cooperación: Actitud positiva y cooperadora hacia la empresa, la jefatura y compañeros de equipo				
	Posee excelente espíritu de colaboración y es diligente			
	Se desempeña bien en equipo, procura colaborar			
	Coopera normalmente			
	Demuestra poco espíritu de cooperación, solo cuando es necesario			
	Se muestra renuente a colaborar			
6. Control y Políticas: Cumple con las políticas y procedimientos de la compañía				
	Conoce y aplica todas las políticas y procedimientos, se esfuerza por saber			

más

- Cumple con las políticas y las aplica correctamente
- Cumple con la mayoría de políticas,
- Conoce y aplica poco las políticas de la compañía
- Desconoce la aplicación de las políticas y procedimientos

Características Individuales: Considera solo las características individuales del evaluado y su comportamiento funcional dentro y fuera de su cargo

1. Compresión de Situaciones: Grado en que capta la esencia de un problema; capacidad de asociar situaciones y captar hechos

- Muy buena capacidad de intuición y percepción de problemas y situaciones
- Buena capacidad de intuición y percepción
- Capacidad de intuición y percepción normal, a veces necesita ayuda
- Poca capacidad de intuición y percepción necesita ayuda constante
- Capacidad de intuición y percepción nula

2. Ingenio-Pro actividad: Capacidad de aportar con ideas y proyectos, es creativo. Es pro-activo, se anticipa a las cosas

- Tiene siempre ideas muy buenas, es creativo y se anticipa a sus tareas
- Aporta con ideas, se adelanta a los problemas
- Algunas veces hace sugerencias
- Cumple con su rutina, aporta con muy pocas ideas, no es proactivo
- Carece de ideas y no se anticipa a posibles problemas

3. Disciplina: Cumple con las normas de orden, asistencia, horario, respeto, vestimenta, y comportamiento

- Si, cumple sobrepasando las expectativas
- Si, cumple en todos los casos
- Cumple en ciertos casos, falla en otros
- En la mayoría de casos incumple con las normas de disciplina
- No cumple las normas de disciplina en nada

4. Responsabilidad: Tiene una actitud responsable en general ante cualquier situación que se presente

- Sumamente responsable en todo su accionar
- Ha sido responsable de acuerdo a las situaciones que se han presentado
- Responsable en la mayoría de casos pero ha tenido ciertas fallas
- Demuestra poco grado de responsabilidad, se le llama mucho la atención
- Se muestra como un empleado sin nada de responsabilidad

Áreas de oportunidad de mejora:

Observaciones/Recomendaciones Evaluador:

Observaciones/Recomendaciones Evaluado:

Objetivos planteados para la próxima revisión

Firma Evaluador: _____ Firma Evaluado: _____

ANEXO 3: PLAN DE CONTRATACIÓN INICIAL

INGRESO A LA EMPRESA	CARGO	Remuneración	CANTIDAD	JUSTIFICACIÓN
MES 0	(1) Gerente General	\$300	1	Accionista Principal
MES 0	Gerente Técnico	\$300	1	Accionista
MES 0	Gerente Operativo/Comercial	\$300	1	Accionista
MES 0	Gerente de Desarrollo cultural, organizacional y humano	\$300	1	Accionista
MES 0	Asistente administrativa y contable	\$400	1	Trabajaré desde el inicio en formalizar los documentos contables , IESS , impuestos , etc.
MES 1	Programador Líder	\$1550	1	Colaborará desde el inicio , elaborando cronograma y sugiriendo colaboradores
MES 2	Programador Senior	\$1250	2	Una vez definido el cronograma estariamos listos para comenzar con la customización
MES 4	(2)Técnico de Soporte	\$600	2	Se lo necesita para ingresar datos del inventario, pruebas del software.
MES 6	Vendedores	\$650	2	Los vendedores deben entender el concepto comercial y operativo 1 mes antes del lanzamiento, se estima unas ventas de 10 puntos por mes/ vendedor
<p>(1)Los gerentes tendrán un sueldo representativo hasta que el directorio lo redefina acorde las mejoras del negocio</p> <p>(2)Cada 45 clientes se contratará un nuevo técnico de soporte</p>				

ANEXO 4: DESCRIPCIONES DE PUESTOS DE TRABAJO

Descripción del Puesto:	Programador Líder
Obligaciones:	<p>Será responsable de guiar y ayudar al equipo de programadores en aquellos escenarios de mayor complejidad. Será responsable del cumplimiento del cronograma, asignación de actividades.</p> <p>Deberá proponer las mejoras a las actualizaciones del software.</p> <p>Deberá participar activamente en la programación de los módulos de desarrollo que por su complejidad lo requiera.</p> <p>Será responsable de interactuar y filtrar los requerimientos vs tiempos de implementación</p>
Contexto:	El departamento de desarrollo y mantenimiento del software deberá gestionar los requerimientos y mejoras del software. El enfoque será hacer el software más amigable y robusto en el menor tiempo posible , usando metodología de programación tipo AGILE
Criterios:	
Formación Académica y Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> - Escolaridad mínima de 3er nivel en Computación y/o afines - Desarrollo de proyectos de software opensource , de preferencia haber participado en alguna comunidad de desarrollo - Manejo de lenguajes Web (PHP, JAVA, ASP) - Manejo de Base de Datos (Mysql y Postgress) - Experiencia participando en desarrollos para la industria del retail y/o farmacéutica. - Haber liderado algún desarrollo de software - Inglés: Lectura 100%, Escritura 70%, Audición 70%
Aptitudes intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> - Que use ambos lados del cerebro: Analítico, Creativo y resuelto - Buenos dotes de comunicación oral y escrita para con todos los stakeholders - Buenos dotes de resolución de problemas
Características Personales	<ul style="list-style-type: none"> - Enérgico, capaz de resistir presiones. - Orientado hacia el detalle
Características motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Orientado a resultados. - Nivel de energía alto.

Descripción del Puesto:	Programador Senior
Obligaciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Será responsable del cumplimiento del cronograma asignado - Deberá proponer las mejoras a las actualizaciones del software. - Deberá participar activamente en la programación de los diferentes módulos, desarrollo y modificación de interfaces, soporte técnico a nivel de programación y implementación del ciclo de vida de actualizaciones.

Contexto:	El departamento de desarrollo y mantenimiento del software deberá gestionar los requerimientos y mejoras del software. El enfoque será hacer el software más amigable y robusto en el menor tiempo posible , usando metodología de programación tipo AGILE
Criterios:	
Formación Académica y Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> - Escolaridad mínima de 3er nivel en Computación y/o afines - Desarrollo de proyectos de software opensource , de preferencia haber participado en alguna comunidad de desarrollo - Manejo de lenguajes Web (PHP, JAVA, ASP) - Manejo de Base de Datos (Mysql y Postgress) - Experiencia participando en desarrollos para la industria del retail y/o farmacéutica. - Desarrollo de interfaces - Conocimiento de interacción hombre-máquina - Haber liderado algún desarrollo de software - Inglés: Lectura 100%, Escritura 70%, Audición 70%
Aptitudes intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> - Analítico y resuelto - Buenos dotes de comunicación oral y escrita para con todos los stakeholders - Buenos dotes de resolución de problemas
Características Personales	<ul style="list-style-type: none"> - Capaz de resistir presiones. - Orientado hacia el detalle
Características motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Orientado a resultados. - Nivel de energía alto.

Descripción del Puesto:	Gerente Técnico
Obligaciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Será responsable de que se apliquen las mejores prácticas durante el ciclo de vida del desarrollo y actualización del software - Definición de estándares, lineamientos técnicos y operacionales sobre la plataforma tecnológica del negocio - Alineamiento del área técnica con las necesidades del negocio - Soporte posventa del producto - Testear y auditar el software , acorde a criterios de: facilidad de uso , robustez y seguridad informática
Contexto:	<p>El departamento técnico será responsable una parte medular de la cadena de valor del negocio, el producto de software y el soporte postventa, por lo tanto es vital la interacción con el área comercial para así plasmar las necesidades del cliente de la forma más amigable posible y con la mejor robustez.</p> <p>El soporte postventa es un proceso vital que nos permitirá desarrollar la fidelidad de nuestros clientes</p>
Criterios:	
Formación	<ul style="list-style-type: none"> - Escolaridad mínima de 4to nivel en Computación y/o afines al

Académica y Experiencia	<p>negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima 8 años liderando proyectos de desarrollo tecnológico - Manejo de lenguajes Web (PHP, JAVA, ASP) - Manejo de Base de Datos (Mysql y Postgress) - Conocimiento y experiencia de interacción hombre-máquina - Conocimiento y experiencia de estándares PMbok , SDLC - Conocimiento y experiencia de redes de telecomunicaciones - Conocimiento y experiencia en seguridad de informática - Conocimiento y experiencia en Planes de contingencia - Conocimiento y experiencia en modelos Cloud-Computing - Liderar equipos competitivos - Inglés: Lectura 100%, Escritura 80%, Audición 90%
Aptitudes intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> - Que use ambos lados del cerebro: Analítico, Creativo y resuelto - Buenos dotes de comunicación oral y escrita para con todos los stakeholders - Buenos dotes de resolución de problemas
Características Personales	<ul style="list-style-type: none"> - Enérgico, capaz de resistir presiones. - Motivador - Orientado hacia el detalle
Características motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Orientado a resultados. - Nivel de energía alto.

Descripción del Puesto:	Asistente Administrativa y Contable
Obligaciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Será responsable de manejar la parte operativa contable de la empresa e interactuar con el contador externo. - Será responsable de la gestión de Cobro y facturación - Será responsable de la gestión de pagos a proveedores y caja chica. - Rendirá cuentas al Gerente General - Apoyo mecanográfico a todas las gerencias
Contexto:	El área administrativa estará bajo el mando del director general y de dicha área dependerá el soporte BackOffice para el negocio , se prevé que crecerá conforme ganemos más clientes
Criterios:	
Formación Académica y Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> - Estudiante universitario de carreras administrativas , comerciales y/o contables - Conocimiento de uso de software contable - Gestión de Cobro - Experiencia previa en puestos similares - Inglés: Lectura 100%, Escritura 70%, Audición 70%
Aptitudes intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> - Analítico y resuelto - Buenos dotes de comunicación oral y escrita para con todos los stakeholders - Buenos dotes de resolución de problemas
Características Personales	<ul style="list-style-type: none"> - Enérgico, capaz de resistir presiones. - Proactividad

Características motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Orientado a resultados. - Nivel de energía alto.
---------------------------------------	---

Descripción del Puesto:	Técnico de Soporte
Obligaciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Será responsable del soporte técnico, remoto y en sitio, de los clientes; a nivel de software y conectividad de la red a 1er nivel. - Será el 1er punto del contacto del cliente por medio del Call center, MSN, Celular, Redes Sociales. - Procesará y recogerá las órdenes de servicios que le entreguen los vendedores. - Instalación de nuevos clientes - Capacitación del manejo del software a los clientes - Recolectar peticiones de mejoras del software por parte del cliente y llevarlas al programador líder.
Contexto:	El soporte técnico es un interlocutor de todas la áreas de la empresa (Ventas, Programadores, Técnico, Operaciones)
Criterios:	
Formación Académica y Experiencia	<ul style="list-style-type: none"> - Escolaridad mínima de Tecnólogo de sistemas y/o afines - Soporte y mantenimiento del Sistemas Operativo Windows - Soporte y mantenimiento del sistema operativo Linux desktop - Conocimiento de mantenimiento y configuración de redes de telecomunicaciones
Aptitudes intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> - Proactivo y resuelto - Buenos dotes de comunicación oral y escrita - Buenos dotes de resolución de problemas - Autodidacta con capacidad de investigación técnica
Características Personales	<ul style="list-style-type: none"> - Capaz de resistir presiones. - Orientado hacia el servicio - Muy buenas relaciones interpersonales - Persistente
Características motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Orientado al cliente - Nivel de energía altísimo.

ANEXO 5: MODELO CÓDIGO ABIERTO

Movimiento del "código abierto"



Mapa conceptual del [software libre y de código abierto](#).

La idea del código abierto se centra en la premisa de que al compartir el código, el programa resultante tiende a ser de calidad superior al software propietario, es una visión técnica. Por otro lado, el [software libre](#) tiene tendencias [filosóficas](#) e incluso [morales](#): el software propietario, al no poder compartirse, es "antiético" dado que prohibir compartir entre seres humanos va en contra del sentido común.

Al igual que el [software libre](#), el *código abierto* u *open source* tiene una serie de requisitos² necesarios para que un programa pueda considerarse dentro de este movimiento, éstos son:

- Libre redistribución: el software debe poder ser regalado o vendido libremente.
- Código fuente: el código fuente debe estar incluido u obtenerse libremente.
- Trabajos derivados: la redistribución de modificaciones debe estar permitida.
- Integridad del código fuente del autor: las licencias pueden requerir que las modificaciones sean redistribuidas sólo como parches.
- Sin discriminación de personas o grupos: nadie puede dejarse fuera.
- Sin discriminación de áreas de iniciativa: los usuarios comerciales no pueden ser excluidos.
- Distribución de la licencia: deben aplicarse los mismos derechos a todo el que reciba el programa
- La licencia no debe ser específica de un producto: el programa no puede licenciarse solo como parte de una distribución mayor.
- La licencia no debe restringir otro software: la licencia no puede obligar a que algún otro software que sea distribuido con el software abierto deba también ser de código abierto.
- La licencia debe ser tecnológicamente neutral: no debe requerirse la aceptación de la licencia por medio de un acceso por clic de ratón o de otra forma específica del medio de soporte del software. **Fuente: Wikipedia**

PROYECTOS A EVALUAR: <http://www.foodservice.com/blogs/technology/10-Popular-Free-Open-source-POS/>

ANEXO 6: INTERFACE METAFÓRICA

Equipo, Mozilla Thunderbird, HP Support Assistant, ophcrack, impresora, Papelera de reciclaje, Oracle VM VirtualBox, DIMM Formularios, VPN Client, 7, TrueCrypt, FortiClient Connect..., Cronograma Standby 20..., Adobe Reader X, VLC media player, Nmap - Zenmap GUI, Cain, Experimento HP Virtual..., aMule, Pidgin, putty, get file, Calendario EMBATO, DISTRIBUCIÓN DE SESIONES, Divix

VENTAS
Rotura Perdida

INVENTARIO

REPOSICIÓN
Revisar Pedido

DESCRIPCIÓN PRODUCTO

Generación de Comprobante [Factura]

CERRAR SESION ABREVIATURAS DE USO

Código Cliente: 1
Nombre Cliente: Carlos Pita
Domicilio Cliente: []

Posición Fiscal: Responsable Inscripto
Tipo: A
Número de Factura: 131
Fecha: 15/10/2009
Vencimiento: 30/10/2009

Código	Descripción	Precio	Cantidad
			0.00

Comprobante:
 Factura
 Remito
 Presupuesto
 Devolución

Lista:
 Cuenta Corriente
 Modifica Precio

Cancelar Imprimir

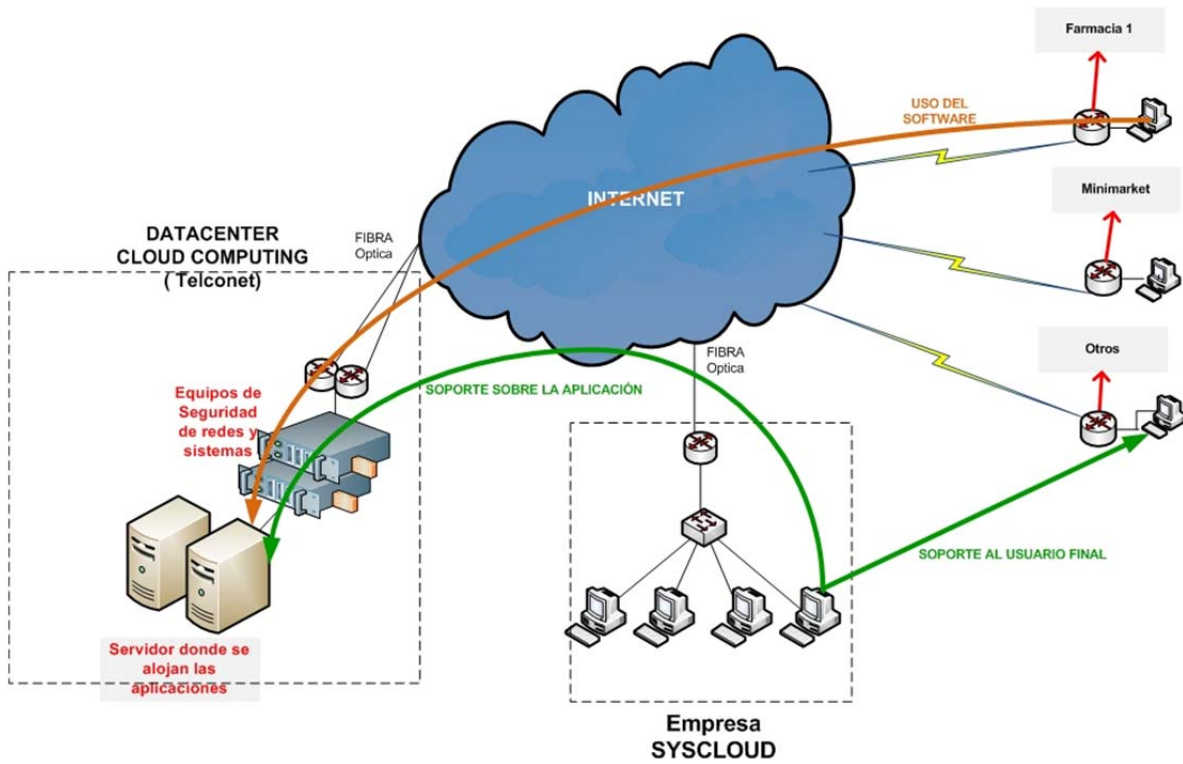
Código	Descripción	Cantidad	Subtotal	Total	Iva
21	AMD SEMPRO 1150	1.00	137.00	137.00	10.5
37	CARTUCHO COMPATIBLE C9362W (92)	1.00	55.94	55.94	10.5
12	COOLER GABINETE 4'	1.00	12.00	12.00	10.5

Condición de Venta: contado
 Remito/Orden: []
 Descuento: []
 Gravado: % 0.00
 Total: \$ 204.94
 Total: \$ 226.45

STATUS SOFTWARE ON STATUS RED OFF MODOS: CONTINGENCIA

15:46 25/05/2012

ANEXO 7: ARQUITECTURA DE LA SOLUCIÓN



ANEXO 8: CARTILLA DE SOPORTE

<p>Contacto Problema de Conectividad ISP: Pepitonet Msn: soportenube@pepitonet.net Numero Convencional: 042555000 Número Celular y Whatsapp : 098653004 PIN: AB1030</p>	<p>Contacto Problema de Software ASP: SYSCLOUD Msn: soporte@syscloud.com Numero Convencional: 042555999 y 1800-NUBYA Número Celular y Whatsapp : 098653000 PIN: AB1031 Síguenos en www.twitter.com/syscloud y www.facebook.com/syscloud</p>
--	--

SISCLLOUD

ANEXO 9: PERDIDAS Y GANANCIAS 1er. Ejercicio: 2013

INGRESOS	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Venta neta total	140.960	87,0%	2.212	4.079	5.748	7.417	9.284	10.953	12.474	14.341	16.010	17.679	19.547	21.216
Venta bruta	142.384	87,9%	2.234	4.120	5.806	7.492	9.378	11.064	12.600	14.486	16.172	17.858	19.744	21.430
Clientes Perdidos	-1.424	-0,9%	-22	-41	-58	-75	-94	-111	-126	-145	-162	-179	-197	-214
Otros ingresos	21.056	13,0%	320	592	848	1.104	1.376	1.632	1.872	2.144	2.400	2.656	2.928	3.184
TOTAL ingresos netos	162.016		2.532	4.671	6.596	8.521	10.660	12.585	14.346	16.485	18.410	20.335	22.475	24.400
GASTOS	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Coste de ventas	9.480	6,7%	790	790	790	790	790	790	790	790	790	790	790	790
fijos	9.480	6,7%	790	790	790	790	790	790	790	790	790	790	790	790
Personal	156.600	111,1%	44.854	8.843	9.383	9.383	9.518	10.058	9.956	10.193	10.733	10.733	11.543	11.408
comisiones	14.580	10,3%	1.519	1.283	1.148	1.148	1.283	1.148	1.046	1.283	1.148	1.148	1.283	1.148
salarios previos	35.775	25,4%	35.775	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
producción/servicio	77.085	54,7%	5.130	5.130	5.805	5.805	5.805	6.480	6.480	6.480	7.155	7.155	7.830	7.830
marketing/ventas	17.820	12,6%	1.485	1.485	1.485	1.485	1.485	1.485	1.485	1.485	1.485	1.485	1.485	1.485
administración/DG	11.340	8,0%	945	945	945	945	945	945	945	945	945	945	945	945
Marketing y ventas	12.120	8,6%	1.260	960	960	960	960	960	1.260	960	960	960	960	960
Publicidad y pr.	9.120	6,5%	1.010	710	710	710	710	710	1.010	710	710	710	710	710
Gastos ventas	3.000	2,1%	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Generales y adm	28.298	20,1%	9.200	1.969	1.677	1.685	1.693	1.701	1.709	1.717	1.725	1.733	1.742	1.750
Arrendamientos	6.000	4,3%	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Limpieza	1.200	0,9%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Patente	300	0,2%	0	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguros	240	0,2%	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Servicios Previos	7.440	5,3%	7.440	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios Basico	5.160	3,7%	430	430	430	430	430	430	430	430	430	430	430	430
NUBE	7.200	5,1%	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
Servicios Bancarios	758	0,5%	110	19	27	35	43	51	59	67	75	83	92	100
Total gastos	206.498	146,5%	56.104	12.561	12.809	12.817	12.961	13.509	13.715	13.660	14.208	14.216	15.034	14.907
E.B.I.T.D.A.	-44.482	-31,6%	-53.572	-7.890	-6.213	-4.296	-2.300	-923	631	2.826	4.203	6.120	7.441	9.493
Amortizaciones	3.113	2,2%	259	259	259	259	259	259	259	259	259	259	259	259
Res. Explotación	-47.595	-33,8%	-53.832	-8.150	-6.473	-4.555	-2.560	-1.183	372	2.566	3.943	5.860	7.181	9.233
RESULTADO	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
antes de impuestos	-47.595	-33,8%	-53.832	-8.150	-6.473	-4.555	-2.560	-1.183	372	2.566	3.943	5.860	7.181	9.233
impuestos	0	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESULTADO NETO	-47.595	-33,8%	-53.832	-8.150	-6.473	-4.555	-2.560	-1.183	372	2.566	3.943	5.860	7.181	9.233

SISCLLOUD

0

ANEXO 10: CASH FLOW

1er. Ejercicio: 2013

COBROS	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Cobros por ventas	157.875	2.477	4.568	6.438	8.307	10.398	12.268	13.971	16.062	17.932	19.801	21.892	23.762
Otros cobros	103.583	60.358	8.663	8.950	5.236	1.541	1.828	2.097	2.401	2.688	2.975	3.279	3.566
Otros ingresos	23.583	358	663	950	1.236	1.541	1.828	2.097	2.401	2.688	2.975	3.279	3.566
Socios	80.000	60.000	8.000	8.000	4.000	0	0	0	0	0	0	0	0
Total cobros	261.458	62.835	13.231	15.387	13.544	11.939	14.096	16.068	18.463	20.620	22.776	25.172	27.328
PAGOS	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Pagos operativos	159.591	12.689	12.279	12.821	12.579	12.589	13.177	13.570	13.150	13.832	13.890	14.353	14.663
Salarios e incentivos	71.342	5.076	5.076	5.530	5.530	5.530	5.983	5.983	5.983	6.436	6.436	6.889	6.889
Comisiones	9.020	0	1.020	861	771	771	861	771	703	861	771	771	861
Gastos prod/servicio	10.618	885	885	885	885	885	885	885	885	885	885	885	885
Publicidad y promoción	10.214	1.131	795	795	795	795	795	1.131	795	795	795	795	795
Gastos de Ventas	3.360	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280
Arrendamientos	6.720	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560
Conservación	1.344	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Tributos	300	0	0	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguros	269	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Suministros	5.779	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482
Viajes, dietas...	8.064	672	672	672	672	672	672	672	672	672	672	672	672
Servicios Bancarios	849	123	21	30	39	48	57	66	75	84	93	102	111
Liq. costes salariales	31.712	3.345	2.354	2.293	2.433	2.433	2.468	2.608	2.581	2.643	2.783	2.783	2.993
Otros pagos	67.623	50.059	629	612	650	650	659	1.758	1.960	2.268	2.536	2.766	3.077
Compra activos	7.616	7.616	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Liquidación I.V.A.	9.986	0	0	0	0	0	0	1.061	1.271	1.562	1.792	2.022	2.278
Retenciones salariales	10.610	3.032	629	612	650	650	659	697	690	706	743	743	799
Anteriores (preparación)	39.411	39.411											
Total pagos	227.214	62.747	12.907	13.433	13.229	13.239	13.836	15.328	15.110	16.100	16.426	17.119	17.740
SALDOS		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo neto mensual		88	324	1.954	314	-1.299	260	740	3.354	4.520	6.350	8.053	9.588
Saldo neto acumulado		88	412	2.366	2.680	1.381	1.641	2.380	5.734	10.254	16.604	24.657	34.244

SISCLLOUD

0

ANEXO 11: BALANCE

1er. Ejercicio: 2013

ACTIVO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ACTIVO NO CORRIENTE	8.041	7.781	7.522	7.262	7.003	6.743	6.484	6.224	5.965	5.706	5.446	5.187
Inmoviliz. INTANGIBLE	1.375	1.250	1.125	1.000	875	750	625	500	375	250	125	0
Inmovilizado MATERIAL	6.666	6.531	6.397	6.262	6.128	5.993	5.859	5.724	5.590	5.456	5.321	5.187
ACTIVO CORRIENTE	22.130	14.304	7.878	3.582	1.416	1.641	2.380	5.734	10.254	16.604	24.657	34.244
REALIZABLE	22.042	13.892	5.512	901	35	0	0	0	0	0	0	0
Socios	20.000	12.000	4.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros	4.084	3.784	3.023	1.802	70	0	0	0	0	0	0	0
DISPONIBLE	88	412	2.366	2.680	1.381	1.641	2.380	5.734	10.254	16.604	24.657	34.244
ACTIVO Total	30.171	22.085	15.399	10.844	8.419	8.384	8.864	11.958	16.219	22.309	30.103	39.431
PATRIMONIO NETO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
FONDOS PROPIOS	26.168	18.019	11.546	6.991	4.431	3.249	3.620	6.187	10.130	15.990	23.172	32.405
Capital	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Resultados	-53.832	-61.981	-68.454	-73.009	-75.569	-76.751	-76.380	-73.813	-69.870	-64.010	-56.828	-47.595
PATRIMONIO NETO Total	26.168	18.019	11.546	6.991	4.431	3.249	3.620	6.187	10.130	15.990	23.172	32.405
PASIVO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PASIVO CORRIENTE	4.002	4.066	3.853	3.853	3.988	5.136	5.244	5.772	6.089	6.319	6.931	7.026
PROVEEDORES	0	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTRAS CUENTAS PAGAR	4.002	3.766	3.853	3.853	3.988	5.136	5.244	5.772	6.089	6.319	6.931	7.026
Gastos y retenciones personal	4.002	3.766	3.853	3.853	3.988	4.075	3.973	4.210	4.296	4.296	4.653	4.518
I.V.A. pendiente liquidación	0	0	0	0	0	1.061	1.271	1.562	1.792	2.022	2.278	2.508
PASIVO Total	4.002	4.066	3.853	3.853	3.988	5.136	5.244	5.772	6.089	6.319	6.931	7.026
PATRIMONIO NETO Y PASIVO Total	30.171	22.085	15.399	10.844	8.419	8.384	8.864	11.958	16.219	22.309	30.103	39.431
FONDO DE MANIOBRA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
FONDO DE MANIOBRA	18.128	10.238	4.025	-271	-2.572	-3.495	-2.863	-38	4.165	10.285	17.725	27.218

INGRESOS	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
Venta neta total	140.960	87,0%	162.104	87,0%	186.420	87,0%	214.383	87,0%	246.540	87,0%
Otros ingresos	21.056	13,0%	24.214	13,0%	27.847	13,0%	32.024	13,0%	36.827	13,0%
TOTAL ingresos netos	162.016		186.319		214.266		246.406		283.367	
% variación anual			15,0%		15,0%		15,0%		15,0%	
GASTOS	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
Coste de ventas	9.480	5,9%	10.902	6,7%	12.537	7,7%	14.418	8,9%	16.581	10,2%
Personal	156.600	96,7%	123.755	76,4%	131.379	81,1%	141.677	87,4%	151.859	93,7%
Marketing y ventas	12.120	7,5%	13.938	8,6%	16.029	9,9%	18.433	11,4%	21.198	13,1%
Generales y adm	28.298	17,5%	22.301	13,8%	24.529	15,1%	26.367	16,3%	29.106	18,0%
Amortizaciones	3.113	1,9%	1.613	1,0%	1.613	1,0%	280	0,2%	280	0,2%
Total gastos	209.611	129,4%	172.509	106,5%	186.087	114,9%	201.175	124,2%	219.024	135,2%
% variación anual			-17,7%		7,9%		8,1%		8,9%	
Res. Explotación	-47.595	-29,4%	13.810	8,5%	28.179	17,4%	45.231	27,9%	64.343	39,7%
% variación anual			-129,0%		104,1%		60,5%		42,3%	
RESULTADO	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
antes de impuestos	-47.595	-29,4%	13.810	8,5%	28.179	17,4%	45.231	27,9%	64.343	39,7%
impuestos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-9.906	-21,9%	-16.086	-25,0%
RESULTADO NETO	-47.595	-29,4%	13.810	8,5%	28.179	17,4%	35.325	21,8%	48.257	29,8%
% variación anual			-129,0%		104,1%		25,4%		36,6%	

COBROS	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
Cobros por ventas	157.875	60,4%	181.557	87,0%	208.790	87,0%	240.109	87,0%	276.125	87,0%
Otros cobros	103.583	39,6%	27.120	13,0%	31.188	13,0%	35.866	13,0%	41.246	13,0%
Otros ingresos	23.583	9,0%	27.120	13,0%	31.188	13,0%	35.866	13,0%	41.246	13,0%
Socios	80.000	30,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total cobros	261.458		208.677	-20,2%	239.978	15,0%	275.975	15,0%	317.371	15,0%
PAGOS	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
Pagos operativos	159.591	70,2%	167.799	87,1%	181.511	86,5%	197.952	86,0%	216.011	82,4%
Salarios e incentivos	71.342	31,4%	76.078	39,5%	81.258	38,7%	88.457	38,4%	95.817	36,5%
Comisiones	9.020	4,0%	8.975	4,7%	8.957	4,3%	8.843	3,8%	8.494	3,2%
Gastos prod/servicio	10.618	4,7%	12.210	6,3%	14.042	6,7%	16.148	7,0%	18.570	7,1%
Publicidad y promoción	10.214	4,5%	11.747	6,1%	13.509	6,4%	15.535	6,8%	17.865	6,8%
Gastos de Ventas	3.360	1,5%	3.864	2,0%	4.444	2,1%	5.110	2,2%	5.877	2,2%
Arrendamientos	6.720	3,0%	6.720	3,5%	7.392	3,5%	7.392	3,2%	8.131	3,1%
Conservación	1.344	0,6%	1.411	0,7%	1.482	0,7%	1.556	0,7%	1.634	0,6%
Tributos	300	0,1%	345	0,2%	397	0,2%	456	0,2%	525	0,2%
Seguros	269	0,1%	269	0,1%	269	0,1%	269	0,1%	269	0,1%
Suministros	5.779	2,5%	6.068	3,2%	6.372	3,0%	6.690	2,9%	7.025	2,7%
Viajes, dietas...	8.064	3,5%	9.274	4,8%	10.665	5,1%	12.264	5,3%	14.104	5,4%
Servicios Bancarios	849	0,4%	849	0,4%	849	0,4%	849	0,4%	849	0,3%
Liq. costes salariales	31.712	14,0%	29.990	15,6%	31.878	15,2%	34.383	14,9%	36.851	14,1%
Otros pagos	67.623	29,8%	24.762	12,9%	28.307	13,5%	32.120	14,0%	46.189	17,6%
Compra activos	7.616	3,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Liquidación I.V.A.	9.986	4,4%	15.890	8,3%	18.857	9,0%	21.889	9,5%	25.334	9,7%
Retenciones salariales	10.610	4,7%	8.872	4,6%	9.450	4,5%	10.230	4,4%	10.949	4,2%
Impuesto sociedades	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	9.906	3,8%
Anteriores (preparación)	39.411	17,3%								
Total pagos	227.214		192.561	-15,3%	209.818	9,0%	230.072	9,7%	262.200	14,0%
SALDOS	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
Saldo neto anual	34.244		16.116	-52,9%	30.160	87,1%	45.903	52,2%	55.172	20,2%
Saldo neto acumulado	34.244		50.360	47,1%	80.520	59,9%	126.424	57,0%	181.595	43,6%

SIS CLOUD

ANEXO 14: BALANCE

2013 2017

ACTIVO	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
NO CORRIENTE	5.187	13,2%	3.573	6,6%	1.960	2,4%	1.680	1,3%	1.400	0,8%
Inmoviliz. INTANGIBLE	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Inmovilizado MATERIAL	5.187	13,2%	3.573	6,6%	1.960	2,4%	1.680	1,3%	1.400	0,8%
CORRIENTE	34.244	86,8%	50.360	93,4%	80.520	97,6%	126.424	98,7%	181.595	99,2%
DISPONIBLE	34.244	86,8%	50.360	93,4%	80.520	97,6%	126.424	98,7%	181.595	99,2%
Total	39.431		53.934		82.480		128.104		182.995	

PATRIMONIO NETO	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
FONDOS PROPIOS	32.405	82,2%	46.214	85,7%	74.393	90,2%	109.719	85,6%	157.976	86,3%
Capital	80.000	202,9%	80.000	148,3%	80.000	97,0%	80.000	62,4%	80.000	43,7%
Reservas	0	0,0%	0	0,0%	13.809	16,7%	41.988	32,8%	77.313	42,2%
Resultados	-47.595	-120,7%	-33.786	-62,6%	-19.416	-23,5%	-12.269	-9,6%	663	0,4%
Total	32.405	82,2%	46.214	85,7%	74.393	90,2%	109.719	85,6%	157.976	86,3%

PASIVO	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
CORRIENTE	7.026	17,8%	7.719	14,3%	8.087	9,8%	18.385	14,4%	25.019	13,7%
OTRAS CUENTAS PAGAR	7.026	17,8%	7.719	14,3%	8.087	9,8%	18.385	14,4%	25.019	13,7%
Gastos y retenciones personal	4.518	11,5%	4.358	8,1%	4.195	5,1%	3.959	3,1%	3.706	2,0%
I.V.A. pendiente liquidación	2.508	6,4%	3.361	6,2%	3.892	4,7%	4.520	3,5%	5.227	2,9%
Impuestos	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	9.906	7,7%	16.086	8,8%
Total	7.026	17,8%	7.719	14,3%	8.087	9,8%	18.385	14,4%	25.019	13,7%
PATRIMONIO NETO Y PASIVO Total	39.431		53.934		82.480		128.104		182.995	

FONDO DE MANIOBRA	2013	%	2014	%	2015	%	2016	%	2017	%
FONDO DE MANIOBRA	27.218		42.641	56,7%	72.433	69,9%	108.039	49,2%	156.576	44,9%

ANEXO 15: PLAN DE INVERSIONES

PLAN DE INVERSIONES	
Inversiones en Activos	
Mobiliario y Enseres	2.800
Ordenadores	4.000
TOTAL INVERSIONES ACTIVOS	6.800
Gastos Pre-operativos	
Página WEB	400
Diseño Marcas	600
Constitución	500
Garantía Arriendo	1.500
Arriendo	3.000
Limpieza	600
Servicios Básicos	2.340
Salarios Previos	
Producción	27.135
Ventas	2.970
Administración	5.670
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS	44.715
Capital de Trabajo	
	27.000
Máximo Déficit Acumulado	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	27.000
TOTAL INVERSIONES	78.515

ESTRUCTURA DE LAS INVERSIONES	VALOR	%
TOTAL INVERSIONES ACTIVOS	6.800	8,66%
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS	44.715	56,95%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	27.000	34,39%
TOTAL INVERSIONES	78.515	100,00%

ANEXO 16: IDENTIFICACIÓN Y TRATAMIENTO DE RIESGOS

RIESGO	Probabilidad de ocurrencia	Impact	NIVEL	TIPO	RESPUESTA	COSTO
Al cliente se le dificulta asimilar el modelo del uso y el cobro de software como servicio	3	5	15	Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Reforzar la gestión de ventas con analogías hacia los servicios de agua, luz, teléfono. Crear publicidad donde se despeje estas dudas. 	Ya cubierto
Ciertos clientes podrían tener la percepción que con este modelo de servicio pierden independencia y controlarían sus pedidos	4	4	16	Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Afianzar en la gestión preventa que nuestro modelo no es de control sino que equilibra el poder ante compras grupales. Crear publicidad donde se despeje estas dudas. 	Ya cubierto
Para el caso de las farmacias puede existir Negación de distribuidores y laboratorios en participar en nuestro sistema	3	4	12	Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Tener varias opciones para negociar, pues alguien SI le interesará atender de manera más eficiente a las farmacias independientes. 	Ya cubierto
El beneficio de pedidos inteligentes puede estar enfrentado con el poder del distribuidor para seguir el modelo antiguo de push.	4	4	16	Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Negociar el acceso a la estadísticas de ventas en los puntos finales y en tiempo real , con los fabricantes de productos de consumo masivo a cambio que ellos exijan a alguien atender a los usuarios de nuestro software 	Ya cubierto
Retrasos en el desarrollo del software	2	4	8	Operativo	<ul style="list-style-type: none"> Contratación de programador freelance 	\$1200 adicionales mensual
Caida de telecomunicaciones en el usuario final	3	4	12	Operativo	<ul style="list-style-type: none"> Sistema deberá tener un mecanismos de contingencia que permitirá seguir usando el sistema 	Ya cubierto
El software por ser opensource puede ser usado por cualquiera sin necesidad de integrarse a	3	3	9	Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Nuestra diferenciación será la mejora de un software opensource y el servicio de soporte 	Ya cubierto

nuestro servicio						
Nuevos competidores bajo el mismo modelo	4	4	16	Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Tratar de alcanzar una masa crítica lo antes posible (vendedor adicional). Mejora continua (facilidad, usabilidad, funcionalidad) del software para incrementar la barreras de salida. (Programador adicional) 	\$400 mensual / vendedor \$1200/ programador
Falta de servicio de telecomunicaciones fija a clientes interesantes	2	4	12	Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Se optimizará el consumo de ancho de banda del software para poder usar modem GPRS 	N/A
Dilatación de la llegada al punto de equilibrio de los ventas vs Costos	3	4	12	Financiero	<ul style="list-style-type: none"> Inversión adicional de accionista principal 	\$20000
Daño de Central telefónica de la empresa que dificultaría el soporte	2	4	8	Operativo	<ul style="list-style-type: none"> Contar con medios alternativos de contacto y servicio al cliente en la empresa, Celular, Redes sociales , msn 	Ya cubierto
Problemas de acceso/siniestros a las instalaciones de la empresa	2	4	8	Operativo	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar Capacidad de Teletrabajo de nuestro personal 	\$500 en modems GPRS
Ataques Informáticos al sistema en la nube	5	3	15	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> EL proveedor Telconet u otro deberá poseer equipamiento y buenas prácticas para protección contra estos ataques; Situación que la verificaremos nosotros haciendo un Simulacro (Ethical Hacking) de ataque sobre su infraestructura 	Ya Cubierto
Robo de información al sistema en la Nube	3	5	15	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> EL sistema tendrá los mecanismos de autenticación , Autorización y accounting ; necesarios para una correcta gestión de los permisos del usuario Implementar y testear las buenas prácticas de programación segura por medio de Ethical Hacking Local. Exigir y monitorear que el proveedor ejecute buenas prácticas de seguridad a nivel de todos los servicios que nos ofrecen (ISO 27001) 	Ya cubierto
Regulación sobre los	4	2	8	Legal	<ul style="list-style-type: none"> Siempre estar preparados a lo que puede 	Ya cubierto

modelos de Cloud-Computing					venir, estudiando regulaciones que ya existen en otros países y regiones. Ej Normativa de la Unión Europea sobre Datacenters.	
Materialización del escenario de pesimista de Ventas. Ver Tabla Escenarios de Ventas	2	4	8	Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Se evaluará mensualmente el GAP de ventas frente a lo planificado y contaremos con un recurso económico de contingencia para cubrir el déficit del flujo en caso de darse. 	\$8000 adicional de inversión y un contingente de \$10000/año

TABLA DE ESCENARIOS DE VENTAS

	PROYECTADO		PESIMISTA		OPTIMISTA	
	2013	2017	2013	2017	2013	2017
INGRESOS	162.016	283.367	128.604	224.930	197.154	344.824
GASTOS	209.611	219.024	199.713	206.445	218.848	230.818
BENEFICIO	-47.595	64.343	-71.109	18.484	-21.694	114.006
% BENEFICIO SOBRE VENTAS	-29%	17%	-55%	8%	-11%	25%
PAY BACK	3 AÑOS		7 AÑOS		2 AÑOS	
INVERSION NECESARIA	80.000		88.000		74.000	
VAN	35470		-71115		137403	
TIR	30,31%		-23,86%		72,53%	