

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL
LITORAL**



**FACULTAD DE INGENIERIA EN ELECTRICIDAD Y
COMPUTACIÓN**

LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Desarrollo y Dirección de Marketing para “**Help & Solutions**” y
su producto “**Gerencia Radial**”

TESIS DE GRADO

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

PRESENTADO POR:

EVELYN DEL PEZO IZAGUIRRE
JENY TORRES ALONZO
ELIZABETH VILLARROEL MACHUCA
XAVIER VELOZ ZAVALA

**GUAYAQUIL – ECUADOR
2004**

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas aquellas personas que con su apoyo, asesoramiento y dedicación han hecho posible el llevar a cabo este proyecto que hoy en día es una realidad

(EVELYN DEL PEZO)

AGRADECIMIENTO

A mis padres, quienes con esfuerzo y mucho amor supieron inculcarme responsabilidad, humildad, honestidad y todos aquellos valores que toda persona de bien posee.

A Dios, por ser mi fuente de fe, saber, humildad y poder.

(JENY TORRES)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que estuvieron conmigo siempre para apoyarme en los momentos más críticos de mi vida, como son mis Padres y mi Esposo, porque sin su ayuda no podría a ver hecho este sueño en una realidad y además a mis compañeros de grupo especialmente a mi Amigo Xavier Veloz.

(ELIZABETH VILLARROEL)

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a mi PADRE del cielo por el amor que me da y la oportunidad de enmendar mis errores; a mis padres Benigno y Carmen por el amor que me comparten y su apoyo; a mis profesores por lo generosos de compartir lo que han aprendido; a mis amigos por su paciencia; y finalmente a mis compañeras de proyecto en especial a Evy por su amistad, dedicación y ejemplo.

(XAVIER VELOZ)

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, compañeros de trabajo y amigos; por su apoyo incondicional y confianza, para la culminación de un nuevo peldaño en mi vida profesional

(EVELYN DEL PEZO)

DEDICATORIA

A los estudiantes y profesionales que cursan por las aulas de Licenciatura en Sistemas de Información para que ésta información les sirva de guía y motivación para el futuro desarrollo de un completo documento que presente fundamentos precisos para el lector.

(JENY TORRES)

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a mi hijo y a mi esposo que gracias al amor y apoyo incondicional de cada uno, me permitieron seguir adelante en la culminación de mi carrera.

(ELIZABETH VILLARROEL)

DEDICATORIA

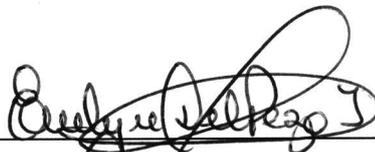
Dedico este proyecto a mi PADRE del cielo, a mi abuelita, mis padres, hermanos, familiares, amigos, compañeros, conocidos y ha aquella persona que ya no esta más a mi lado, pero que vive en mi mente y corazón.

(XAVIER VELOZ)

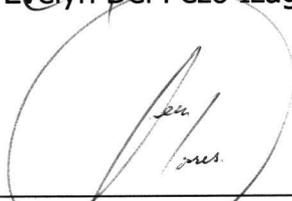
DECLARACIÓN EXPRESA

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

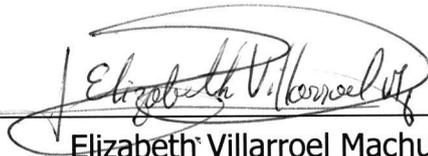
(Reglamento de Graduación de la ESPOL).



Evelyn Del Pezo Izaguirre



Jeny Torres Alonzo



Elizabeth Villarroel Machuca

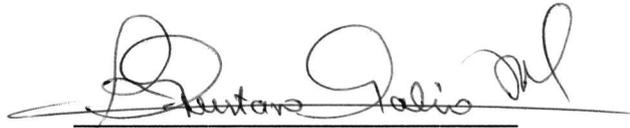


Xavier Veloz Zavala

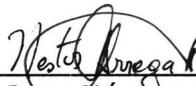
TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Mónica Villavicencio
Coordinadora LSI



Dr. Gustavo Galio
Director de Tesis



Ing. Néstor Arreaga
Miembro Principal



Ing. Fabrício Echeverría
Miembro Principal

RESUMEN

"Help & Solutions" surgió por iniciativa de un grupo de estudiantes de Licenciatura en Sistemas de Información para dar a conocer el sistema **"Gerencia Radial"** que facilitará la resolución de problemas administrativos y de programación radial.

La empresa **"Help & Solutions"** proyecta ser líderes en el desarrollo de sistemas para empresas radiales con la única misión de satisfacer a nuestros clientes con un alto nivel de excelencia en el servicio.

Nuestro Target principal son las radios de Guayaquil, Quito y Cuenca, iniciando con el puerto principal. Para llegar a este mercado contamos inicialmente con el grupo humano siguiente:

- Evelyn del Pezo
- Jeny Torres
- Elizabeth Villarroel
- Xavier Veloz

Nuestro equipo cuenta con una amplia experiencia en el desarrollo de sistemas integrados utilizando tecnología de punta.

En este documento se describe la implementación del plan de mercadeo y como se llevará el control de la ejecución.

ÍNDICE GENERAL

Índice General	XIII
Índice de Tablas	XVII
Índice de Gráficos	XVIII
Índice de Anexos	XIX
Introducción	1
CAPÍTULO 1	
1. LA EMPRESA Y EL PRODUCTO	2
1.1. Historia de la empresa y situación actual	2
1.2. Características del producto	2
1.3. Misión	4
1.4. Visión	4
1.5. Estructura organizacional	5
CAPÍTULO 2	
2. ANÁLISIS DE MERCADO	6
2.1. Constitución del mercado	6
2.2. Ente regulador	7
2.3. Posibilidad de implementación y éxito	8
2.4. Restricciones o barreras	9
2.5. Principales empresas y participación estimada del mercado actual	10
2.6. Análisis de la demanda	11
CAPÍTULO 3	
3. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA EMPRESA	12
3.1. Recursos cualificados disponibles	12
3.1.1. Recursos del sistema	12
3.1.2. Recursos humanos	13
3.1.3. Capacidad y futuro	13
3.1.4. Visión y demanda del sector	14
3.1.5. Calidad del servicio vs recursos humanos	14
3.1.6. Análisis del equipo de trabajo	15
3.1.6.1. Descripción de cargo "Gerente General"	15
3.1.6.2. Descripción de cargo "Secretaria"	15
3.1.6.3. Descripción de cargo "Auxiliar de Servicio"	15
3.1.6.4. Descripción de cargo "Asesor Externo"	16
3.1.6.5. Descripción de cargo "Jefe de Proyectos"	16
3.1.6.6. Descripción de cargo "Supervisor Comercial"	16
3.1.6.7. Descripción de cargo "Diseñador Gráfico"	16
3.1.6.8. Descripción de cargo "Desarrollador"	16

3.1.6.9. Descripción de cargo "Asesor Comercial"	16
3.1.7. Determinación del nivel de capacitación	17
3.1.8. Capacidad de respuesta ante casos emergentes	17
3.2. Función de los sistemas actuales	19
3.2.1. Sistemas que existen en el mercado.....	19
3.2.2. Nivel de satisfacción percibido.....	20
3.2.3. Fortalezas y debilidades	21
3.2.4. Puntos vulnerables percibidos	22
3.2.5. Tendencia en desarrollo del software.....	22
3.3. Calidad del servicio percibida	24
3.3.1. Percepción de la calidad del servicio que actualmente brindan las empresas	24
3.3.2. Tendencia del mercado en relación al servicio	25
3.3.3. Oportunidades en desarrollo de valores agregados	25
3.3.4. Ciclos del servicio del producto	26
3.3.5. Fugas del servicio en relación al sistema desarrollado.....	28
3.4. Análisis del producto	29
3.4.1. Producto / servicio	29
3.4.2. Ventajas y oportunidades en el mercado	30
3.4.3. Punto diferenciador y beneficios	31
3.4.4. Presentación del producto.....	32
3.4.4.1. Logotipo.....	32
3.4.4.2. Empaque.....	33
3.4.4.3. Precio	33
3.4.4.4. Servicio y valores agregados	34
3.5. Análisis del Consumidor	36
3.5.1. Identificación y segmentación del mercado.....	36
3.5.2. Grupo objetivo primario y secundario	38
3.5.3. Características del mercado	38
3.6. Objetivos mercadológicos y financieros.....	39
3.6.1. Como, cuando, donde y porqué.....	39
3.6.2. Objetivos mercadologicos a corto, mediano y largo plazo.....	40
3.6.3. Objetivos financieros a corto, mediano y largo plazo	40
3.6.4. Posicionamiento y promesa básica	41
3.6.5. Plan de contingencia	43
3.7. Competencia	47
3.7.1. Share market	48
3.8. Cuantificación del mercado.....	49
3.8.1. Fuente de informacion.....	49
CAPÍTULO 4	
4. ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO	51
4.1. Lanzamiento del producto	51
4.2. Estrategia de precio	53
4.3. Estrategia de comercialización	54

4.4. Estrategia promocional	55
4.5. Estrategia de distribución	56
4.6. Políticas de servicio	57
4.7. Políticas de comercialización	58
CAPÍTULO 5	
5. ANÁLISIS TÉCNICO.....	61
5.1. Producto.....	61
5.2. Equipos	65
5.3. Mobiliario	66
5.4. Plano de la oficina	67
5.5. Herramientas	67
5.6. Plan de consumo	67
5.7. Plan de compras	69
5.8. Proveedores.....	69
5.9. Sistema de control.....	70
CAPÍTULO 6	
6. ANALISIS ADMINISTRATIVO	71
6.1. Grupo empresarial	71
6.1.1. Estructura de la empresa.....	71
6.1.2. Política laboral	72
6.1.3. Nivel de seguridad y restricciones	74
6.1.4. Filosofía de servicio	76
6.1.5. Personal ejecutivo	76
6.1.5.1. Gerente General	76
6.1.5.2. Secretaria	76
6.1.5.3. Auxiliar de Servicios.....	76
6.1.5.4. Asesor Externo.....	77
6.1.5.5. Jefe de Proyectos	77
6.1.5.6. Supervisor Comercial	77
6.1.5.7. Diseñador Gráfico	77
6.1.5.8. Desarrollador	77
6.1.5.9. Asesor Comercial.....	77
6.2. Organización	78
6.3. Empleados.....	80
6.4. Herramientas de control y desempeño.....	81
CAPÍTULO 7	
7. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL	87
7.1. Aspectos legales de la empresa	87
7.2. Aspectos legales del empleado	88
7.3. Aspectos legales de los clientes.....	89
7.4. Legislación.....	91

CAPÍTULO 8	
8. ANÁLISIS FINANCIERO	92
8.1. Capital de trabajo	94
8.2. Inversión de activos	94
8.3. Presupuesto de ingresos	96
8.4. Presupuesto de egresos	100
8.4.1. Presupuesto de servicios e insumos.....	100
8.4.2. Presupuesto de personal	101
8.4.3. Presupuesto de otros gastos	101
8.5. Análisis de costos.....	103
8.6. Flujo de caja	104
8.7. Estados de resultados.....	107
8.8. Balance general.....	107
8.9. Análisis de las razones financieras del primer año para aplicación de correctivos.....	108
8.10. Análisis de riesgos e intangibles.....	109
8.10.1. Riesgos de mercado.....	109
8.10.2. Riesgos técnicos y tecnológicos.....	110
8.10.3. Riesgos financieros	112
CAPÍTULO 9	
9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	113
CAPÍTULO 10	
10.IMPLEMENTACIÓN, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PROYECTO.....	114
10.1. Implementación del plan de mercadeo.....	114
10.2. Ejecución y control	116
CONCLUSIONES.....	118
RECOMENDACIONES.....	119
BIBLIOGRAFIA.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1: Tamaño del Mercado	7
Tabla # 2: Costos del Software *	33
Tabla # 3: Monitoreo de Niveles de Satisfacción	46
Tabla # 4: Tabla de Precios	54
Tabla # 5: Alcance por módulo.....	64
Tabla # 6: Equipos.....	65
Tabla # 7: Mobiliario	66
Tabla # 8: Aportes de los socios.....	93
Tabla # 9: Inversión de Activos Fijos.....	95
Tabla # 10: Información general de las Ventas	96
Tabla # 11: Presupuesto de Ventas.....	97
Tabla # 12: Ventas a Crédito	98
Tabla # 13: Resumen total de Ventas.....	99
Tabla # 14: Presupuestos de Servicios e Insumos	100
Tabla # 15: Presupuesto Mensual del Personal.....	101
Tabla # 16: Presupuesto de otros gastos	102
Tabla # 17: Presupuestos de otros gastos (Inversión Inicial).....	103
Tabla # 18: Flujo de Caja año 2004	104
Tabla # 19: Flujo de Caja año 2005	105
Tabla # 20: Estado de Resultados.....	106
Tabla # 21: Balance General.....	107
Tabla # 22: Funciones de las Áreas.....	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1.1. Organigrama Funcional de "Help & Solutions"	5
Figura 3.1. Logo del producto.....	32

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A	
DESCRIPCIÓN DE CARGO "GERENTE GENERAL"	A-1
DESCRIPCIÓN DE CARGO "SECRETARIA"	A-2
DESCRIPCIÓN DE CARGO "AUXILIAR DE SERVICIO"	A-3
DESCRIPCIÓN DE CARGO "ASESOR EXTERNO"	A-4
DESCRIPCIÓN DE CARGO "JEFE DE PROYECTOS"	A-5
DESCRIPCIÓN DE CARGO "SUPERVISOR DE COMERCIALIZACIÓN"	A-6
DESCRIPCIÓN DE CARGO "DISEÑADOR GRÁFICO"	A-7
DESCRIPCIÓN DE CARGO "DESARROLLADOR"	A-8
DESCRIPCIÓN DE CARGO "ASESOR COMERCIAL"	A-9
Anexo B	
LOGO	B-1
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	B-2
PAPELERÍA DE "Help & Solutions"	B-3
SOBRE DE "Help & Solutions"	B-4
CARPETA DE PRESENTACIÓN	B-5
Anexo C	
PLANO	C-1
Anexo D	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES GERENTE GENERAL	D-1
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES SECRETARIA	D-3
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES AUXILIAR DE SERVICIOS	D-5
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ASESOR EXTERNO	D-7
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES JEFE DE PROYECTOS	D-9
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES SUPERVISOR COMERCIAL	D-12
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DISEÑADOR GRAFICO	D-14
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DESARROLLADOR	D-16
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ASESOR COMERCIAL	D-18
Anexo E	
EMISORAS DE GUAYAQUIL	E-1

INTRODUCCIÓN

Nuestro equipo de trabajo en función de un estudio y análisis de mercado, vio la necesidad en el medio radial para ofrecer una nueva herramienta automatizada que unifique áreas claves del negocio que se encuentren actualmente independientes, lo cual nos garantiza una buena apertura en el mercado, por la importancia del mercado compuesto por empresas de radios, nos sentimos comprometidos a mantener y mejorar tanto el producto como los servicios que ofrecemos.

"Help & Solutions" propone a **"Gerencia Radial"** como el producto solución a los problemas de la administración, comercialización y programación radial.

Capítulo 1

1. LA EMPRESA Y EL PRODUCTO

1.1. HISTORIA DE LA EMPRESA Y SITUACIÓN ACTUAL

"Help & Solutions" surgió en el mes de Octubre del 2003 con la necesidad de ofrecer una alternativa confiable, integral y económica en el desarrollo de software para las diferentes empresas comerciales y de servicios.

Esta Empresa es hoy una realidad gracias al aporte intelectual y económico de profesionales politécnicos Licenciados en Sistemas de Información, Analistas de Sistemas y un grupo de apoyo de Técnicos en Redes, Telecomunicaciones, Diseñadores Gráficos, demás personal especializado y ubicado en áreas estratégicas de la entidad.

1.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Las características principales de GERENCIA RADIAL son:

Reusable	Es la capacidad de reutilizar código de un sistema de información, dentro de la programación de otros sistemas de información (es una característica de programación orientada a objetos).
----------	--

Rendimiento	Velocidad y eficiencia en uso de recursos con la cual el sistema hace sus tareas.
Estable	Es cuando no detiene a los usuarios de realizar sus tareas debido a fallas de hardware o software.
Restricción al Libre Acceso	La seguridad del sistema se refiere a que no todos los usuarios tienen los mismos privilegios al usar.
Escalable	Se refiere a la facilidad con la cual un sistema puede ser movido a un ambiente más demandante, con un pequeño impacto en el rendimiento del sistema.
Mantenibilidad	La capacidad de un sistema de encontrar las nuevas necesidades del negocio con el menor esfuerzo posible del grupo de desarrollo.
Accesible Financieramente	El producto además de ser una solución para su negocio es de un precio razonable con respecto al mercado.
Fácil Instalación	Los componentes adicionales que el sistema requiera serán adicionados automáticamente al momento de instalar el producto.
Usabilidad y Naturarilidad	El producto tendrá un ambiente amigable, una interfaz 100% gráfica y la distribución de las opciones del sistema será organizada de tal manera que facilite su comprensión.

Valores Agregados	No solo adquiere un programa, sino un conjunto de beneficios que van más allá de las ventajas de usar un sistema personalizado e integrado, sino los servicios post-venta constantemente mejorados.
-------------------	---

1.3. MISIÓN

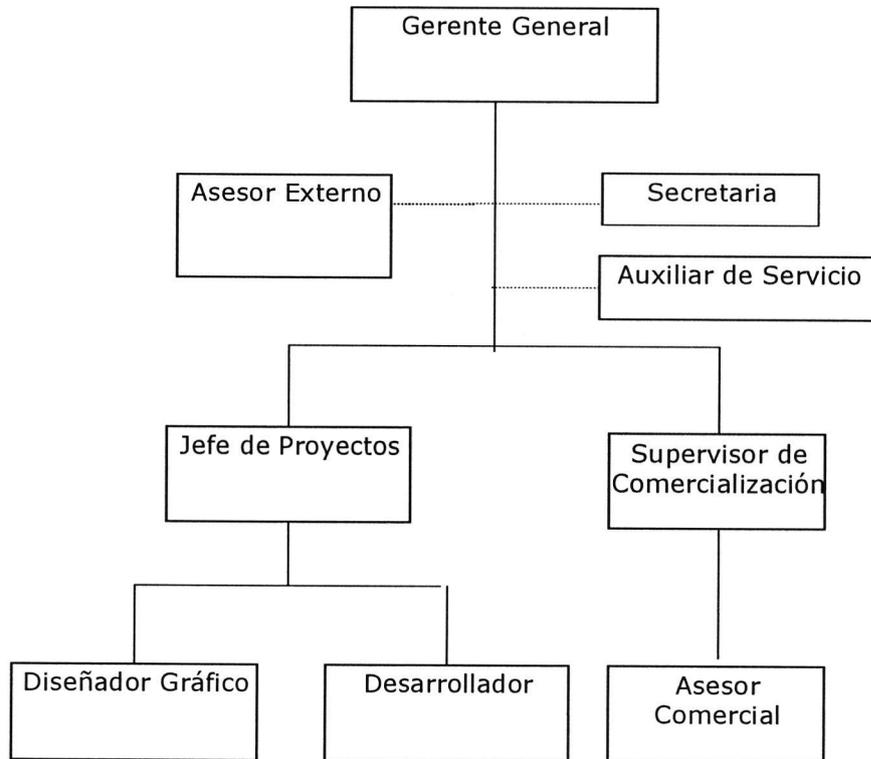
Desarrollar sistemas informáticos de conectividad y comunicación de alta calidad ampliando la cobertura en el área administrativa y de producción; fusionando e integrando tareas que faciliten la toma de decisiones en el sector radial sobre los mercados comerciales, bancarios, y de servicios, prestando un alto valor agregado en nuestros productos.

1.4. VISIÓN

Ofrecer sistemas informáticos, identificando necesidades del mercado, teniendo como principios la utilización de la tecnología que satisfaga a nuestros clientes, contando con personal altamente capacitado, contribuyendo con soluciones eficaces y eficientes que el medio exige.

1.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 1.1. Organigrama Funcional de "Help & Solutions"



Capítulo 2

2. ANÁLISIS DE MERCADO

Para asegurar el éxito de las empresas actuales, en esta época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, es de vital importancia hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado.

Para realizar éste Plan de Marketing presentamos las fases del estudio de mercado.

2.1. CONSTITUCIÓN DEL MERCADO

Según informes de Suptel (Superintendencia de Telecomunicaciones) hasta Febrero del 2003, el Ecuador cuenta con un total de 277 radios en frecuencia AM y 527 en FM, lo que nos da una pauta de los posibles clientes potenciales con los que podemos trabajar, iniciando nuestro plan estratégico de venta en la ciudad de Guayaquil, ofertando soluciones que el medio radial espera y adicionando valores agregados que hacen de "**Help & Solutions**" la mejor alternativa del mercado.

En la siguiente página se presenta el cuadro detallado del número de estaciones radiales con las que cuenta el Ecuador, según Suptel.

Tabla # 1: Tamaño del Mercado

Provincia	Frecuencia	
	AM #	FM #
Azuay	19	37
Bolívar	6	14
Cañar	8	11
Carchi	6	24
Chimborazo	18	25
Cotopaxi	13	15
El Oro	16	27
Esmeraldas	8	25
Galápagos	1	9
Guayas	51	54
Imbabura	15	27
Loja	11	32
Los Ríos	7	26
Manabí	16	47
Morona Santiago	2	16
Napo	2	12
Orellana	0	7
Pastaza	1	15
Pichincha	54	49
Sucumbios	2	17
Tungurahua	21	31
Zamora Chinchipe	0	7
Total	277	527

Nota: Se incluye el listado del dial de Guayaquil (Ver Anexo E- 1)

2.2. ENTE REGULADOR

El ente regulador de la Radiodifusión en el Ecuador es Suptel (Superintendencia de Telecomunicaciones) la cual se encarga de controlar de manera efectiva los servicios de telecomunicaciones y el uso del espectro radioeléctrico, promoviendo la evolución del marco regulatorio acorde con el desarrollo y el avance de la tecnología,

fortaleciendo la relación y cooperación con organizaciones tanto nacionales e internacionales; por lo tanto cualquier estación radial para estar legalmente constituida debe estar suscrita a esta entidad.

2.3. POSIBILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN Y ÉXITO

"Gerencia Radial", tiene muchas posibilidades de implementación en el mercado ecuatoriano considerando que hoy en día un 58% de las radios utiliza un software que ayuda a manejar su programación, sin embargo no integran la administración y comercialización de las actividades del negocio.

Con estas bases daremos a conocer los beneficios de la integración de éstas áreas estratégicas que nuestro sistema contempla; y que ponemos a disposición a los clientes potenciales del medio, teniendo en cuenta que el estudio de mercado realizado determinó una esperanza de compra del 55%, información relevante para determinar nuestra estrategia de venta que nos posicionará como líderes en el sector Radial.

2.4. RESTRICCIONES O BARRERAS

Como resultado del estudio realizado por "**Help & Solutions**" se analizaron también las diferentes barreras de entrada al mercado con las cuales nos enfrentaríamos, como:

- ❖ El nivel de confianza que se tendría por parte de los clientes, considerando que somos una empresa nueva en el medio.
- ❖ El software existente en el mercado que ayuda a manejar la programación de las radios y que a pesar de no poseer integrada la administración y comercialización de la entidad, se convierten en competidores indirectos que no deben descuidarse.
- ❖ Propiedad intelectual ya que al ser pioneros en este tipo de sistemas integrados radiales debemos protegernos ante posibles regulaciones gubernamentales a los que podemos estar expuestos.
- ❖ Patente de la marca de nuestro producto, verificando que no se encuentre ya registrada o ligada con otro tipo de actividades para evitar problemas legales.

- ❖ Escaso control de piratería de software que perjudica al medio en cuanto a ingresos por ventas se refiere.
- ❖ Influencia externa para el uso de un software determinado, en ocasiones se maneja un software que no necesariamente cubre las necesidades de la empresa sin embargo se lo utiliza por presión de los altos ejecutivos.

2.5. PRINCIPALES EMPRESAS Y PARTICIPACION ESTIMADA DEL MERCADO ACTUAL

En la actualidad el Ecuador no cuenta con un software integrado que permita administrar de manera eficiente una estación de radio, por lo tanto la visión y el enfoque que se ha dado a "**Gerencia Radial**" nos permite prever un alto porcentaje de éxito al llevar a cabo este proyecto, respaldándonos en estándares de calidad que garanticen el producto frente a nuestros futuros clientes.

2.6. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Considerando el hecho que somos pioneros en el mercado y que estamos cubriendo las áreas claves para la administración efectiva de una radio, la demanda de nuestro producto estará dada en función del esfuerzo y ahínco que cada uno de los integrantes que conforman el equipo de trabajo de **"Help & Solutions"** perciba alcanzar o se tenga como meta.

Capítulo 3

3. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA EMPRESA

3.1. RECURSOS CUALIFICADOS DISPONIBLES

3.1.1. RECURSOS DEL SISTEMA

- Software (requerimientos mínimos).
 - Sistema Operativo.
 - Windows.
 - Servidor: 2000 Server.
 - Estaciones de Trabajo: Win98.
 - Base de Datos MySql.

- Hardware.
 - Pentium III.
 - 128 Memoria Ram (aconsejable 256 Ram).
 - Impresoras (para impresión de reportes).

- Adicional.
 - Servicio de Internet (dedicado o dial up).

3.1.2. RECURSOS HUMANOS

"Help & Solutions" cuenta con personal altamente capacitado y que se preocupa por la actualización continua de sus conocimientos con el objetivo de brindar siempre soluciones acordes con el avance tecnológico que el medio exige, permitiéndonos así ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes.

Nuestro equipo de trabajo recibe las remuneraciones de ley e incentivos que le permiten crecer en ámbito personal y laboral, creándose el compromiso de rendir cada día de mejor manera dentro del ambiente de trabajo ameno que nos caracteriza.

3.1.3. CAPACIDAD Y FUTURO

"Gerencia Radial", es un sistema radial que proveerá la revolución en cuestión de Administración Radial. En el medio no existe ningún tipo de software que cumpla como una herramienta completa; **"Gerencia Radial"** es un facilitador para el usuario que no tendrá que preocuparse por cuestiones de administración, programación, además de convertirse en un sistema flexible y seguro.

El Sistema de "**Gerencia Radial**" proveerá a sus usuarios de conectividad y comunicación utilizando tecnología de punta y cumpliendo siempre con los estándares de calidad que el medio exige.

3.1.4. VISIÓN Y DEMANDA DEL SECTOR

Bajo el estudio realizado, objetivos claros, bien definidos, la determinación de la necesidad que el medio radial, pide a gritos sea cubierta y por ser el primer sistema que busca una solución integral, visualizamos que la demanda del mercado será alta al inicio y al pasar el tiempo dependerá mucho del servicio post – venta, que le demos a nuestros clientes.

3.1.5. CALIDAD DEL SERVICIO VS RECURSOS HUMANOS

Para afianzar los lazos Cliente-Empresa se trabaja con estándares internacionales de servicio al cliente y capacitación directa de nuestros empleados para conseguir los resultados esperados en función de nuestra misión y visión.

Usaremos diferentes medios de atención personalizada a nuestros clientes, ofertando no solo soluciones al sistema vendido sino

también a nivel de hardware. Dentro de las alternativas de solución tenemos:

- Manual en línea con todas y cada una de las preguntas frecuentes que podrían tener los usuarios del sistema.
- Atención telefónica las 24 horas del día.
- Preguntas y sugerencias vía correo electrónico.
- En caso de que algún cliente considere una explicación más específica, ponemos a disposición personal técnico que visitará la empresa que presente el problema para solucionarlo.

3.1.6. ANÁLISIS DEL EQUIPO DE TRABAJO

3.1.6.1. Descripción de cargo "Gerente General"

Ver Anexo A – 1

3.1.6.2. Descripción de cargo "Secretaria"

Ver Anexo A – 2

3.1.6.3. Descripción de cargo "Auxiliar de Servicio"

Ver Anexo A – 3

3.1.6.4. Descripción de cargo "Asesor Externo"

Ver Anexo A – 4

3.1.6.5. Descripción de cargo "Jefe de Proyectos"

Ver Anexo A – 5

3.1.6.6. Descripción de cargo "Supervisor Comercial"

Ver Anexo A – 6

3.1.6.7. Descripción de cargo "Diseñador Gráfico"

Ver Anexo A – 7

3.1.6.8. Descripción de cargo "Desarrollador"

Ver Anexo A – 8

3.1.6.9. Descripción de cargo "Asesor Comercial"

Ver Anexo A – 9

3.1.7. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE CAPACITACIÓN

Para la contratación del personal, además de determinar la necesidad que tiene la empresa, se busca medir del postulante no solo su capacidad y competitividad, sino necesidad, destrezas, nivel de compromiso tanto con la misión, como con la visión de la empresa, anhelos, motivaciones y visiones personales. Además es política que nuestro personal esta capacitándose regularmente para dar un mejor servicio al cliente.

Adicionalmente cada uno de nuestros servicios ofertados cumple con los estándares de calidad exigidos en el mercado, lo cual garantiza un mayor grado de confianza por parte de nuestros clientes.

3.1.8. CAPACIDAD DE RESPUESTA ANTE CASOS EMERGENTES

Nuestra empresa tiene un buen plan de contingencia flexible para todo tipo de problemas que puedan presentarse.

- Cliente
 - Constantemente se actualizan y mejoran la alternativas de solución que se ofertan a nuestros clientes (manuales) en base a sus sugerencias y las exigencias del mercado, poniendo a disposición de ellos un "Call Center", plan que

corre desde la firma del contrato, y que se da 24 horas al día, los 7 días a la semana, durante los 365 días del año.

- **"Help & Solutions"**

- Seguridad
 - Manejar de manera independiente la seguridad de nuestros sistemas, estableciendo niveles para los diferentes usuarios por módulos, base de datos, programas fuentes y ejecutables que se desarrollen.
 - Mantener copias de información relevante de la empresa en otros sitios fuera de la institución (casilleros de seguridad) como prevención ante casos fortuitos (desastres naturales).
- Competencia
 - Estar a la vanguardia de nuevos competidores en el mercado que pongan en riesgo nuestro posicionamiento en el mercado, para ello ofertaremos mejoras continuas de los sistemas existentes y atención al cliente.
- Posicionamiento
 - Mantener publicidad en diferentes medios (Prensa, Televisión e Internet) en función del avance tecnológico y mejoras que adicionemos a nuestros servicios que se ofertan al mercado.

3.2. FUNCIÓN DE LOS SISTEMAS ACTUALES

3.2.1. SISTEMAS QUE EXISTEN EN EL MERCADO

A través del estudio se llegó a la conclusión, que en el mercado existe una falencia con respecto a sistemas radiales integrados, ya que los más próximos a ser sistemas de este tipo, carecen de integración en el área de comercial, administrativa y de programación radial, por lo que hacen difícil la evaluación de la información importante de la empresa, que ayuda a la toma de decisiones.

La mayoría de los Software radiales se enfoca exclusivamente en un área específica por lo que obligan a la empresa a adquirir varios sistemas que ayuden a controlar sus actividades, creando dependencia en el soporte técnico para cada uno de los programas adquiridos y en muchos casos problemas de compatibilidad por las plataformas en las que fueron desarrolladas.

3.2.2. NIVEL DE SATISFACCIÓN PERCIBIDO

El software que utilizan los diferentes medios radiales hoy en día cubre a medias las expectativas de los clientes y los obliga a la adquisición de otros sistemas que les permitan fusionar las diferentes tareas administrativas, comerciales y de programación que llevan a cabo.

La complejidad de diseño y utilización de las aplicaciones es un punto importante al momento de evaluar el nivel de satisfacción percibida, ya que existe dificultad de comprensión por parte del usuario e incrementa el tiempo de ejecución de las tareas.

"Gerencia Radial", al integrar estas áreas reduce costos de actualización, capacitación a usuarios, tiempo en la presentación y el análisis de la información, permitiendo a los usuarios de los diferentes mandos tomar decisiones oportunas.

El diseño de nuestro sistema permite una interacción rápida con la información mediante una interfaz 100% gráfica y sencilla que facilita el trabajo de las personas que laboran en la estación radial.

3.2.3. FORTALEZAS Y DEBILIDADES

- **Fortalezas**

Empresa sólida y legalmente constituida.

Profesionales en continua capacitación.

Software cubre áreas estratégicas del sector radial (programación, administración y comercialización).

Adaptabilidad del software para todo tipo de estación radial.

Seguridad en el entorno y manejo del software, comunicación y los datos.

Facilidades para la adquisición del producto.

- **Debilidades**

Empresa no conocida en el mercado.

Requiere uso de Internet (dial up o enlace dedicado) para envío de informes oportunos a clientes.

Necesidad constante de actualizar e innovar el software en función de las necesidades del medio.

3.2.4. PUNTOS VULNERABLES PERCIBIDOS

Considerando que "**Help & Solutions**", se dedica al desarrollo de soluciones informáticas, estamos constantemente expuestos a:

- i. Virus.
- ii. Piratería.
- iii. Plagio de Programa.
- iv. Incumplimiento de clientes
- v. Problemas de flujo de caja en finanzas de la empresa.

Adicionalmente el hecho de ser una empresa nueva nos hace vulnerables a la aceptación en primera instancia del mercado y a sus cambios.

3.2.5. TENDENCIA EN DESARROLLO DEL SOFTWARE

Muchos de los software radiales que actualmente se manejan han sido desarrollados en plataformas que hoy en día ya no se utilizan, por ello "**Help & Solutions**" trabaja a la par con la tecnología y nuevos lenguajes de programación que ayudan a mantener a nuestros clientes en el mismo nivel de sus competidores en los que a beneficios respecta (ambiente gráfico, rapidez en accesos, seguridad, transacciones on line en la web, etc).

Entre las herramientas de desarrollo que nuestra empresa utiliza tenemos:

- Visual Studio.
- Visual .Net.
- Java.
- Asp.
- Php.
- Dreamweaver Mx (Mx 2004).
- Flash Mx (Mx 2004).
- Director, etc.

"Gerencia Radial", ha sido diseñado y desarrollado usando programación orientada a objetos y una fusión en los lenguajes Visual.Net, Java y (Asp/Php).

3.3. CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA

3.3.1. PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE ACTUALMENTE BRINDAN LAS EMPRESAS

Según el estudio de mercado, al cliente generalmente se lo considera como una fuente de recursos económicos; hay mas clientes insatisfechos y requerimientos no satisfechos o no resueltos en tiempos no oportunos, por ello "**Help & Solutions**" busca mejorar en todo sentido la atención al cliente, personalizándola y atendiendo oportunamente sus necesidades, de tal manera, que esto se constituya más bien en un valor agregado que en un servicio, tomándolo como un punto posicionador de venta positiva de nuestra imagen en el mercado radial.

Adicional a esto, nuestra empresa evaluará el valor agregado ofrecido al cliente, mediante encuestas que nos ayuden a medir la calidad del mismo.

3.3.2. TENDENCIA DEL MERCADO EN RELACIÓN AL SERVICIO

Indistintamente del valor que el cliente pague por el producto no garantiza la calidad de servicio que reciben, lo que ha llevado a los usuarios ha preocuparse también por el servicio post-venta que muchas empresas lo han descuidado; sin embargo, nosotros consideramos importante ofertarlo, cuidarlo y mantenerlo; de tal manera que ayude a promocionar y vender nuestro producto de la mejor forma.

El servicio post-venta no significa descuidar estándares y normas de calidad del producto, al contrario, crea el compromiso de mantenerlos y adicionarlos a los servicios y valores agregados ofertados al cliente.

3.3.3. OPORTUNIDADES EN DESARROLLO DE VALORES AGREGADOS

Existen enormes oportunidades para desarrollar valores agregados, entre los más importantes tenemos:

- Capacitación.
- Instalación y asesoramiento técnico.
- Servicio Post Venta.
- Mejoras del producto.

3.3.4. CICLOS DEL SERVICIO DEL PRODUCTO

Nuestro ciclo de servicio comienza desde que presentamos al cliente nuestro sistema, ya sea por una visita previamente coordinada al interesado en su empresa o directamente en nuestras oficinas.

Oficina

- Ubicada en el casco comercial de la ciudad de Guayaquil, Rumichaca 1345 y 10 de Agosto, tercer piso, oficina # 306.
- La empresa posee un letrero con el logotipo de la misma en el edificio y a la entrada de la oficina, adicionalmente el edificio cuenta con señales que orientan a los visitantes. (Logo de la empresa y papelería de **"Help & Solutions"** Ver Anexos B-1 a B-5).
- Contamos con una secretaria quien recibe a los clientes que nos visitan, quienes son ubicados en una sala de recepción acondicionada para una agradable espera, se les ofrece algo de tomar (aromáticas, café, té, agua) e información escrita del medio (periódicos, revistas, etc).

- Los ejecutivos de Ventas atienden a los clientes resaltando las bondades y beneficios de nuestro producto, enseñando un demo del mismo para que se tenga una visión general de lo que ofertamos.
- El cliente recibe información de "**Gerencia Radial**" para ser evaluada detenidamente por otros miembros de la organización.
- Se concreta una reunión con el staff de trabajo de la estación radial para una demostración general del producto.

El negocio se concreta con la firma del contrato y aceptación del tipo de pago definido en el mismo, luego se procederá a la instalación, capacitación, asesoría continua y constante actualización de la información.

Periódicamente, dependiendo del cliente, se efectuarán mediciones de satisfacción, seguimiento a sugerencias, y crecimiento del sistema.

3.3.5. FUGAS DEL SERVICIO EN RELACIÓN AL SISTEMA DESARROLLADO

Entre las fugas de servicio tenemos:

- Es muy difícil encontrar parqueo considerando que la oficina está ubicada en una zona céntrica de la ciudad de Guayaquil.
- El edificio no es muy conocido, se debe dar referencia de otro edificio para ubicarlo.
- No se cuenta con guardias de seguridad, por lo tanto no hay forma de identificar a las personas que ingresan al edificio.

3.4. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

3.4.1. PRODUCTO / SERVICIO

El producto se encuentra estructurado de tal manera que permita primero solucionar los principales problemas existentes, como son la no integración de la información de las áreas de comercialización, administración y programación radial, permitiendo luego cubrir las demás áreas.

Indistintamente del tamaño de la estación radial, nuestro software trabajará con una comunicación directa con los clientes dando a conocer los resultados de la ejecución de los trabajos pactados de forma diaria, también permitirá hacer una proyección de nuevos sistemas radiales que ayuden a determinar la rentabilidad de estos y a su vez tener un estimado de los ingresos en función de la planificación radial anual, dejando apertura a aplicación de planes de contingencia en caso de presentarse inconvenientes. De esta manera facilita la toma de decisiones en la empresa.

3.4.2. VENTAJAS Y OPORTUNIDADES EN EL MERCADO

VENTAJAS	OPORTUNIDADES
Herramienta de Gerencial Radial integrada.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Posicionar a "Help & Solutions" y su equipo de trabajo como una empresa innovadora y fuerte en el medio.
Facilidad de uso.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Buena aceptación por parte de los usuarios mediante un sistema que cubre sus necesidades de manera fácil y con un diseño atractivo y de fácil manejo.
Asesores con conocimientos y credibilidad dentro del medio radial.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Oportunidad de negociar con medios radiales líderes que me permitan ir incursionando en el mercado de una forma más confiable. ○ Mayor respaldo de la empresa con nuestros futuros clientes.
Tener buenos contactos dentro de las empresas radiales.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Negociar de manera directa con quién toma las decisiones en la empresa. ○ Conocer las necesidades de las diferentes áreas del medio radial y ofertar soluciones actuales con el software desarrollado y futuras a mediano plazo (mejoras del producto).
Manejo de Promociones	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cubrir un mayor mercado del medio radial, considerando que no existe hasta el momento un software que cubra y fusione las áreas claves de la empresa.

3.4.3. PUNTO DIFERENCIADOR Y BENEFICIOS

El punto diferenciador de "**Gerencia Radial**" es:

- Integración de las áreas claves del medio radial, facilitando la toma de decisiones.
 - Áreas
 - Comercialización.
 - Contabilidad.
 - Marketing.
 - Administración de Personal.

Adicional a nuestro principal atributo diferenciador tenemos también:

- Costo medio y financiado (facilita la adquisición).
- "**Gerencia Radial**" es percibido como una aplicación rápida, segura y eficiente.
- Soporte técnico personalizado.

3.4.4. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

3.4.4.1. Logotipo

Se seleccionó el diseño percibido como "el mas idóneo y atractivo", el que hace referencia al mercado que está dirigido, considerando estándares de diseño y presentación.

El diseño busca el nexo entre "**Gerencia Radial**" y nuestro cliente, de tal manera que al visualizarlo, las personas se familiaricen con nuestro producto.



Figura 3.1. Logo del producto

3.4.4.2. Empaque

"Gerencia Radial" se distribuirá en una caja de material plástico portable para dos CD, la que tiene 18.22 cm de alto por 13.15 cm ancho y 1.4 cm de fondo; el paquete, indistintamente de la versión, incluirá 2 CD's (1 del software instalador de gerencia radial y 1 del manual de usuario) y una guía de instalación (opcional). (Ver anexo de presentación detallada del producto Anexos B-1 al B-5).

3.4.4.3. Precio

Se han previsto diferentes ediciones del producto con la finalidad de ayudar a que nuestros clientes puedan adquirirlo, se debe mencionar que los precios que a continuación se mostrarán no incluyen los impuestos de ley.

Tabla # 2: Costos del Software *

Edición	Costo
Estándar	\$ 550
Profesional	\$ 70
Empresarial	\$ 1100

* Valores no incluyen impuestos de ley.

3.4.4.4. Servicio y valores agregados

"Help & Solutions", en el mercado ecuatoriano, ofrece los siguientes servicios:

- Asesoramiento, diseño, desarrollo e implementación de:
 - Redes.
 - Soluciones informáticas en el sector radial.
 - Puestos informáticos.
- Auditoria de sistemas.

"Help & Solutions", en el mercado ecuatoriano, ofrece los siguientes valores agregados:

- Ventas
 - "Planes de Financiamiento o descuentos", dependiendo de la edición del software y el número de licencias que el cliente esté interesado en adquirir ofrecemos planes de financiamiento en caso de hacer la negociación a crédito y manejaremos descuentos si el pago es de contado.

- Servicio Post-Venta.
 - “Servicios al Cliente”, esta área atenderá las necesidades de nuestros clientes mediante diferentes medios dependiendo del nivel de complejidad de la solicitud de nuestros usuarios (vía telefónica e Internet 24 horas al día o visitas).
 - “Mercadeo”, evaluará constantemente el grado de rendimiento y aceptación de **“Gerencia Radial”** en el mercado, buscando mejorar de esta manera nuestro producto, fortificando y ampliando el grupo objetivo.

3.5. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

3.5.1. IDENTIFICACIÓN Y SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA (Target)	
Target primario	Guayaquil.
Cobertura target primario	1 año aproximadamente.
Target secundario	Quito y Cuenca.

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	
Tipo de Sector	Estaciones Radiales (frecuencias AM y FM).
Tamaño del Sector a cubrir	Medianas y Grandes.

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA	
Estilo de Negocios	Estaciones Radiales que busquen innovar y mantener información relevante de la empresa de manera integrada y faciliten la toma de decisiones en la misma.

SEGMENTACIÓN CONDUCTISTA	
Tipos de Clientes	Administradores radiales o dueños de empresas radiales.
Tipos de situación de compra	Compra (50% al momento de firmar convenio y la diferencia dependiendo del número de licencias se puede financiar o aplicar descuento si es en efectivo).
Beneficios buscados	<ul style="list-style-type: none"> ○ Producto. <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento. • Consolidar la información de las áreas claves de la estación radial. • Analizar y comparar resultados de las actividades de las áreas que integra. ○ Empresa. <ul style="list-style-type: none"> • Posicionarse como una empresa que oferta soluciones informáticas, de conectividad y comunicación en las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca. • Expansión a otras ciudades del país. • Maximización de las utilidades de la empresa.
Actitud hacia el producto	Positiva.

3.5.2. GRUPO OBJETIVO PRIMARIO Y SECUNDARIO

Como target primario del mercado meta, tenemos a las Cadenas Radiales y Emisoras de la ciudad de Guayaquil, en éstas se centrarán nuestros esfuerzos para lograr cubrirla en su totalidad, posterior al primer año incluiremos Quito y Cuenca, finalmente otras ciudades del país para luego proyectarnos a nivel internacional.

3.5.3. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

Luego del estudio realizado, visualizamos un mercado estable, con apertura al cambio y conciente de la necesidad de una herramienta con las características que "**Gerencia Radial**" les ofrece.

En el medio existen:

- Cadenas radiales conformadas por varias emisoras de distintos géneros.
- Competencia por permanencia en el liderazgo de sintonía.
- Estaciones radiales con programación definida por genero: Deportivas, Noticias, Musicales.
- Estaciones musicales con subgéneros: Románticas, Tropicales, etc.

3.6. OBJETIVOS MERCADOLÓGICOS Y FINANCIEROS

3.6.1. COMO, CUANDO, DONDE Y PORQUÉ

El como lograremos alcanzar nuestros objetivos, se ven reflejados en las estrategias del plan de mercadeo, descritas, en el capítulo 4.

El cuando se lograrán alcanzar los objetivos, dependerá del tiempo en que se ha estimado, es decir, ya sea corto, mediano o largo plazo y este documento es el resultado de ese estudio.

El donde se ve reflejado en el punto anterior 3.5, en que se realiza el análisis del consumidor, segmentado el mercado, de tal manera de que los objetivos sean alcanzables.

El porque de la necesidad de alcanzar estos objetivos, se debe a que de esta manera lograremos brindar una solución al problema administrativo del medio radial y al mismo tiempo obtener beneficios económicos para la empresa.

3.6.2. OBJETIVOS MERCADOLÓGICOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

A continuación presentamos los objetivos Mercadológicos de acuerdo al tiempo en que serán alcanzados:

	Tiempo	Objetivos
Objetivo Mercadológico	Corto plazo	❖ Promover el uso de nuestro sistema como una herramienta útil e indispensable para la Administración y Programación Radial en cada una de las estaciones en las principales provincias de Ecuador.
	Mediano plazo	❖ Asegurar la confianza en nuestro producto y presentar algunas de las proyecciones que se tenían previstas, en el caso de nuevos módulos y nuevos servicios.
	Largo plazo	❖ Ofrecer nuestro sistema a las estaciones y cadenas radiales de las principales ciudades de Latinoamérica.

3.6.3. OBJETIVOS FINANCIEROS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

A continuación presentamos los objetivos Financieros, de acuerdo al tiempo en que serán alcanzados:

Objetivo Financiero	Corto plazo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ En la medida que sea posible, equilibrar los egresos de la empresa, de tal manera que sean cubiertos o superados por los ingresos en venta de la herramienta.
	Mediano plazo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recuperar la inversión que se realizó en la investigación y desarrollo de la herramienta. ❖ Invertir en la investigación de las nuevas necesidades que deben ser cubiertas por la herramienta. ❖ Invertir en nueva tecnología que pueda y deba ser añadida a la herramienta.
	Largo plazo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recuperar la inversión realizada a mediano plazo. ❖ Incrementar ingresos en la venta de la herramienta. ❖ Invertir en una constante actualización y mejora de la herramienta, servicio post venta y nuevas tecnologías.

3.6.4. POSICIONAMIENTO Y PROMESA BÁSICA

Nuestros clientes verán a "**Gerencia Radial**" y a "**Help & Solutions**", como una herramienta y empresa en constante mejoramiento de calidad, de servicio y un compromiso interno entre ellos y nosotros.

"Help & Solutions", manteniendo su promesa básica de ser **"La mejor alternativa en soluciones informáticas, de conectividad y de comunicación"** buscará siempre:

- Generar un mayor grado de compromiso y responsabilidad por parte de nuestros colaboradores.
- Capacitación constante de su recurso humano.
- Estar acorde con el avance tecnológico.
- Ofrecer alternativas de soluciones versátiles, aplicables al medio.

Así mismo **"Gerencia Radial"**, con su promesa básica de **"Administrar de manera integrada las áreas claves de la radio"**, buscará obtener un mejor desempeño del equipo de trabajo que conforma la empresa permitiéndole:

- Ofrecer información oportuna y al día de cada departamento.
- Integrar la parte administrativa, financiera y contable de la estación radial, generando información de soporte para la toma de decisiones.
- Proyecciones de negocios que ofrezcan alternativas de aplicación en las áreas que maneja la radio.
- Informar periódicamente a sus clientes el cumplimiento del pautaaje automatizado en una negociación específica.

- Optimizar la inversión publicitaria del anunciante y del medio, a través de una selección y rotación horaria del target group.
- Atención personalizada a sus clientes y soporte técnico las 24 horas del día.

3.6.5. PLAN DE CONTINGENCIA

Se aplicarán planes de contingencia para los siguientes casos:

❖ Posicionamiento

A través de un plan de marketing y un cronograma de visitas se abordarán estaciones radiales claves (pequeñas y grandes que formen parte o no de un consorcio o grupo radial definido) para afianzar la adquisición del producto o en su defecto venderlo de una manera más personalizada en caso de que el día de la presentación del producto éstos no se hayan decidido aún por adquirirlo.

Si en primera instancia el grupo de clientes iniciales que abordamos no responde de la forma positiva que esperamos, tendremos una base de datos de futuros clientes que estará previamente jerarquizada por grupos de emisoras radiales, grado

de cobertura, aceptación del medio y afiliación en Suptel como ente radial legalmente registrado.

❖ **Respuesta deficiente del mercado**

Ofertar y comercializar paquetes promocionales que adicional al computador y software incluyan la parte de conectividad y comunicación a costos módicos y financiados a corto o mediano plazo dependiendo del monto de la inversión por parte de la estación radial interesada.

❖ **Ataque agresivo a los competidores**

Considerando que en el Ecuador tenemos un mercado virgen en cuanto a software de administración radial, al momento no tenemos competencia alguna, sin embargo debemos prevenir la presencia de competidores en el medio, cubriendo de forma efectiva, en el menor tiempo posible, nuestro mercado primario, de tal manera que podamos incorporar paulatinamente los otros grupos objetivos, manteniendo el mismo nivel de calidad de atención al cliente y mejorando los tipos de contratos ofertados a nuestros consumidores.

❖ **MONITOREO DE LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN**

La base del control que utilizaremos para monitorear el nivel de satisfacción de nuestros clientes se basará en el constante intercambio de información y sugerencias entre las estaciones radiales que utilicen nuestro producto y **"Help & Solutions"**.

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

Tabla # 3: Monitoreo de Niveles de Satisfacción

	# de Mes	Tipo de Monitoreo
Semestre I (Monitoreo de Aceptación y Adaptación)	Mes I	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 2 llamadas telefónicas (semana 1 y 3). ❖ 2 visitas para verificar el buen manejo del sistema (semana 2 y 4). ❖ Envío de e-mail de apoyo si el caso amerita.
	Mes II	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 2 llamadas telefónicas (semana 1 y 3). ❖ 1 visitas para verificar el buen manejo y uso del sistema (semana 2). ❖ Envío de e-mail de apoyo si el caso amerita.
	Mes III	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica (semana 2). ❖ Envío de e-mail de apoyo si el caso amerita.
	Mes IV y V	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Envío de e-mail de apoyo de consultas o resoluciones de problemas (mal uso del sistema). ❖ 1 visita de ser necesario.
	Mes VI	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica (semana 2). ❖ Envío de e-mail de apoyo de consultas o resoluciones de problemas (mal uso del sistema). ❖ Encuesta. para medir el grado de: ❖ Aceptación y adaptación de los usuarios a nuestro producto. ❖ Utilidad producto por las áreas de cobertura e información que manejan.
Semestre II (Monitoreo de sugerencias y nuevas necesidades o áreas de integración)	Mes VII y VIII	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica por mes. ❖ 1 visita a los 2 meses. ❖ E-mail de apoyo ante consultas o solicitudes.
	Mes IX y X	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica por mes. ❖ E-mail de apoyo ante consultas o solicitudes. ❖ Encuestas para conocer sugerencias o nuevas necesidades que deseen implementar en nuestro producto.
	Mes XI y XII	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 llamada telefónica por mes. ❖ 1 visita a los 2 meses. ❖ E-mail de apoyo ante consultas o solicitudes.

3.7. COMPETENCIA

En la actualidad en nuestro país no existe competencia a nivel de software orientado a gerencia radial que integre áreas claves del negocio; sin embargo, en base a estudios realizados se ha determinado que el monto de inversión por la compra en el exterior de un producto similar y su implementación, va más allá de la realidad económica del mercado Ecuatoriano.

Existe la posibilidad de tener competencia una vez que nuestro producto sea aceptado en el medio, sin embargo este nivel de competencia nos dará aproximadamente un año de ventaja lo cual permitirá a nuestra empresa mejorar e integrar nuevas aplicaciones a "**Gerencia Radial**".

Entre las principales empresas desarrolladoras del medio tenemos:

Empresa	Sistemas	Otros servicios
Maint	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Convencionales. ❖ Web. ❖ SAP. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementación de redes. ❖ Asesoramiento y soporte. ❖ Capacitación.
Lider Systems	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Convencionales. ❖ Web. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementación de redes. ❖ Asesoramiento y soporte. ❖ Venta de Hardware y software.
Wise Computer Decisions	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Convencionales. ❖ Web. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Asesoramiento y soporte.
Yoveri	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Convencionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Asesoramiento y soporte.

3.7.1. SHARE MARKET

Nuestro mercado potencial de clientes se encuentra conformado por las principales ciudades del país, Guayaquil, Quito y Cuenca, liderando las ciudades de Guayaquil y Quito; por lo tanto, podríamos considerar el tener como share market al 20% de las estaciones radiales que existen en el puerto principal, visualizándonos a ampliar nuestro número de clientes a mediano plazo en otras ciudades y posteriormente fuera del país.

En conclusión, podríamos decir, que nuestro mercado principal es local; expandirnos en corto plazo a las ciudades que tengan un mayor número de estaciones radiales y, luego de lograr un reconocimiento a nivel nacional, se buscará abrir las fronteras en busca del mercado internacional, comenzando por el latinoamericano.

Otro componente que marca nuestro crecimiento, es sin duda el que esta dado por las necesidades del medio y la tecnología, lo que nos lleva a crear nuevas necesidades que ayuden al incremento de nuevos clientes y a mantener de manera satisfecha a aquellos que se iniciaron con **"Help & Solutions"**.

3.8. CUANTIFICACIÓN DEL MERCADO

3.8.1. FUENTE DE INFORMACION

"Help & Solutions", tiene como fuentes de información primaria para cuantificación del mercado a empresas serias y reconocidas del medio como son:

- ❖ Superintendencia de Telecomunicaciones (Suptel).
- ❖ Rating Media Research.

Adicionalmente, se investigó en Internet y la información encontrada se la ha tomado también en consideración y apoyo como fuente secundaria.

La proyección del crecimiento del mercado es alta, considerando que actualmente en el país no se cuenta con una herramienta que permita administrar una estación radial, sin embargo viviendo un poco la realidad del medio y la renuencia que se puede encontrar ante el cambio, nos enfocamos a un crecimiento estimado del 12% anual.

"Help & Solutions" y **"Gerencia Radial"**, es un proyecto que ha demandado tiempo, esfuerzo y dinero; sin embargo se tiene la firme convicción de consolidarnos como empresa responsable y seria en el mercado y más aún como pioneros en soluciones administrativas radiales.

La empresa actualmente está conformada por profesionales (socios) con conocimientos en diferentes áreas como sistemas, administración, diseño y publicidad, de tal manera de ayudar al crecimiento de la misma y no ser parte únicamente del aspecto financiero, cabe mencionar que una vez realizado el estudio y factibilidad del proyecto se estimó una inversión inicial de \$ 19.300 (diez y nueve mil trescientos dólares con 00/100 americanos).

Capítulo 4

4. ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MERCADEO

"Help & Solutions", al momento de cuantificar el mercado, segmentó a sus clientes por las siguientes categorías:

Área Geográfica	Guayaquil (mercado primario) Quito, otras ciudades y exterior (mercado secundario, a corto, mediano y largo plazo)	
Grupos radiales.	Grandes, medianos.	Trato como clientes
Estaciones radiales individuales AM y FM.	Grandes, medianas y pequeñas.	individuales y no como grupos.

En base a esta jerarquización de clientes, se tiene establecido un plan de introducción y comercialización en el mercado ecuatoriano, iniciándolo en la ciudad de Guayaquil, y se lo detalla a continuación:

4.1. LANZAMIENTO DEL PRODUCTO

❖ Plan de Introducción y Ventas

- Invitar a todos los medios, en especial nuestro grupo objetivo las radios A.M. y F.M., para el lanzamiento del producto. Las invitaciones se entregarán 15 días antes del evento y se confirmará asistencia una semana antes.

- Anunciar el evento y promocionar el software por prensa escrita 2 días antes del evento.
- Se entregará a los invitados del evento un software de **"Gerencia Radial"** con una licencia válida por cuatro meses, considerándolo como tiempo de prueba y adaptación al uso de la nueva herramienta de administración. Adicionalmente también se entrenará de forma gratuita a los usuarios del sistema.
- Dar a conocer planes de financiamiento y paquetes promocionales que incluyen: computador, software y contrato de mantenimiento.
- Concretar visitas con los invitados al evento para promocionar de una manera más personalizada el producto.
- Del listado de asistentes al evento se determinarán aquellos que no asistieron, para visitarlos y darles a conocer los beneficios de nuestro producto.

❖ **Lanzamiento del producto**

- Entregar información resaltando los beneficios del producto e información puntual de la empresa desarrolladora.
- Charla introductoria del producto.
- Presentación del Demo a todos los medios de comunicación.
 - Por medio del Demo, podrá medir:

- La importancia de la integración de la información.
 - El nivel de ayuda en la administración.
 - La facilidad de uso.
 - Reducción de los costos financieros al implementar un sistema que permita la optimización de procesos administrativos, contables y de comercialización, ahorrando tiempo y esfuerzo.
- Dar a conocer las alternativas de compras, varios y determinados planes de financiamiento.
 - Participación de los invitados en el sorteo del software.
 - Refrigerio a los invitados.

4.2. ESTRATEGIA DE PRECIO

Considerando la variedad de clientes en función del tamaño de la estación radial que posean y disponibilidad de recursos económicos, hemos considerado como estrategias de precio manejar nuestro producto con distintas ediciones.

Tabla # 4: Tabla de Precios

Edición	Tipo de Estación Radial	Módulos que incluye	Costo
Estándar	Pequeñas.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Comercialización. ❖ Contabilidad. ❖ Seguridad. 	\$ 550
Profesional	Pequeñas y Medianas.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Comercialización. ❖ Contabilidad. ❖ Administración de Personal. ❖ Seguridad. 	\$ 700
Empresarial	Medianas y Grandes.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Comercialización. ❖ Contabilidad. ❖ Marketing. ❖ Administración de Personal. ❖ Seguridad. 	\$ 1100

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

4.3. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

"Gerencia Radial", utilizará como estrategias de comercialización:

- ❖ Manejar un mínimo de 3 asesores comerciales para cubrir las visitas diarias a los clientes.
- ❖ Incrementar el volumen de comercialización progresivamente en función de nuestro target primario en el tiempo meta establecido, procurando cumplir así las expectativas del análisis financiero y de factibilidad del proyecto.
- ❖ Enviar e-mail a nuestros clientes potenciales con ofertas del producto, resaltando los beneficios del mismo.

- ❖ Realizar un "Open House" al finalizar el primer semestre en ventas.
 - Invitados: medios de comunicación (radio, televisión, periódicos y revistas), agencias de publicidad y anunciantes.
 - Nuestros clientes, darán testimonio de la utilidad de nuestro producto y a su vez podrán ofertar sus servicios a las empresas invitadas (ventas de espacios de opinión pública, publicidad, etc.).
 - Estaciones radiales que no son nuestros clientes, conocerán nuestros productos y tendrán la oportunidad de hacer negociaciones con "**Help & Solutions**" y demás invitados al evento.
- ❖ Luego del primer semestre que estimamos nos llevará el conseguir un buen posicionamiento de nuestro producto, se concretarán como mínimo 2 desayunos de negocios con nuestros clientes para dar a conocer las mejoras del producto (actualizaciones).

4.4. ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Se manejarán de forma paralela, promociones de ventas para los 2 primeros meses, de tal manera de ofrecer variedad de servicios a los clientes, entre ellas mencionaremos:

- ❖ Paquetes promocionales: incluye capacitación gratuita con respecto al manejo del sistema y al uso de Internet.
 - Software y computador con financiamiento.

- ❖ Descuentos en compras
 - Al contado un 10% de descuento.
 - Pagos diferidos.
 - Tarjeta de crédito, hasta 3 meses sin intereses.
 - Documento comercial, 2 meses sin intereses.

4.5. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

"Help & Solutions" indistintamente de la región donde se encuentren nuestros clientes (mercado potencial y real), será el responsable directo de la distribución de **"Gerencia Radial"**.

Si los clientes son parte del:

- ❖ Mercado primario, un asesor comercial visitará al cliente y dará a conocer nuestro producto.
- ❖ Mercado secundario u otro mercado, se contactará la interesado por teléfono para enviar información preliminar vía e-mail o correo y luego concretará una visita para enseñar el producto y explicar su funcionamiento.

4.6. POLÍTICAS DE SERVICIO

Las políticas de servicio que **"Help & Solutions"** aplicará serán las siguientes:

- ❖ Garantía de 6 meses sobre falla de la aplicación.
- ❖ Soporte a usuarios (sobre aplicación) por 6 meses, atención vía telefónica, e-mail, visitas si el caso amerita (el servicio será gratuito dependiendo de las circunstancias y respuestas del mercado).
- ❖ Asesoramiento a los clientes.
- ❖ Capacitación a los usuarios sobre manejo del software y utilización del Internet.
- ❖ Dar a conocer mejoras oportunas de nuestro software por valores módicos o tipo trial (periodo de prueba), desarrollo de Beta Tester.
- ❖ Medir el nivel de satisfacción de nuestros clientes.

4.7. POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

Entre las políticas de comercialización de nuestro producto consideramos:

- ❖ Distribuir equitativamente a nuestros ejecutivos de comercialización por ciudades o tipos de reunión y/o visitas periódicas personalizadas.
- ❖ Establecer metas en ventas a corto, mediano y largo plazo por vendedor.
- ❖ Remunerar mediante bonificaciones el cumplimiento de las metas en ventas.
- ❖ Las ventas incluyen la firma de un contrato escrito y se entregará una copia notariada del mismo al cliente.
- ❖ Las formas de pago por la compra del sistema serán:
 - Contado: efectivo; tarjeta de crédito, crédito rotativo; documentos efectivos a corto plazo.
 - Crédito: tarjetas de crédito, crédito diferido con planes de financiamiento (3 y 6 meses con o sin intereses).
 - Financiamiento con crédito directo.

❖ Entregar a los clientes

- CD de instalación del software adquirido (ejecutable).
- CD del manual de usuario.
- Certificado de garantía.
- Licencia(s) de nuestro producto.
- Documentación (Afiches, anexos, propagandas, etc.).

❖ Plan de contingencia

Se tiene previsto un plan de contingencia que involucra varios aspectos en función de nuestra estrategia de introducción y ventas.

Paquetes promocionales: cualquiera de los paquetes promocionales incluye capacitación gratuita con respecto al manejo del sistema y al uso de Internet.

- Software, computador, implementación de red (conectividad y comunicación).
 - Software, computador y contrato por 1 año (mantenimiento, eventos, etc.).
- ❖ Licencias: si el producto adquirido requiere por el tamaño de la estación radial más de 5 licencias, se expenderán licencias con un 20% de descuento sobre compras al contado.

- ❖ Descuentos en compras (promoción por un mes específico).
 - Al contado un 20% de descuento.
 - Diferidas hasta 6 meses sin intereses.
 - Tarjeta de crédito.
 - Documento comercial.

Capítulo 5

5. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1. PRODUCTO

Nuestro producto abarca diferentes áreas e incluso interactuaremos con nuestros clientes a través de Internet, por lo que se utilizarán diferentes herramientas de desarrollo según la aplicación, predominando la integración de los siguientes módulos:

- Administración de Personal.
- Comercialización.
- Contabilidad.
- Marketing.

Para los módulos antes descritos, se desarrollará usando programación orientada a objeto e información parametrizable, de tal manera que permita adaptabilidad a cambios, actualizaciones o integraciones de nuevos módulos.

El óptimo funcionamiento de "**Gerencia Radial**" dependerá en parte no solo de su buena utilización, sino también de las características del equipo en el cual se ejecute por lo que sugerimos como requerimientos mínimos los siguientes:

- Pentium III.
 - 128 Memoria Ram (aconsejable 256 Ram).
 - Tarjeta de Red.
 - Fax-módem.
 - Disco duro (depende de las versiones y los módulos).
 - Monitor 14".
 - Teclado Standard.
 - Mouse.

Nota: Adicionalmente se sugiere que la empresa tenga Internet (enlace dedicado o dial up), de no poseerlo, los informes de los cumplimientos de servicios pactados llegarán vía disquete, cd, unidades de zip, u otro medio magnético; impresiones quincenales o mensuales.

La **tarjeta de red** es de vital importancia si deseamos compartir información en la estación radial (implementar una red).

La **memoria ram** permitirá tener un mayor tiempo de respuesta en cuanto a consultas o solicitudes por parte del usuario al sistema y/o computador.

Es importante recalcar que dentro de nuestro plan de venta se habla acerca de la capacitación al usuario en cuanto al uso y manejo del sistema e inclusive la ampliamos un poco en cuanto al uso de Internet y correo electrónico, una de las herramientas con las que interactuaremos de manera directa con el cliente.

Se estima que el tiempo de capacitación por el sistema será de diez días, incluyendo la parte de Internet.

- ANÁLISIS DEL PRODUCTO

"Gerencia Radial", es una herramienta administrativa que involucra las áreas claves de las estaciones radiales como son administración, comercialización, marketing y ventas; adicional a estos módulos el software tendrá un sistema de seguridad que permitirá el manejo de usuarios por niveles de interacción.

El alcance por módulo está descrito en la siguiente tabla:

Tabla # 5: Alcance por módulo

Módulo	Alcance
Administración de Personal	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Asignación de personal por cargos y departamentos. ❖ Control de Nómina. <ul style="list-style-type: none"> • Beneficios e ingresos adicionales. • Egresos. ❖ Generación. <ul style="list-style-type: none"> • Roles de Pago. • Vacaciones. • Préstamos.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Análisis de Audiencia. <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de Sintonía. • Análisis de rentabilidad. • Planeación de medios. • Análisis de la competencia.
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planes y proyecciones de ventas. ❖ Cronogramas, control y distribución de ventas metas. ❖ Facturación y ventas de servicios. ❖ Registro contable de las diferentes transacciones que maneja la estación radial.
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Plan de Cuentas. ❖ Asientos. <ul style="list-style-type: none"> • Normales y Mayorización. • Cierres. • Ajustes y Provisiones. ❖ Balances. ❖ Estados Financieros.

- **FACILIDADES DEL PROYECTO**

Entre las facilidades que tiene "Gerencia Radial" para llevarse a cabo como software solución tenemos:

- Módulos
 - Seguridad, ya se encuentra desarrollado en la plataforma que utilizará el software y solo se debe adaptar a las necesidades del sistema.
 - Análisis de Audiencia, contamos con el prototipo y el diseño de la base de datos del módulo, sin embargo ambos se deben migrar a la plataforma de desarrollo y optimizar la base de datos para mejorar su rendimiento.
- Personal
 - El grupo de profesionales que conformarán la empresa se encuentran capacitados en diferentes áreas, ayudando a cubrir en primera instancia las necesidades de ajuste de personal por ser una institución que recién empieza sus actividades en el área comercial.

5.2. EQUIPOS

La empresa actualmente cuenta con los siguientes equipos de oficina, resultado de aporte de socios e inversión inicial del proyecto.

Tabla # 6: Equipos

Cantidad	Equipos/Mobiliario	Área	Origen
6	Computadoras (con CD-rw).	Gerencia y Desarrollo.	Aporte de Socios
1	Computadora portable.	Presentaciones.	
3	Impresora (inyección).	Gerencia, Desarrollo y Secretaria.	

5.3. MOBILIARIO

La empresa actualmente cuenta con el siguiente mobiliario, resultado de aporte de socios e inversión inicial del proyecto.

Tabla # 7: Mobiliario

Cantidad	Equipos/Mobiliario	Área	Origen
1	Surtidor de agua (fría y caliente).	Atención al Público.	Aporte de Socios
2	Pizarra acrílica mediana.	Sala de reuniones y Desarrollo.	
1	Mesa mediana c/sillas (6 personas).	Sala de Reuniones.	Inversión Inicial
1	Puesto de secretaria c/silla (3 cajones).	Atención al público (secretaria).	
2	Teléfonos.	Desarrollo y Gerencia.	
1	Teléfono - Fax.	Secretaria.	
3	Archivadores verticales (4 cajones).	Secretaria, Desarrollo y Gerencia.	
6	Papeleras.		
1	Pull de 4 escritorios c/sillas (3 cajones c/u).	Desarrollo.	
2	Vitrinas 2 pisos, 2 niveles por piso puertas vidrio.	Gerencia y Desarrollo.	
1	Escritorio tipo ejecutivo (4 cajones) c/silla.	Gerencia.	
1	Sala de recepción (1 mesa de centro con 2 sets de sillas de 3 personas c/u) .	Atención al público.	
4	Sillas.	Desarrollo (2) y Gerencia (2)	

5.4. PLANO DE LA OFICINA

Ver Anexo C-1

5.5. HERRAMIENTAS

"Gerencia Radial", tiene definido como herramienta de desarrollo Visual Basic y como base de datos Mysql, de tal manera que permita integrar los diferentes módulos que lo conforman e inclusive da la apertura a que nuevos módulos se adicionen en caso de requerirlos la estación radial, o en su defecto de querer migrar la información a otro tipo de base de datos, manteniendo la seguridad e integridad de los datos.

La aplicación estará desarrollada con orientación objeto y será parametrizable, adicionalmente mantendrá estándares de desarrollo, seguridad y calidad que el medio requiere.

5.6. PLAN DE CONSUMO

La empresa para llevar a cabo el proyecto de **"Gerencia Radial"**, tiene previsto el siguiente plan de consumo, en función de los departamentos y número de personas que laboran en ellos:

Suministros de Oficina	
Cantidad	Suministro
3	Resmas de hojas.
3	Cartuchos de tinta.
15	Bolígrafos.
5	Resaltadotes.
5	Cinta Scotch.
1	Caja de Marcadores de tiza líquida.
1	Caja de Cd - RW.
1	Caja de Cd - R.
4	Cajas de Diskettes.
50	Sobres manila A4.
100	Sobres Oficio.
20	Carpetas para archivar (inversión inicial).
1	Rollos de Fax.
150	Tarjetas de presentación (semestral).
1	Grapas, Clips (caja grande).
6	dispensadores de cinta, perforadoras y grapadoras (inversión inicial).
Suministros Varios	
Cantidad	Suministro
2	Botellones de Agua.
2	Café.
2	Té o aromáticas.
2	Azúcar.
50	Cucharas plásticas.
1	Paquete de 100 servilletas.
2	Rollos de papel higiénico (ref. 5).
1	Galón jabón líquido.
3	Toallas para manos (inversión inicial).
Suministros Limpieza	
Cantidad	Suministro
1	Galón de Desinfectante.
1	Fundas de detergente 2000 gr.
1	Galón de Cera.
2	Pieza de franela.
1	Escobillón.
1	Escoba.
1	Trapeador.
3	Fundas de guaípe.
2	Limpia mágico.
2	Trapeadores.
Servicios básicos	
1	Proveedor de Internet (a partir del 3er mes).
*	Luz, Agua, Teléfono.
*	Alquiler y alícuota.

Nota: Los costos unitarios y totales se reflejan en el punto 8.4.3.

5.7. PLAN DE COMPRAS

"Help & Solutions" tomando como base su plan de consumo, ha determinado un plan de compra mensual en función del stock de suministros que tenga hasta el momento la empresa; adicionalmente se trabajará con una caja chica que servirá para gastos menores (movilización, suministros, etc.).

Considerando que la empresa está iniciando sus actividades comerciales, existirá un rubro en el que se indiquen los valores invertidos en la compra de suministros, teniendo una proyección de 2 meses de holgura.

5.8. PROVEEDORES

"Help & Solutions" a dividido de la siguiente manera a sus proveedores:

- Suministros de oficina y equipos de computación: La empresa TINYTON, cuyo representante legal es la LCDA. VIVIAN CHACÓN.
- Mobiliario: Mueblería "Charito" cuyo representante legal es el Sr. Benigno Veloz Iglesias.
- Suministros de Limpieza: Actualmente nos encontramos en conversaciones con representantes de MEGAMAXI y MI COMISARIATO y esta por definirse.

5.9. SISTEMA DE CONTROL

Se establecerá un sistema de control enfocado a:

- ❖ Plan de Compra, se manejará de forma directa con el cronograma establecido para promoción y ventas; y, el plan de ventas metas fijado por trimestre. Mensualmente se analizará el alcance de cada meta fijada y se aplicarán planes de contingencia de ser necesario por parte de los ejecutivos responsables del área.

- ❖ Distribución del Producto, la única empresa comercializadora del software será "**Help & Solutions**" y aplicará medidas de control internas y externas que salvaguarden la propiedad intelectual del producto y su correcto uso en función de las licencias adquiridas por cada usuario.

Capítulo 6

6. ANALISIS ADMINISTRATIVO

6.1. GRUPO EMPRESARIAL

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

6.1.1. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Tal como se aprecia en el organigrama de **"Help & Solutions"**, la empresa tiene una estructura lineal, donde está definido claramente los niveles, mandos y funciones (estas se describen con mayor detalle en el punto 6.1.5.)

Esta compuesta por Gerente General, Secretaria, Auxiliar de Servicio, Asesor Externo, Jefe de Proyectos, Supervisores, Diseñador Gráfico, Desarrolladores, Asesores Comerciales.

6.1.2. POLÍTICA LABORAL

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

Dentro de las Políticas de contratación, la empresa firmará con cada uno de los empleados un contrato, dependiendo del tipo de labor que realice dentro de la misma.

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

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

Las ausencias y los atrasos deberán ser debidamente justificadas, luego serán evaluadas y de acuerdo al resultado, se tomarán los correctivos necesarios.

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

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

La remuneración estará de acuerdo al tipo de labor y contrato que firma cada empleado.

Las deducciones en la remuneración serán aplicadas de acuerdo al tipo de contrato que firme cada empleado.

Las bonificaciones de ley serán dadas de acuerdo al tipo de contrato que firme cada empleado.

La terminación de la relación laboral estará regida de acuerdo al tipo de contrato que se firme con cada empleado.

Los reconocimientos serán dados de acuerdo al tipo de contrato que firme cada empleado.

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

La alimentación es un beneficio que será evaluado y será uno de los puntos que se tomarán en cuenta, de acuerdo a la situación en la que se encuentre la empresa, por el momento no es aplicable.

6.1.3. NIVEL DE SEGURIDAD Y RESTRICCIONES

Los procedimientos para las acciones correctivas deben incluir:

- a) El manejo eficiente de las reclamaciones de nuestros clientes, y los informes de los productos ó servicios brindados no conformes.
- b) La investigación de las causas de no conformidad relativa al producto, al proceso, y al sistema de calidad, registrando los resultados de la investigación.
- c) La determinación de las acciones correctivas necesarias para eliminar la causa de las no conformidades.

- d) La aplicación de los controles que aseguren que las acciones correctivas sean efectuadas, y que éstas sean efectivas.

- e) El acceso a la empresa del personal que labora, será dentro de las horas asignadas y de acuerdo al cargo. De existir la necesidad de cualquier empleado de permanecer más tiempo, deberá solicitarlo por escrito y esperar su aprobación por parte de su jefe inmediato, el cual será responsable en conjunto con el empleado que haya realizado la solicitud.

- f) Cada empleado es responsable del material o información asignada, de acuerdo a su cargo.

- g) En el caso de los códigos y ejecutables de los programas de instalación, serán responsabilidad del Jefe de proyectos.

- h) En el caso de los demos, que sirven para las demostraciones, serán responsables el Jefe de Proyectos, Supervisor Comercial y los Asesor(es) Comercial(es).

6.1.4. FILOSOFIA DE SERVICIO

Desde su concepción, nuestra compañía ha estado enmarcado en lograr la total satisfacción de nuestros clientes. Convencidos que el continuo mejoramiento y la búsqueda constante de la excelencia en cada las actividades y funciones, nos llevará a lograr mejores días para nuestro País.

6.1.5. PERSONAL EJECUTIVO

6.1.5.1. Gerente General

Ver Anexo D-1 y D-2.

6.1.5.2. Secretaria

Ver Anexo D-3 y D-4.

6.1.5.3. Auxiliar de Servicios

Ver Anexo D-5 y D-6.

6.1.5.4. Asesor Externo

Ver Anexo D-7 a D-8.

6.1.5.5. Jefe de Proyectos

Ver Anexo D-9 a D-11.

6.1.5.6. Supervisor Comercial

Ver Anexo D-12 y D-13.

6.1.5.7. Diseñador Gráfico

Ver Anexo D-14 y D-15.

6.1.5.8. Desarrollador

Ver Anexo D-16 y D-17.

6.1.5.9. Asesor Comercial

Ver Anexo D-18 y D-19.

6.2. ORGANIZACIÓN

Gerente General.-

- Representante Legal de la empresa.
- Responsable de la dirección de la empresa.

Asesor Externo.-

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

Secretaria.-

- Responsable de la atención al cliente vía telefónica.
- Responsable de la atención al cliente a su llegada a la oficina.
- Responsable de la documentación.

Jefe de Proyectos.-

- Responsable de planear y ejecutar los nuevos proyectos.
- Responsable de la mejora continua de los sistemas.

Supervisor Comercial.-

- Responsable de llevar el control de los Asesores Comerciales.

- Responsable en conjunto con el Gerente de fijar la dirección en la que se moverá la empresa en la comercialización y distribución de los productos.

Diseñador Gráfico.-

- Responsable de la mejora continua de la interfaz gráfica de los productos.
- Responsable de la imagen corporativa de la empresa.

Desarrollador.-

- Responsable de la codificación, implementación y pruebas de los nuevos sistemas.
- Responsable de la codificación de las mejoras a los sistemas ya existentes.
- Responsable de la documentación de los sistemas.

Asesor Comercial.-

- Responsable dar a conocer los beneficios que nuestros productos le darán a nuestros clientes.
- Responsables de contactar personalmente a nuestros posibles clientes.
- Responsables de contactar personalmente a nuestros clientes, para recibir los servicios post-venta.

6.3. EMPLEADOS

Tomando en consideración que las personas que laboran en nuestra organización forman parte fundamental para el desarrollo de la misma debemos velar por su bienestar laboral dentro de nuestra empresa.

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

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

Evaluar el bienestar de los empleados para evitar continua rotación del personal, ausentismo, quejas y hasta sabotaje. Dichas evaluaciones se realizarán mediante encuestas y buzón de sugerencias. Con la evaluación podemos eliminar o disminuir el grado de insatisfacción para evitar problemas posteriores.

Brindar capacitación y la posibilidad de desarrollarse profesionalmente con la finalidad de mantener a nuestro equipo de trabajo a la par con los avances tecnológicos.

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

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

6.4. HERRAMIENTAS DE CONTROL Y DESEMPEÑO

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

- **Controles.**

- Se supervisará la hora de entrada y salidas del personal.
- No será permitido la utilización del tiempo y equipos de oficina para el desarrollo de otras actividades ajenas a las que deba cumplir para la empresa.
- No será permitido la utilización del personal para actividades ajenas a los intereses de la empresa.
- Se elaborarán planes de trabajo semanales, los cuales deberán ser realistas y con actividades que se las pueda terminar en el tiempo establecido.
- Supervisar el uso de las instalaciones físicas para el desarrollo de las actividades que van en beneficio de la empresa.
- Cada jefe departamental supervisara que se utilicen las herramientas que han sido adquiridas, alquiladas o permitidas dentro de la empresa.
- No es permitido la utilización del nombre de la empresa en beneficio de personas particulares.
- No será permitido que la información, productos, programas fuentes, equipos, mobiliario y demás activos de la empresa, sean utilizados fuera de las instalaciones, lo cual incluye llevar trabajo a los

domicilios, a menos que sea autorizado por el Gerente General.

- Se supervisará periódicamente y de forma sorpresiva el uso de los equipos para exclusividad de actividades de la empresa.
- No será permitido el ingreso del personal en estado alterado a sus condiciones normales.
- Deberá en la medida posible evitarse las visitas de carácter personal dentro de las instalaciones de la empresa.
- No será permitido al personal el uso de prendas de vestir que atenten contra el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa o contra la imagen de la misma.

- **Sanciones**

- En caso de una infracción atentatoria contra la moral, honor y principios de la institución se procederá a cumplirse de forma inmediata el último de los puntos que están estipulados dentro de las sanciones.

- En caso de no ser una falta atentatoria contra la moral, honor y principios de la institución se procederá a cumplirse de forma sucesiva los siguientes puntos:
 - A la primera infracción se llamará la atención en forma verbal y a solas por parte de su superior inmediato.
 - De reincidir en la misma falta, el supervisor llamará la atención de forma escrita y personalizada.
 - De continuar en la misma falta, se procederá a un segundo llamado de atención de forma escrita, además de llamársele la atención dentro de la reunión departamental, que se desarrollarán en forma periódica o por pedido del jefe de cada departamento, con la presencia, en la medida posible del Gerente General.
 - De continuar en la misma falta, se procederá al envío de un memo y una entrevista con el jefe departamental y de ser posible del Gerente General, en el que se decidirá su permanencia condicional y los parámetros que regirán la misma.

- Finalmente si no son cumplidas las condiciones anteriormente establecidas, se procederá a la notificación escrita, su inmediata dimisión del puesto y la actualización de su carpeta de vida dentro de la empresa.

- **Gratificaciones.**

- Se procederá en forma periódica, de ser posible una vez por mes, al festejo del onomástico del personal nacido en ese respectivo periodo, con la presencia del Gerente General de ser posible.
- Se procederá por medio electrónico o escrito a la felicitación por onomástico o logros personales.
- Se procederá en forma periódica, de ser posible mensualmente, a la actualización de la cartelera de empleados que muestran buen desempeño en sus labores.
- Se valorará con la posibilidad de escalar o cambiar de cargo en base a la capacidad demostrada y a la constante preparación del personal.
- Se capacitará al personal asumiendo nada, parte o toda la inversión, dependiendo del grado de necesidad de la empresa y meritos del personal.

- Se le dará posibilidades de salir de la empresa dentro del horario normal, por calamidad doméstica, capacitación o asuntos personales, mientras no sean constantes las salidas, no alteren el cronograma de actividades y no afecte sus labores dentro de la misma.

Capítulo 7

7. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

En este capítulo, se describirán algunas de las normas legales, que nos permitirá evitar conflictos legales a futuro, tanto internos como externos.

7.1. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

- Se contará con asesoría legal interna y estable, lo antes posible.
- Se sacarán cada uno de los permisos, que las leyes del país requieran para el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa.
- Cada norma, resolución o política, serán aumentadas o actualizadas de acuerdo a las necesidades y en forma periódica.
- Control sobre la propiedad intelectual de los productos que se generen, por cualquier persona mientras labore en la empresa.

7.2. ASPECTOS LEGALES DEL EMPLEADO

- En el caso de los empleados nacionales se solicitará toda la documentación requerida previa a su contratación, además de la necesidad de aprobar con cada control que se deba realizar para su contratación.
- En el caso de los empleados extranjeros, se solicitará adicional a lo que se solicita a los empleados nacionales, su respectivo permiso para ser contratado y ejercer algún tipo de labor dentro del país.
- Todo contrato será por escrito, firmado por cada parte interesada e inscrito en forma oficial.
- Existirán tres tipos de contratos, de acuerdo a la contratación de cada uno de los empleados, estos son:
 - Contratos de trabajo (tiempo indefinido).
 - Contratos por servicios profesionales.
 - Contratos temporales.
 - Outsourcing.
- Los empleados con contrato por tiempo indefinido, contarán:
 - Sueldo básico.
 - Ingresos de acuerdo a sus habilidades.
 - Seguro Social.
 - Beneficios.
 - Vacaciones.

- Los empleados con contratos por servicios profesionales, contarán:
 - Salarios, acorde a sus funciones, en común acuerdo con el profesional.
- Los empleados con contratos temporales, contarán:
 - Sueldo, acorde a sus funciones, en común acuerdo con el empleado.
- En el caso de despido o salida de uno de los empleados se procederá al pago de su liquidación, acorde a lo establecido en las leyes del país.
- Outsourcing, el sueldo será acorde a sus funciones, en común acuerdo con el empleado o empresa.

7.3. ASPECTOS LEGALES DE LOS CLIENTES

- Se le pondrá en total conocimiento de forma verbal y por escrito, de lo que está por adquirir, antes de la firma del contrato.
- Se solicitará todos los datos que se requieran en la factura.
- A todo cliente se le entregará su factura.
- Se efectuará la instalación de parte de nuestro personal y las pruebas necesarias del correcto uso del producto de parte del cliente. Esta instalación y capacitación estará incluida dentro de los servicios adquiridos por el cliente.
- En el caso de que el cliente desee hacer la instalación por su cuenta y riesgo, y se niegue a la instalación del producto por parte de

nuestro personal, deberá firmar un documento que exonere de responsabilidad a la empresa por mala instalación y luego se le procederá a la entrega del manual de instalación.

- Se le deberá indicar de forma verbal y escrita al cliente que por asuntos de seguridad contra la piratería, el personal tomará los datos técnicos del equipo donde se instalará el producto, en el momento que este sea instalado y el cliente deberá firmar un documento que garantice que no se realizaran copias no autorizadas por nuestra empresa, a ninguno de los manuales y componentes del sistema que se le entreguen.
- Se deberá entregar la documentación, garantía(s) y licencia(s) ya antes descritas dentro del documento en que se especifica lo que el cliente recibirá.
- Se deberá firmar un documento de conformidad de lo que está recibiendo, con su respectiva copia, de parte del cliente, en conjunto con la factura. El original lo conservará nuestra empresa y la copia el cliente.
- Se le informará de forma verbal y escrita que periódicamente se realizarán contactos al cliente, la forma de conocer el grado de satisfacción del mismo con respecto a nuestro producto, como parte del servicio de post-venta.

- En conjunto con el producto, deberá contar con el Manual de Usuario, el cual puede ser impreso o formato digital.
- El Manual de Usuario deberá ser actualizado constantemente, de tal manera que se convierta en una verdadera ayuda para el cliente.
- En conjunto con el producto, deberá contar con la licencia(s) respectiva(s).
- La(s) Licencia(s) deberán ser actualizadas constantemente, de forma que prevea futuros conflictos.

7.4. LEGISLACIÓN

- Obtener el registro único de contribuyentes y poder facturar.
- Se debe obtener la patente municipal para el ejercicio de la actividad económica.
- Obtener el certificado seguridad del cuerpo de bomberos.
- Obtener del Ministerio de Salud Pública el permiso sanitario.
- Obtener el permiso de la Defensa Civil.

Capítulo 8

8. ANÁLISIS FINANCIERO

"Help & Solutions", al momento de establecerse como un proyecto a mediano plazo determinó que cada una de las personas que se constituyeron como socios aportaron con la cantidad de \$ 1,000 (un mil dólares 00/100) dólares americanos como base, de tal manera que se distribuyan en función de las necesidades de la empresa desde su inicio.

Actualmente el proyecto se constituye en una realidad y el aporte de los socios ascendió a \$ 19,300.00 (diecinueve mil trescientos 00/100) dólares americanos en total, los cuales se han distribuido de la siguiente manera:

Tabla # 8: Aportes de los socios

Aporte Monetario	
Socio	Aporte
Evelyn Del Pezo	4.825,0
Jeny Torres	4.825,0
Elizabeth Villarroel	4.825,0
Xavier Veloz	4.825,0
Total de Aporte Monetario	\$ 19.300,0

Aporte en Especies (Activos)					
Procedencia	Cantidad	Activo Fijo	Gasto unitario	Total	Total Aporte Socios
Evelyn Del Pezo	2	Computadoras (con CD-rw)	800,0	1.600,0	1.760,0
	1	Pizarra acrílica mediana (medianas)	40,0	40,0	
	1	Impresora (inyección)	120,0	120,0	
Jeny Torres	2	Computadoras (con CD-rw)	800,0	1.600,0	1.760,0
	1	Pizarra acrílica mediana (medianas)	40,0	40,0	
	1	Impresora (inyección)	120,0	120,0	
Elizabeth Villarroel	1	Computadora portable	1.500,0	1.500,0	2.063,0
	1	Surtidor de agua (fría y caliente)	95,0	95,0	
	1	Aire Acondicionado	468,0	468,0	
Xavier Veloz	2	Computadoras (con CD-rw)	800,0	1.600,0	1.720,0
	1	Impresora (inyección)	120,0	120,0	
Total Aporte en Especies (Activos)					\$ 7.303,0

Distribución por Rubros del Aporte Monetario de los Accionistas	
Rubros	Valor
Capital de Trabajo	1.200,0
Inversiones en Activos	1.565,0
Lanzamiento del producto	2.200,0
Caja	1.035,0
Imprevistos	800,0
Gastos	
Gastos de Servicios	1.800,0
Gastos Administrativos	7.400,0
Gastos Varios	2.300,0
Gastos Publicidad	1.000,0
Total Rubros Aporte Monetario	\$ 19.300,0

8.1. CAPITAL DE TRABAJO

Considerando que la empresa está empezando su actividad comercial, los socios han determinado que del total de la inversión inicial, se aporte en capital de trabajo \$ 1,200.00 (un mil doscientos 00/100) dólares americanos.

8.2. INVERSIÓN DE ACTIVOS

Los activos fijos que tiene actualmente la empresa son el resultado del aporte de los socios y de la inversión de una parte del capital de la constitución legal de **"Help & Solutions"**.

Los valores que se detallan en el cuadro de inversión de los activos fijos de la empresa, ya incluyen los respectivos impuestos.

Tabla # 9: Inversión de Activos Fijos

Procedencia	Cantidad	Activo Fijo	Costo Unitario	Costo Total
Aporte de Socios	6	Computadoras (con CD-rw)	800,0	4.800,0
	1	Computadora portable	1.500,0	1.500,0
	3	Impresora (inyección)	120,0	360,0
	1	Surtidor de agua (fría y caliente)	95,0	95,0
	1	Aire Acondicionado	468,0	468,0
	2	Pizarra acrílica mediana (medianas)	40,0	80,0
SubTotal Aporte de Socios				\$ 7.303,0

Procedencia	Cantidad	Activo Fijo	Costo Unitario	Costo Total	
Inversión Inicial de Activos Fijos	1	Mesa mediana c/sillas (6 personas)	150,0	150,0	
	1	Puesto de secretaria c/silla (3 cajones)	95,0	95,0	
	2	Teléfonos	15,0	30,0	
	1	Teléfono – Fax	120,0	120,0	
	3	Archivadores verticales (4 cajones)	98,0	294,0	
	6	Papeleras	15,0	90,0	
	1	Pull de 4 escritorios c/sillas (3 cajones c/u)	380,0	380,0	
	2	Vitrinas 2 pisos, 2 niveles por piso puertas	78,0	156,0	
	1	Escritorio tipo ejecutivo (4 cajones) c/silla	110,0	110,0	
	1	Sala de recepción (1 mesa de centro con 2 sets de sillas de 3 personas c/u)	80,0	80,0	
	4	Sillas	15,0	60,0	
	SubTotal Inversión Inicial en Activos Fijos				\$ 1.565,0

Total de inversión en Activos Fijos	Valor
Aporte de Socios	7.303,0
Adquisición con capital de la empresa	1.565,0
Total en Activos Fijos	\$ 8.868,0

8.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS

A continuación se presentan la información que se tomó como base para la proyección de presupuestos de ingresos.

Tabla # 10: Información general de las Ventas

Precios de "Gerencia Radial"			
Presentación producto	Precio unit.	Iva	Total
Estándar	550.0	66.0	616.0
Profesional	700.0	84.0	784.0
Empresarial	1,100.0	132.0	1,232.0

Tipos de Ventas	
Crédito	con intereses
	sin intereses
Contado	

Promociones para Ventas		
Jul-05 y Oct-05	3 meses	sin intereses
	6 meses	con intereses
Dic-05	3 y 6 meses	sin intereses

Mercado Meta	
Emisoras	# Emisoras
Guayaquil	85
Quito	79
	164

Proyecciones de Ventas	Anual	
	Índice efectivo ventas	28%
	Interés anual	12%
	Total de Ventas al año	46
	Mensual	
	Promedio ventas efec.	4
Interés mensual	1.5%	

Tabla # 11: Presupuesto de Ventas

Proyección Anual de Ventas de "Gerencia Radial"

Meses	Cantidad	Edición	Valor	# meses Credito	Interés Total	Total	credito flujo de Caja
Ene-05	1	Estándar	616.0	3	27.7	643.7	Ene - Mar (05)
	2	Profesional	784.0	0	0.0	1,568.0	Ene-05
Feb-05	2	Estándar	616.0	0	0.0	1,232.0	Feb-05
	1	Profesional	784.0	3	35.3	819.3	Feb-Abr (05)
	1	Empresarial	1,232.0	3	55.4	1,287.4	
Mar-05	1	Estándar	616.0	0	0.0	616.0	Mar-05
	1	Profesional	784.0	0	0.0	784.0	
	2	Empresarial	1,232.0	6	110.9	2,685.8	Mar - Ago (05)
Abr-05	2	Estándar	616.0	0	0.0	1,232.0	Abr-05
	2	Profesional	784.0	0	0.0	1,568.0	
May-05	1	Estándar	616.0	0	0.0	616.0	May-05
	1	Profesional	784.0	0	0.0	784.0	
	1	Empresarial	1,232.0	0	0.0	1,232.0	
Jun-05	2	Estándar	616.0	6	55.4	1,342.9	Jun - Nov (05)
	2	Empresarial	1,232.0	0	0.0	2,464.0	Jun-05
Jul-05	1	Estándar	616.0	3	0.0	616.0	Jul - Sep (05)
	3	Empresarial	1,232.0	0	0.0	3,696.0	Jul-05
Ago-05	3	Estándar	616.0	0	0.0	1,848.0	Ago-05
	1	Profesional	784.0	6	70.6	854.6	Ago - Ene (06)
Sep-05	1	Estándar	616.0	0	0.0	616.0	Sep-05
	1	Profesional	784.0	3	35.3	819.3	Sep - Nov (05)
	2	Empresarial	1,232.0	0	0.0	2,464.0	Sep-05
Oct-05	1	Estándar	616.0	6	55.4	671.4	Oct - Mar (06)
	2	Profesional	784.0	3	0.0	1,568.0	Oct - Dic (05)
	1	Empresarial	1,232.0	0	0.0	1,232.0	Oct-05
Nov-05	2	Estándar	616.0	0	0.0	1,232.0	Nov-05
	2	Profesional	784.0	0	0.0	1,568.0	
Dic-05	1	Estándar	616.0	3	0.0	616.0	Dic - Feb (06)
	2	Profesional	784.0	6	0.0	1,568.0	Dic - May (06)
	1	Empresarial	1,232.0	0	0.0	1,232.0	Dic-05
Total Ingresos						\$ 39,476.36	

Tabla # 12: Ventas a Crédito

		Tipos de Crédito										
		Con intereses					Sin intereses					
I Semestre Año 2005												
		Ene		Feb				Mar		Jun		Jul
Año	Mes	Valor	Interés	Valor	Interés	Valor	Interés	Valor	Interés	Valor	Interés	Valor
2005	Ene	205.3	9.2									
	Feb	205.3	9.2	261.3	11.8	410.7	18.5					
	Mar	205.3	9.2	261.3	11.8	410.7	18.5	410.7	37.0			
	Abr			261.3	11.8	410.7	18.5	410.7	37.0			
	May							410.7	37.0			
	Jun							410.7	37.0	205.3	18.5	
	Jul							410.7	37.0	205.3	18.5	205.3
	Ago							410.7	37.0	205.3	18.5	205.3
	Sep									205.3	18.5	205.3
	Oct									205.3	18.5	
	Nov									205.3	18.5	
	Dic											
		616.0	27.7	784.0	35.3	1,232.0	55.4	2,464.0	221.8	1,232.0	110.9	616.0

II Semestre Año 2005											
		Ago		Sep		Oct		Nov		Dic	
Año	Mes	Valor	Interés	Valor	Interés	Valor	Interés	Valor	Valor	Valor	
2005	Ago	130.7	11.8								
	Sep	130.7	11.8	261.3	11.8						
	Oct	130.7	11.8	261.3	11.8	102.7	9.2	522.7			
	Nov	130.7	11.8	261.3	11.8	102.7	9.2	522.7			
	Dic	130.7	11.8			102.7	9.2	522.7	205.3	261.3	
Ventas Crédito del 2005 que se cobrarán en el 2006											
2006	Ene	130.7	11.8			102.7	9.2		205.3	261.3	
	Feb					102.7	9.2		205.3	261.3	
	Mar					102.7	9.2			261.3	
	Abr									261.3	
	May									261.3	
		784.0	70.6	784.0	35.3	616.0	55.4	1,568.0	616.0	1,568.0	

Tabla # 13: Resumen total de Ventas

Ventas a Crédito

Meses	Cantidad	Edición	Valor	# meses Crédito	Interés Total	Total
Ene-05	1	Estándar	616.0	3	27.7	643.7
Feb-05	1	Profesional	784.0	3	35.3	819.3
	1	Empresarial	1,232.0	3	55.4	1,287.4
Mar-05	2	Empresarial	1,232.0	6	110.9	2,685.8
Jun-05	2	Estándar	616.0	6	55.4	1,342.9
Jul-05	1	Estándar	616.0	3	0.0	616.0
Ago-05	1	Profesional	784.0	6	70.6	854.6
Sep-05	1	Profesional	784.0	3	35.3	819.3
Oct-05	1	Estándar	616.0	6	55.4	671.4
	2	Profesional	784.0	3	0.0	1,568.0
Dic-05	1	Estándar	616.0	3	0.0	616.0
	2	Profesional	784.0	6	0.0	1,568.0
Total Ingresos						\$ 13,492.36

Ventas al Contado

Año	Mes	Total mensual de Ventas
2005	Ene	1,568.0
	Feb	1,232.0
	Mar	1,400.0
	Abr	2,800.0
	May	2,632.0
	Jun	2,464.0
	Jul	3,696.0
	Ago	1,848.0
	Sep	3,080.0
	Oct	1,232.0
	Nov	2,800.0
	Dic	1,232.0
Total Ventas Anuales		\$ 25,984.0

8.4. PRESUPUESTO DE EGRESOS

8.4.1. PRESUPUESTO DE SERVICIOS E INSUMOS

Nuestro presupuesto de servicios e insumos está considerando valores como inversión inicial; o, en su defecto, como una inversión de tipo semestral, como es el caso de garantía de alquiler e insumos para el producto.

Tabla # 14: Presupuestos de Servicios e Insumos

Cantidad	Insumos (tiempo aproximado cobertura 10 meses)	Costo Unitario	Costo Total
100	Portadas y CD covers	128.80	
100	Carpetas promocionales de gerencia radial	195.00	
500	Folletería de la empresa y producto	245.00	568.80
* Total de Insumos			\$ 668.80
Cantidad	Servicios	Costo Unitario	Costo Total
3	Depósito en garantía (oficina) por 3 meses	150.00	450.00
1	Alquiler mensual (oficina)	150.00	150.00
1	Luz	55.00	55.00
1	Agua	20.00	20.00
1	Teléfono	110.00	110.00
1	Internet (cable módem)	48.00	48.00
** Total de Servicios			\$ 833.00

Total de Gastos mensuales	Valor
Servicios	\$ 383.00

Nota:

- * Los gastos por insumos del producto son un solo pago al inicio del proyecto y/o cuando la empresa lo considere necesario
- ** La garantía por alquiler de la oficina es un solo pago al inicio del proyecto

8.4.2. PRESUPUESTO DE PERSONAL

En el presupuesto de personal de la empresa se está considerando un sueldo en función del cargo, habilidad y grado de responsabilidad de cada empleado, sin embargo estos valores serán revisados al finalizar el primer semestre de funcionamiento de la compañía. La parte contable de la empresa será manejada por un asesor externo considerado dentro de nuestro presupuesto.

Tabla # 15: Presupuesto Mensual del Personal

Cargo	Sueldo	Comp. Salarial	Provisiones salariales			12.15%
			Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal
Gerente General	200.0	8.0	16.7	11.3	8.3	24.3
Jefe de Proyectos	170.0	8.0	14.2	11.3	7.1	20.7
Jefe de Comercialización	170.0	8.0	14.2	11.3	7.1	20.7
Desarrollador	150.0	8.0	12.5	11.3	6.3	18.2
Asistente de Ventas	150.0	8.0	12.5	11.3	6.3	18.2
Secretaría	140.0	8.0	11.7	11.3	5.8	17.0
Auxiliar de Servicios	136.0	8.0	11.3	11.3	5.7	16.5
Servicios Contables	150.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Total Gastos	\$ 1,266.0	\$ 56.0	\$ 93.0	\$ 79.3	\$ 46.5	\$ 135.6

Totales mensuales	
Detalle	Valor
Sueldos y Aporte Patronal	1,457.6
Provisiones salariales	218.8
Total Gastos	\$ 1,676.4

8.4.3. PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS

Se considerarán como otros gastos; suministros, movilización para ventas, caja chica, entre otros.

Tabla # 16: Presupuesto de otros gastos

Cantidad	Suministros	Costo Unitario	Costo Total
3	Resmas de hojas	3.8	11.4
3	Cartuchos de tinta	28.8	86.3
15	Bolígrafos	0.3	3.8
5	Resaltadores	0.6	3.0
5	Cinta Scotch	0.8	3.8
1	Caja de Marcadores de tiza líquida	3.7	3.7
1	Caja de Cd – RW (10 unidades)	11.0	11.0
1	Caja de Cd – R (10 unidades)	4.9	4.9
4	Cajas de Diskettes (10 unidades)	3.1	12.5
50	Sobres manila A4	0.1	6.0
100	Sobres Oficio	0.1	6.0
1	Rollos de Fax	1.2	1.2
1	Grapas, Clips (caja grande)	0.9	0.9
2	Botellones de Agua	1.3	2.5
1	Vasos térmicos (25 unidades)	0.6	0.6
2	Café	5.9	11.7
2	Té o aromáticas	0.6	1.2
2	Azúcar 2 Kilos	1.0	2.0
1	Cucharas plásticas (50 unidades)	0.5	0.5
1	Paquete de 100 servilletas	0.4	0.4
2	Rollos de papel higiénico (ref. 5)	2.0	4.1
1	Galón jabón líquido	2.1	2.1
1	Galón de Desinfectante	2.2	2.2
1	Fundas de detergente 2000 gr.	2.8	2.8
1	Galón de Cera	3.9	3.9
2	Pieza de franela	1.5	2.9
1	Escobillón	1.1	1.1
1	Escoba	1.0	1.0
1	Escurreidor	1.1	1.1
3	Fundas de guaipe	1.3	3.8
2	Limpia mágico	2.3	4.5
2	Trapeadores	1.0	1.9
Total de Gastos por Suministros			\$ 204.60
Cantidad	Varios	Costo Unitario	Costo Total
4	Movilización para ventas (20 días laborables)	3.0	240.0
1	Caja chica	110.0	110.0
Total de Gastos Varios			\$ 350.00
Total de Gastos (Suministros y Varios)			\$ 554.60

Nota:

Suministros, se considerará en presupuestos un gasto mensual de \$ 150 ya que no todos los meses se compra la misma cantidad

Movilización, se considera en presupuestos un gasto mensual de \$ 240 considerando que las visitas serán planificadas y que no todos los meses se incurrirá en dicho gasto o valor

Existen gastos varios que están considerados dentro de la inversión inicial y se los detalla a continuación:

Tabla # 17: Presupuestos de otros gastos (Inversión Inicial)

Cantidad	Varios	Costo Unitario	Costo Total
20	Carpetas para archivar	1.3	26.6
6	Dispensadores de cinta, perforadoras y grapadoras	7.0	42.0
3	Toallas para manos	3.4	10.2
8	Implementación de 8 puntos de red	15.0	120.0
1	Constitución legal de la empresa	350.0	350.0
1	Alquiler del local para lanzamiento del producto (incluye infocus y bocaditos)	345.0	345.0
Total de Otros Gastos Varios			\$ 815.0

8.5. ANÁLISIS DE COSTOS

El monto de inversión para la creación de una empresa siempre es un valor considerable, más aún si dentro de estos presupuestos se incluyen valores que permitan manejar una cantidad determinada de dinero para imprevistos, en caso de no cumplir las expectativas de venta del producto. Se debe mencionar, que el aporte de los socios, ha sido distribuidos por rubros, de tal manera que permitan administrar, de mejor manera el dinero de la empresa.

Si logramos como equipo de trabajo cumplir con las proyecciones de ventas establecidas en el presupuesto de ingresos, estaríamos

hablando de que tenemos una compañía que promete ser rentable y que se va abriendo camino en el mercado Ecuatoriano.

8.6. FLUJO DE CAJA

Tabla # 18: Flujo de Caja año 2004

"Help & Solutions"

Detalle	Sep	Oct	Nov	Dic	Saldos
Saldo en Bancos	17.735,0	13.674,6	11.295,1	8.915,7	6.187,5
Ventas					
+ Ventas Efectivo	0,0	0,0	0,0	0,0	
+ Cuentas x Cobrar	0,0	0,0	0,0	0,0	
+ Intereses x Cobrar	0,0	0,0	0,0	0,0	
Total de Ventas	0,0	0,0	0,0	0,0	
Gastos					
- Gastos Varios	480,0	320	320,0	320,0	
- Gastos Administrativos	1093,2	1.676,4	1.676,4	2.025,2	
- Gastos de Servicios	287,3	383,0	383,0	383,0	
- Lanzamiento del Producto	2.200,0	0,0	0,0	0,0	
Total de Gastos	4.060,5	2.379,4	2.379,4	2.728,2	
+ Costo de Venta	-4.060,5	-2.379,4	-2.379,4	-2.728,2	
- Gastos de Publicidad	0	0,0	0,0	0,0	
Disponibile	13.674,6	11.295,1	8.915,7	6.187,5	

Nota:

Los valores considerados en Septiembre hacen referencia solo a sus 3 últimas semanas, ya que se tiene previsto hacer el lanzamiento de "Gerencia Radial" el 15 de este mes.

Gastos Fijos y Variables	Tipo Gasto	Ene-May-Oct	
		Monto	Total
Servicios	Servicios	383,0	383,0
Suministros	Varios	204,6	554,6
Movilización		240,0	
Caja chica		110,0	
Sueldos	Administrativos	1676,4	1676,4

Gastos Fijos y Variables	Tipo Gasto	Otros meses	
		Monto	Total
Servicios	Servicios	383,00	383,0
Suministros	Varios	150,00	500,0
Movilización		240,00	
Caja chica		110,00	
Sueldos	Administrativos	1676,42	1676,4

Tabla # 19: Flujo de Caja año 2005

Detalle	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Total Saldo en Bancos	6187,5	4.556,1	4.145,5	4.350,5	4.503,0	4.968,6
Ventas						
+ Ventas Efectivo	1.568,0	1.232,0	1.400,0	2.800,0	2.632,0	2.464,0
+ Cuentas x Cobrar	205,3	877,3	1.288,0	1.082,7	410,7	616,0
+ Intereses x Cobrar	9,2	39,5	76,4	67,2	37,0	55,4
Total de Ventas	1.782,6	2.149,8	2.764,4	3.949,9	3.079,6	3.135,4
Gastos						
- Gastos Servicios	383,0	383,0	383,0	383,0	383,0	383,0
- Gastos Varios	554,6	500,0	500,0	500,0	554,6	500,0
- Gastos Administrativos	1.676,4	1.676,4	1.676,4	1.914,3	1.676,4	1.676,4
Total de Gastos	2.614,0	2.559,4	2.559,4	2.797,3	2.614,0	2.559,4
+ Costo de Venta	-831,4	-410,6	205,0	1.152,5	465,6	576,0
- Gastos de Publicidad	800,0	0,0	0,0	1.000,0	0,0	0,0
Disponible	4.556,1	4.145,5	4.350,5	4.503,0	4.968,6	5.544,7

Detalle	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Total Saldo en Bancos	5.544,7	6.358,0	6.665,8	6.042,8	6.434,7	7.949,2
Ventas						
+ Ventas Efectivo	3.696,0	1.848,0	3.080,0	1.232,0	2.800,0	1.232,0
+ Cuentas x Cobrar	821,3	952,0	814,4	1.222,7	1.222,7	961,3
+ Intereses x Cobrar	55,4	67,2	42,0	51,2	51,2	21,0
Total de Ventas	4.572,8	2.867,2	3.936,4	2.505,9	4.073,9	2.214,3
Gastos						
- Gastos Servicios	383,0	383,0	383,0	383,0	383,0	383,0
- Gastos Varios	500,0	500,0	500,0	554,6	500,0	500,0
- Gastos Administrativos	1.676,4	1.676,4	1.676,4	1.676,4	1.676,4	2.699,4
Total de Gastos	2.559,4	2.559,4	2.559,4	2.614,0	2.559,4	3.582,4
+ Costo de Venta	2.013,4	307,8	1.377,0	-108,1	1.514,5	-1.368,1
- Gastos de Publicidad	1.200,0	0,0	0,0	1.500,0	0,0	1.500,0
Disponible	6.388,0	6.665,8	6.042,8	6.434,7	7.949,2	6.081,1

8.7. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla # 20: Estado de Resultados

Estado de Ganancias y Pérdidas
"Help & Solutions"

Cuenta	Descripción de la Cuenta	Subtotales	Totales
4	Ingresos		33.531,3
401	Operacionales		
40101	Ventas		
4010101	Ventas	32.882,0	
402	No Operacionales		
40201	Otros Ingresos		
4020103	Intereses Ganados	649,3	
		Subtotal	33.531,3
5	Costos y Gastos		
502	Gastos		
50202	De Administración Corriente		27.357,6
5020201	Sueldos Unificados	13.392,0	
5020202	Aporte Patronal IESS	1.627,1	
5020206	Décimo Tercer Sueldo	1.116,0	
5020207	Décimo Cuarto Sueldo	952,0	
5020208	Vacaciones	558,0	
5020211	Gastos de Constitución	350,0	
5020209	Componentes Salariales	672,0	
5020215	Movilización y Transporte	2.880,0	
5020216	Teléfono, Correo, Internet, Telex	1.926,0	
5020217	Arriendos varios	1.800,0	
5020219	Papelería y Útiles de Oficina	350,0	
5020230	Varios	1.614,6	
5020235	Instalaciones Eléctricas y Electrónicas	120,0	
50203	De Ventas		4.845,0
5020305	Promoción - Publicidad	3.945,0	
5020306	Energía Eléctrica	605,0	
5020307	Combustible/lubricantes	55,0	
5020309	Agua	240,0	
50205	De Producción		568,8
5020501	Insumos	568,8	
		Subtotal	32.771,4
		Ganancia/Pérdida	759,9

8.8. BALANCE GENERAL

Tabla # 21: Balance General

Balance General			
"Help & Solutions"			
Cuenta	Descripción de la Cuenta	Subtotal	Total
1	Activo		28.967,78
101	Corriente		19.209,17
10102	Bancos		
1010201	Caja / Bancos	19.209,17	
102	Exigible		560,61
10201	Cuentas por Cobrar		
1020101	Clientes	460,65	
1020102	Intereses	99,96	
11	Activo Fijo		8.748,00
1102	Depreciable		
110202	Muebles y Enseres		
11020201	Muebles y Enseres	8.748,00	
12	Otros Activos		
1202	Depósitos en Garantía		450,00
120201	Inmobiliaria Veloz	450,00	
			<u>28.967,78</u>
2	Pasivo		1.604,90
201	Corriente		
20104	Retenciones		239,93
2010401	Aporte Personal al IESS	239,93	
20105	Provisiones Sociales		1364,97
2010501	Décimo Tercer Sueldo	93,00	
2010502	Décimo Cuarto Sueldo	713,97	
2010503	Vacaciones	558,00	
			<u>1.604,90</u>
3	Capital	27.362,88	
			<u>27.362,88</u>
	Total Pasivo + Capital		<u>28.967,78</u>

8.9. ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS DEL PRIMER AÑO PARA APLICACIÓN DE CORRECTIVOS

1. Razón Corriente	12,32
La liquidez de la empresa es buena por ser mayor a 1.	
2. Prueba Ácida	12,32
En el corto plazo la empresa si puede cumplir con los pagos pues por cada dolar de deuda dispone de 12,32	
3. Periodo promedio de cobranza	39,16
La empresa puede cumplir con los pagos de intereses	
4. Deuda total a activo total	1,13
El rendimiento sobre la participacion de los accionistas es aceptable considerando un sistema dolarizado.	
5. Deuda total a capital contable	1,20
Considerando que es su primer año de ventas, la situacion de la empresa es estable y podría mejorar con los años siguientes.	
6. Capital de trabajo	18.164,88

La empresa en general por el hecho de haber distribuido la inversión de accionistas y crear cuentas de provisión, maneja una buena solvencia económica lo que le permitirá subsistir en caso de que no se cumplen las ventas esperadas en los primeros tres a cinco meses.

8.10. ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

Todo nuevo proyecto está expuesto a riesgos, sin embargo en base a estudios, análisis previamente realizados del mercado y determinación de las necesidades del medio, se pueden desarrollar ideas innovadoras que permitan solucionar y optimizar las diferentes tareas que se realizan en una empresa.

8.10.1. RIESGOS DE MERCADO

Entre los riesgos de mercado que podrían incidir al momento de promocionar y comercializar nuestro producto tenemos:

- No tener la aceptación esperada por parte de los estaciones radiales, riesgo originado por factores como:
 - Renuencia al cambio; algunas personas están familiarizadas con sistemas tradicionales y no dan apertura a incorporar soluciones automatizadas que permitan administrar e integrar áreas claves de la empresa (contabilidad, administración de personal, marketing, etc.).
 - Las estaciones radiales pequeñas no consideran importante la adquisición de un sistema que ayude a manejar de manera integrada la información de su negocio.

- **Presencia de productos sustitutos o similares**, son un competidor de bajo riesgo considerando exigencias del mercado para un producto de esta naturaleza, ya que es la que permite evaluar adecuadamente los montos que los anunciantes manejan en la inversión publicitaria.
- **Piratería**, en el Ecuador no existe la aplicación de una ley que controle a cabalidad la piratería de software, lo que podría originar un alto riesgo para la empresa a pesar de las medidas preventivas que esta maneje.
- **Medidas económicas**, el gobierno podría dictaminar alguna medida económica que paralice temporalmente o perjudique de alguna forma el aspecto socio-económico del país.

8.10.2. RIESGOS TÉCNICOS Y TECNOLÓGICOS

Existen ciertos riesgos técnicos y tecnológicos que pueden afectar la comercialización que esperamos de nuestro software, tales como:

- Adaptación; el personal que trabaje con el sistema, podría presentar problemas de adaptación en cuanto al uso de esta herramienta, esto se origina por factores como:

- No saber utilizar una computadora.
- Mala interpretación de las opciones que tiene el sistema.
- No aceptar la implementación de una herramienta que automatice e integre las actividades que maneja la empresa.
- No saber trabajar en Internet.

Los puntos mencionados anteriormente se tratarán a tiempo, brindando confianza al usuario y, capacitándolo de manera correcta en el uso herramientas que requiere conocer para trabajar con el sistema de "**Gerencia Radial**"; sin embargo, se los expone como riesgo ya que es una realidad con la cual nos vamos a enfrentar.

- Nuevos sistemas operativos (gratuitos como el caso de Linux, o no gratuitos), pueden surgir con cambios radicales (componentes), tener suficiente acogida y que impidan el buen funcionamiento del software que ofertamos.
- Cambio de tendencia en uso de software tradicionales, el mercado puede acoger en un 100% nuevas tecnologías en software tales como SAP, Datamining, entre otros, lo cual llevaría a la empresa a implementar cambios considerables en "**Gerencia Radial**".

8.10.3. RIESGOS FINANCIEROS

Los riesgos financieros en la actualidad son grandes, dado que la inestabilidad política que vive el Ecuador ha hecho que aumente su condición riesgo país y esto influye en todos los puntos, principalmente en el financiero.

Los puntos a favor es la disminución de las tasas interbancarias, interés inflación, condiciones mercado, bolsa de valores, respaldo internacional del FMI, Corporación financiera nacional y otras.

Capítulo 9

9. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

"*Help & Solutions*", ha considerado el siguiente cronograma de actividades previas al lanzamiento del producto que esta planificado para la tercera semana del mes de Septiembre del presente año:

Mes	Días	Actividad
Julio	1 al 11	Ultimo control de calidad al producto
	5 al 9	Reservación y alquiler del local para lanzamiento del producto
		Revisión final de: <ul style="list-style-type: none"> • Papelería de la empresa (tarjetas de presentación, sobres, hojas, informativos). • Diseños del producto. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informativo. ▪ Carpeta promocional. ▪ CD de "Gerencia Radial". <ul style="list-style-type: none"> ○ Licencia y guía de instalación. ○ Portada del CD. ○ Portada de la caja del CD. • Publicidad del producto y empresa. • Invitaciones para el lanzamiento del producto.
12 al 30	Reproducción en imprenta de los materiales publicitarios, tiempo de entrega del trabajo en 15 días laborables.	
Agosto	2 al 13	Semanas de imprevistos en entrega de los trabajos de imprenta.
	16 al 18	Depuración de la base de datos de los clientes y elaboración del listado de los invitados al evento (incluye a los medios de comunicación).
Agosto y Septiembre	30 al 03	Entrega de invitaciones al evento (compañías de entrega de encomiendas, correo electrónico, etc.).
Septiembre	6 al 10	Llamadas o visitas de confirmación de asistencia al evento.
	8 al 10	Delegación del personal y funciones a cumplir para el día del lanzamiento del producto (incluye organización del material a entregar a invitados y elaboración del orden de eventos para el día del producto).
	10 al 12	Envío de publicidad del lanzamiento del producto a los medios de comunicación.
	15	Lanzamiento del producto.

Capítulo 10

10. IMPLEMENTACIÓN, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PROYECTO

10.1. IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MERCADEO

El equipo de trabajo de "*Help & Solutions*", considerando el alto grado de compromiso adquirido desde la conformación de la compañía hasta el día de hoy, busca cumplir los siguientes objetivos:

- Posicionarse en el mercado Ecuatoriano.
- Reconocimiento en los medios radiales por el producto que ofertamos.
- Ofrecer un soporte confiable al cliente el mayor tiempo posible.
- Brindar todo tipo de apoyo mutuo al equipo de trabajo.
- Defender la inversión económica de la empresa.

En base a estos objetivos se han delegado las funciones entre los integrantes de la empresa, quienes en primera instancia desarrollarán más de una función, considerando que por lo pronto no podemos adicionar más personal a la compañía ya que nos ocasionaría mayores gastos.

Indistintamente del cargo que tenga cada una de las personas que laboran en la empresa, todos desempeñaremos la función de

asesores comerciales, de tal manera que podamos cumplir nuestras expectativas de ventas para el primer año, por ello se considera que debemos:

- Capacitar al equipo de trabajo en la manera de cómo llegar al cliente y promocionar el producto, esto involucra una etapa de conocimiento completo del manejo del software, de tal forma que se pueda en lo posterior responder posibles inquietudes de los clientes en caso de que estas surjan.
- Elaborar un cronograma de visitas a los clientes, que incluyan como mínimo 5 visita diarias.
- Las personas que conforman la empresa se rotarán para hacer las visitas a los clientes, aquellas que no hagan visitas en un determinado día, permanecerán en la compañía por si presentara algún imprevisto o posible cliente.

A continuación se presenta un cuadro en el cual se detallan las funciones de cada uno de las personas que laboran en "**Help & Solutions**".

Tabla # 22: Funciones de las Áreas

Áreas	Funciones Individuales	Funciones compartidas
Gerencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejo legal y contable de la empresa. 	Evaluación de nuevos proyectos.
Proyectos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Control de diseño, desarrollo y estándares de calidad del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño, desarrollo e implementación de soluciones informáticas.
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategias de Ventas y planes de comercialización. 	Evaluación de nuevos proyectos.
Técnica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantenimiento, control y adquisiciones de equipos de cómputo, redes y comunicación (uso interno/externo). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño e implementación de Redes y Comunicaciones.

10.2. EJECUCIÓN Y CONTROL

"Help & Solutions", ha venido trabajando desde Octubre del 2003, mes en el cual se estableció el proyecto de formar una compañía que oferte principalmente un software radial, los tres primeros meses fueron de levantamiento y análisis de la información, estudio del mercado e implementación de las alternativas de solución. A partir del mes de enero del año en curso hasta octubre, se ha desarrollado la herramienta que se lanzará al mercado como **"Gerencia Radial"**, el mismo que será sometido a controles de calidad, siendo el último control los primeros días de septiembre del 2004, previo al lanzamiento del producto; las personas involucradas en la ejecución

de este plan propuesto, se inicia con los socios de la empresa, se involucra a los colaboradores y se termina como equipo de trabajo, valiéndonos de los conocimientos y experiencias en sus áreas conformando una empresa competitiva.

Considerando que nosotros desarrollamos la aplicación en base a las necesidades del medio, integramos una persona clave al equipo de trabajo, en este caso el asesor externo, quien conoce y tiene muy buena comunicación con las personas que conforman nuestro nicho de mercado, experiencia en el área de marketing, y está conciente de la realidad de los medios de comunicación a los cuales nos enfocamos, su función principal ha sido orientarnos y supervisar el trabajo que hemos desarrollado.

Contando hoy en día con que nuestro proyecto es ya una realidad, hemos determinado una probabilidad de éxito de nuestra empresa y cobertura del producto de un 28% en nuestro mercado meta, la ciudad de Guayaquil, en un tiempo estimado de un año.

CONCLUSIONES

GERENCIA RADIAL

- Ser pionero e innovador en el Ecuador.
- "Gerencia Radial", se presenta como la solución para la problemática existente en las estaciones radiales.

"HELP & SOLUTIONS"

- Posicionar a "*Help & Solutions*" como líder del mercado.
- Promover la diversidad de servicios.

COMO PROYECTO

- El proyecto permite apreciar la forma más idónea de realizar el plan de marketing para nuestro producto, en base a la realidad actual que vive nuestro país y el medio radial.

RECOMENDACIONES

- Cumplir con los requerimientos del Producto.
- Tener conexión a Internet (dedicada o dial up).
- Atender a las sugerencias que realicen los clientes.
- Realizar charlas y seminarios, dirigidas a nuestros clientes.

BIBLIOGRAFÍA

a) Tesis

1. D. Altamirano, P. Castro, K. Parrales, "Análisis, Diseño e Implementación de un Sitio Web para Pago de Servicios", (Tesis, Licenciatura en Sistemas de Información, Facultad de Ingeniería Electrónica, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2002).
2. (Tesis, Análisis de Sistemas, Programa de Tecnología en Computación y Diseño Gráfico, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2002).

b) Referencias de Internet

3. Secretaría Nacional de Telecomunicaciones del Ecuador, Abril 2004, Concejo Nacional de Telecomunicaciones
<http://www.conatel.gov.ec>
4. Secretaría Nacional de Telecomunicaciones del Ecuador, Abril 2004, Superintendencia de Telecomunicaciones
<http://www.supertel.gov.ec>
5. Radio U, Enero 2004, Software para operar una radio
<http://www.radio.hipatia.info>

Anexos

DESCRIPCIÓN DE CARGO "GERENTE GENERAL"

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

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

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

DESCRIPCIÓN DE CARGO "SECRETARIA"

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

HABILIDADES ESPECIFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Resolución de problemas.	80%	Tiempo
· Capacidad para prever.	90%	Tiempo
· Empatía.	90%	Tiempo

CAPACITACION	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Relaciones Humanas.	100%	
· Comunicación Efectiva.	100%	

DESCRIPCIÓN DE CARGO "AUXILIAR DE SERVICIO"

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

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

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

DESCRIPCIÓN DE CARGO "ASESOR EXTERNO"

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

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

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

DESCRIPCIÓN DE CARGO "JEFE DE PROYECTOS"

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

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

CAPACITACION	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Administración.	100%	Seminarios Capacitación
· Finanzas.	100%	
· Sistemas en General.	100%	
· Manejo de Equipos de Comunicación	100%	
· Relaciones Humanas.	100%	
· Comunicación Efectiva.	95%	
· Inglés	50%	

DESCRIPCIÓN DE CARGO "SUPERVISOR DE COMERCIALIZACIÓN"

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

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

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

DESCRIPCIÓN DE CARGO "DISEÑADOR GRÁFICO"

REQUERIMIENTOS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Madurez.	90%	Tiempo
· Ética profesional.	100%	
· Organizado.	100%	
· Responsable.	95%	Tiempo
· Confiable.	95%	Tiempo
· Honesto	100%	
· Creativo	100%	
· Para trabajar bajo presión.	100%	

HABILIDADES ESPECIFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Constante actualización.	100%	
· Resolución de problemas.	100%	
· Capacidad para prever y planear.	100%	
· Empatía.	95%	Seminarios

CAPACITACION	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Herramientas de Diseño.	100%	
· Aplicaciones Web.	100%	
· Inglés.	85%	Capacitación

DESCRIPCIÓN DE CARGO "DESARROLLADOR"

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

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

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

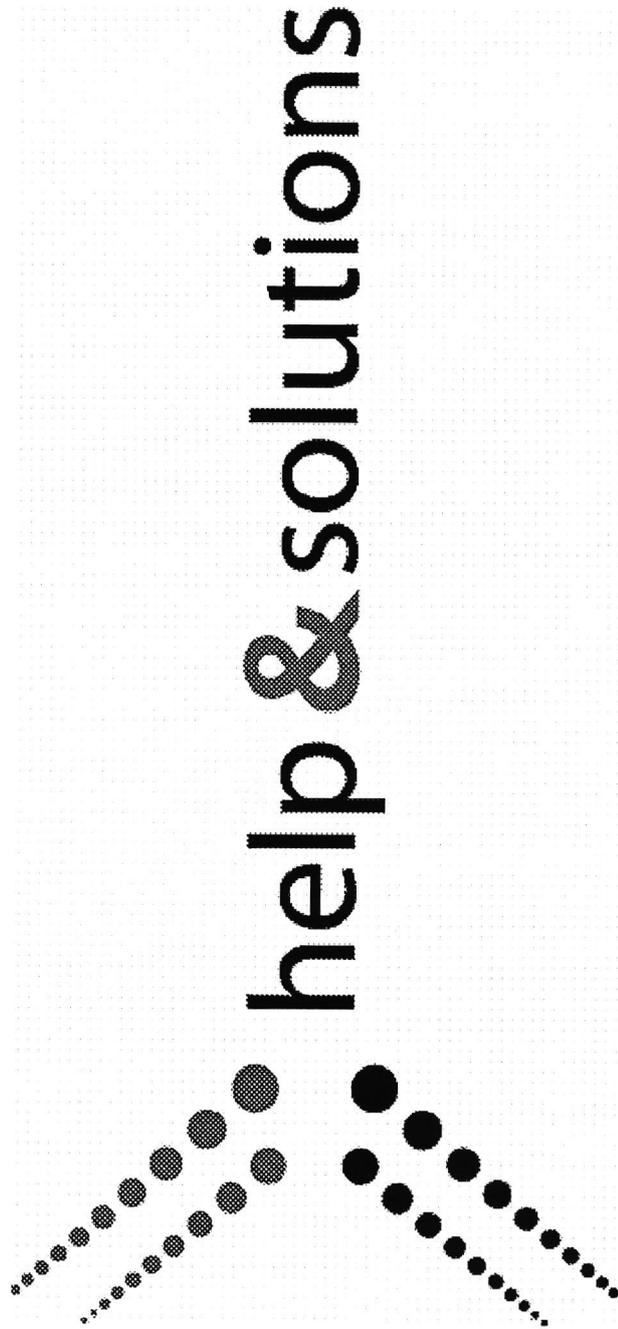
DESCRIPCIÓN DE CARGO "ASESOR COMERCIAL"

REQUERIMIENTOS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Dirección y liderazgo.	90%	Seminarios
· Madurez y ética profesional.	75%	Tiempo
· Organizado	100%	Seminarios
· Responsable.	80%	Tiempo
· Confiable.	75%	Tiempo
· Honesto.	75%	Seminarios
· Criterio analítico.	80%	Tiempo
· Extrovertido.	80%	Seminarios
· Estabilidad emocional.	100%	
· Manejo de relaciones interpersonales.	100%	
· Para trabajar bajo presión.	80%	Tiempo

HABILIDADES ESPECIFICAS	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Resolución de problemas.	90%	Tiempo
· Toma de decisiones.	90%	Tiempo
· Capacidad para prever.	90%	Seminarios
· Capacidad de negociación.	95%	Seminarios
· Empatía.	50%	Seminarios
· Retentiva.	90%	Seminarios

CAPACITACION	MÍNIMOS	ADAPTACIÓN AL CARGO
· Relaciones Humanas.	90%	Seminarios
· Comunicación Efectiva.	90%	Seminarios
· Ventas.	100%	
· Marketing básico.	95%	Seminarios
· Inglés.	65%	Capacitándose

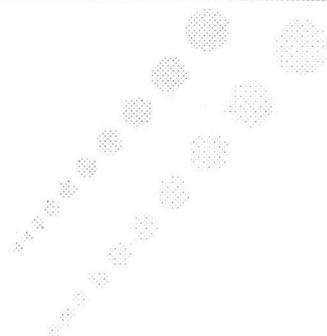
LOGO



TARJETAS DE PRESENTACIÓN



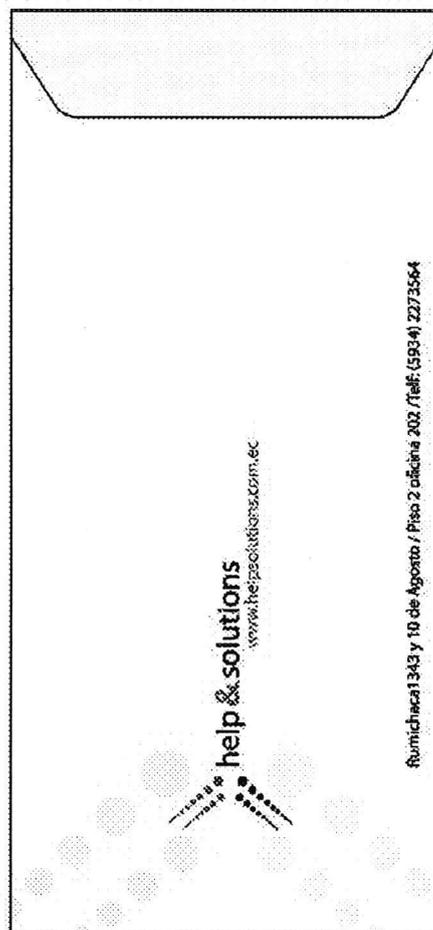
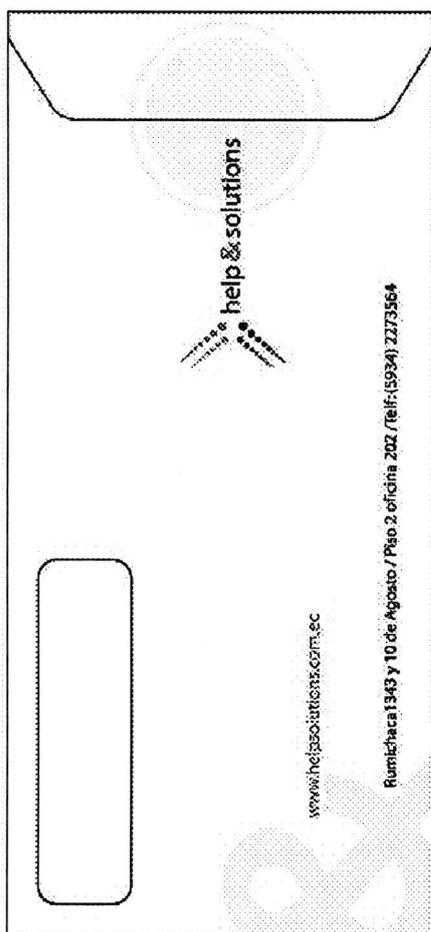
PAPELERÍA DE "Help & Solutions"



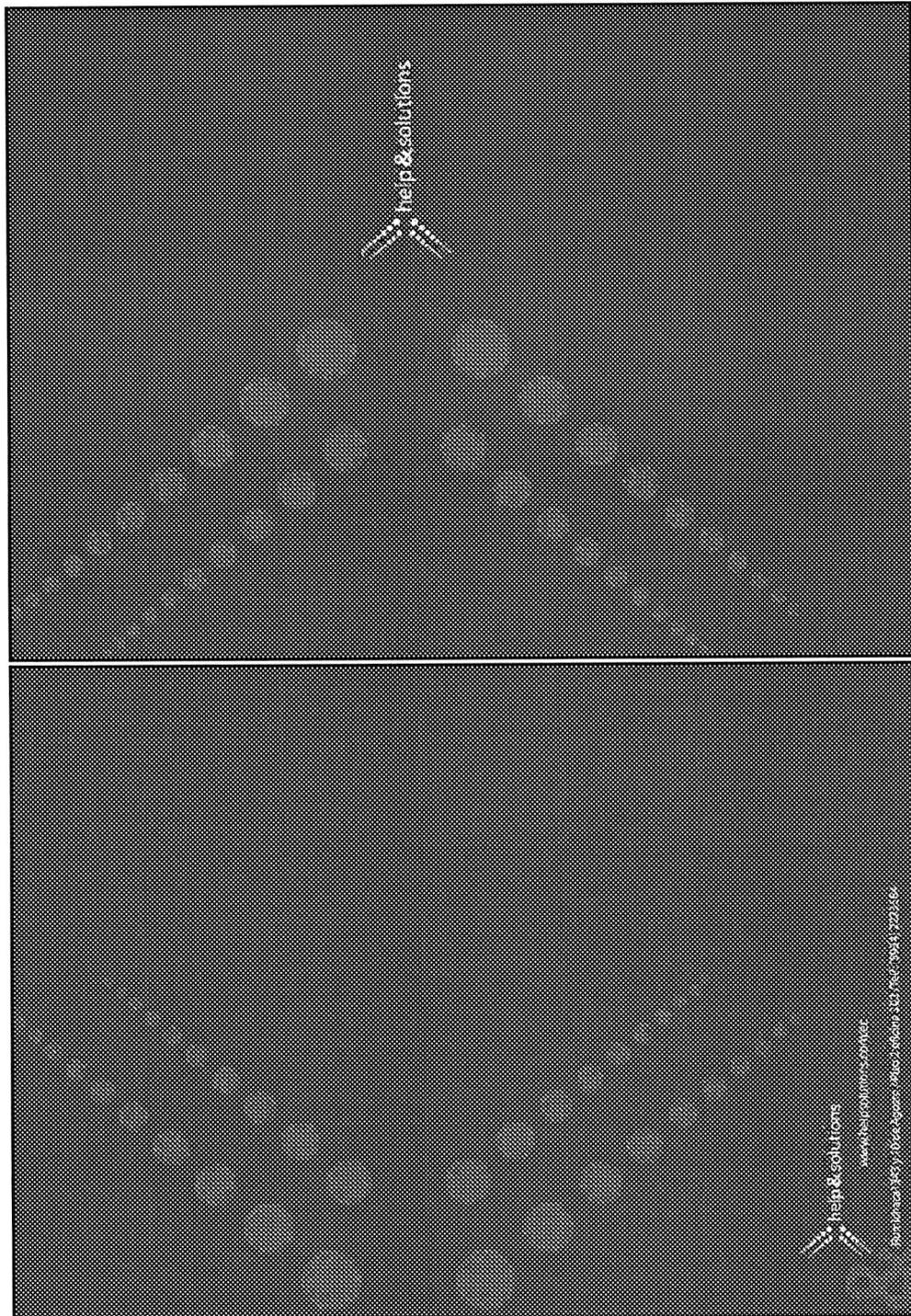
Rumichaca 1343 y 10 de Agosto
piso 2 oficina 202 /Telf: (5934) 2273564
Guayaquil - Ecuador

www.helpsolutions.com.ec

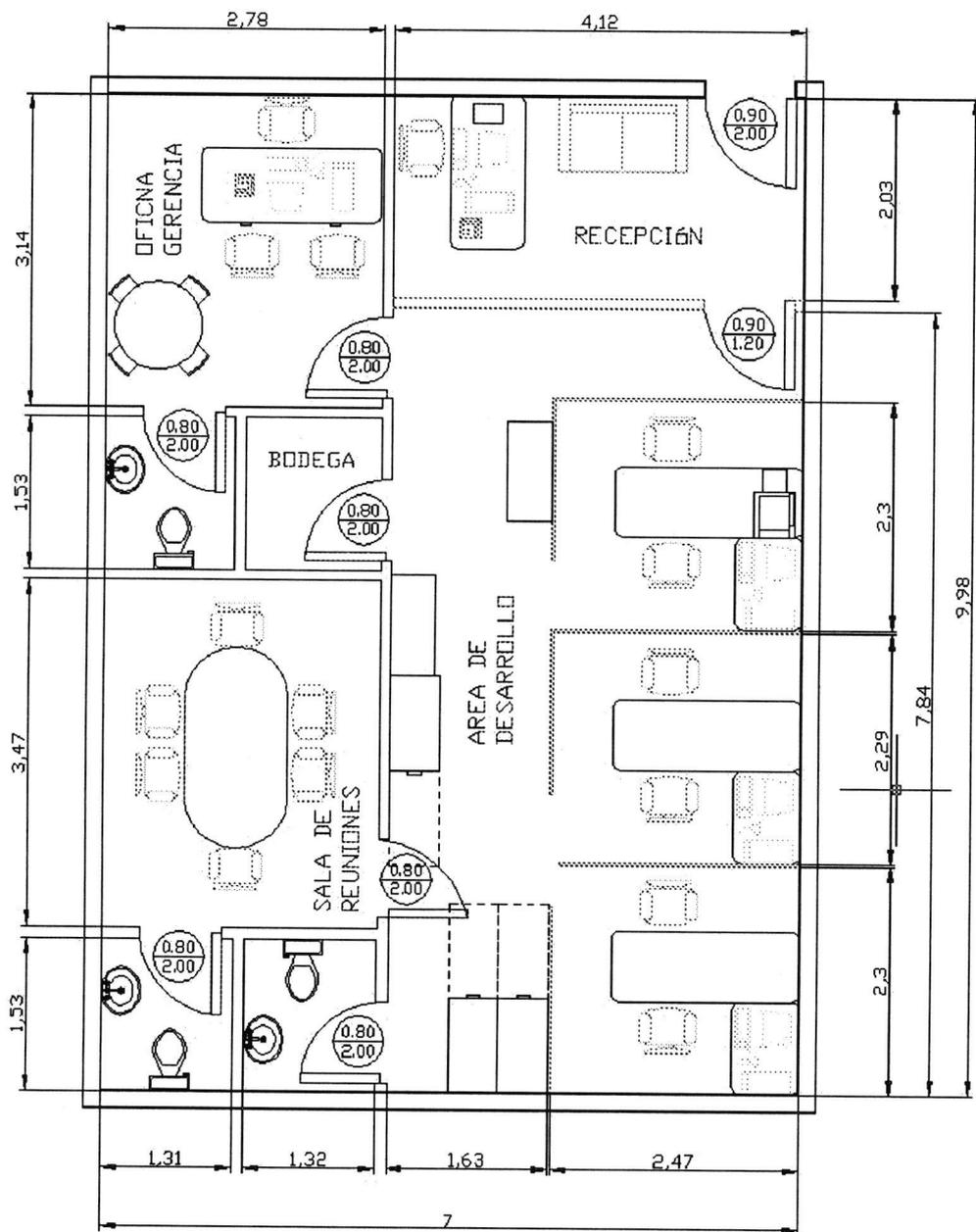
SOBRE DE "Help & Solutions"



CARPETA DE PRESENTACIÓN



PLANO



DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES GERENTE GENERAL

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

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: De 35 a 45 años.
SEXO	: Masculino o Femenino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 4 años.
NIVEL ACADEMICO	: Egresado o Titulado en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial ó carreras afines.

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

DESCRIPCION DE FUNCIONES
Las funciones descritas serán realizadas por el titular del cargo y en ausencia de éste, serán los socios quiénes asignen el reemplazo correspondiente.
FUNCION BASICA
Administrar los recursos de la corporación, mediante la fijación de objetivos y políticas generales, que normen sus actividades y operaciones. Someter los planes y presupuestos para la aprobación, analizando los resultados obtenidos y el desarrollo organizacional de la empresa, tomando las medidas que considere más conveniente bajo las pautas establecidas por la Corporación.
FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Administrar eficientemente los recursos de la corporación. • Establecer los lineamientos generales para el manejo de las relaciones públicas e imagen de la corporación a nivel interno y externo. • Reestructuración y aprobación de metas y programas de trabajo correspondiente a las empresas, a fin de optimizar recursos humanos, técnicos y materiales. • Definir las políticas generales de la corporación, según la estrategia comercial de cada empresa. • Desarrollar y coordinar con su equipo de trabajo, las tácticas de mercado en cuanto a los productos y/o servicios que tiene la empresa. • Participar en negociaciones con proveedores y clientes especiales. • Dirigirá las reuniones para la toma de decisiones y definiciones de las empresas. • Definir con el jefe de proyecto las normas para un adecuado control de calidad de los productos y/o servicios de la empresa, que permita una gestión eficaz de la Corporación. • Evaluar el análisis de inversión - rentabilidad de los servicios de la corporación y re-direccionar estrategias de ser necesario. • Establecer prioridades en términos de objetivos y asignar recursos sobre las bases de esas prioridades. • Controlar la marcha general de las actividades de la corporación. • Evaluar personal a su cargo para ascenso e incrementos salariales. • Controlar y supervisar que el personal a su cargo cumpla en forma apropiada con las funciones y responsabilidades asignadas. • Propiciar y mantener un adecuado clima organizacional. • Conocer, cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la empresa.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES SECRETARIA

DESCRIPCION DEL CARGO	
CARGO	: Secretaria
LIDER INMEDIATO	: Gerente General
LIDER AREA	: Gerente General
SUPERVISA A	
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 18 a 25 años.
SEXO	: Femenino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 1 año.
NIVEL ACADEMICO	: Bachiller secretariado.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Madurez y ética profesional. • Organizado • Responsable. • Confiable. • Honesto. • Extrovertido. • Estabilidad emocional. • Manejar relaciones interpersonales.
HABILIDADES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Resolución de problemas. • Capacidad para prever. • Empatía.
CAPACITACION MINIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones Humanas. • Comunicación Efectiva.

DESCRIPCION DE FUNCIONES
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quiénes asignen el reemplazo correspondiente.
FUNCION BASICA
Suministrar la información requerida por los clientes sobre los productos y servicios que ofrece la empresa, además brindar apoyo a los miembros de la institución.

FUNCIONES ESPECIFICAS

- Transmitir información clara y precisa a todo el personal de la institución directamente con la atención y responsabilidad necesaria.
- Atender correctamente y con prontitud las llamadas telefónicas de manera cortés (identificar el nombre de la institución y saludar).
- Realizar con prontitud las llamadas urgentes requeridas por los ejecutivos.
- Actuar con amabilidad y voluntariedad en todo momento y con todo el personal que requiera servicio de parte de recepción.
- Estar siempre pendiente del orden y la higiene del área de recepción.
- Tratar de que las personas que llegan a la institución, sean atendidas con prontitud y amabilidad.
- Recibir facturas y documentación y entregarlas a las personas destinatarias.
- Custodiar apropiadamente el material de recepción.
- Atender personalmente y/o por teléfono tanto a proveedores, como al personal.
- Apoyar en la cotización y compra de suministros de oficina.
- Informar inmediatamente, al jefe inmediato superior cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones.
- Conocer y cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la institución y en especial los de la función administrativa.
- Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES AUXILIAR DE SERVICIOS

DESCRIPCION DEL CARGO	
CARGO	: Auxiliar de Servicios.
LIDER INMEDIATO	: Gerente General.
LIDER AREA	: Gerente General.
SUPERVISA A	:
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 21 a 40 años.
SEXO	: Masculino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 1 año.
NIVEL ACADEMICO	: Bachiller.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Madurez y ética profesional. · Organizado. · Responsable. · Confiable. · Honesto. · Extrovertido. · Estabilidad emocional. · Manejar relaciones interpersonales.
HABILIDADES ESPECIFICAS	· Capacidad para prever.
CAPACITACION MINIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> · Relaciones Humanas. · Comunicación Efectiva.

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área quién asigne el reemplazo correspondiente.	
FUNCION BASICA	
<p>Proporcionar servicio de atención y distribución de documentos internos al personal.</p> <p>Coordinar con la secretaria, el traslado y concentración de los depósitos bancarios, la entrega inmediata de los comprobantes de dichos depósitos.</p> <p>Coordinar el envío y entrega de correspondencia dentro del perímetro urbano.</p>	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Actuar con amabilidad y voluntariedad en todo momento y con todo el personal que requiera servicio. • Estar siempre pendiente del orden y la higiene de las áreas de la Institución. • Proporcionar a los diferentes departamentos la proveeduría solicitada durante el mes. • Brindar refrigerios al personal cuando se efectúen charlas, reuniones de trabajo o cuando se solicite. • Entregar correspondencia a las diferentes áreas de destino. • Informar inmediatamente, al jefe inmediato superior cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones. • Conocer y cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la institución. • Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia. • Efectuar, exclusivamente, pagos de planillas de teléfono, agua, luz y demás pagos que se necesiten realizar. • Entregar la documentación que envía la institución. • Entregar correspondencia a sus diferentes destinos. (Oficinas, institución, etc.). • Actuar con amabilidad y voluntariedad en todo momento y con todo el personal que requiera servicio. • Efectuar exclusivamente, trámites bancarios: depósitos, retiros de chequeras y estados de cuenta, etc., solicitados. • Llevar planillas de aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. • Realizar pagos de impuestos. (IVA, Retención en la fuente, etc.) 	

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ASESOR EXTERNO

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

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

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

DESCRIPCION DE FUNCIONES
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de este, será el Jefe inmediato quiénes asignen el reemplazo correspondiente.
FUNCION BASICA
Aconsejar, sugerir y sustentar las políticas a seguir en el manejo del área de marketing, basándose en las tendencias y proyecciones del mercado.
FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none">• Participar en la elaboración de prescripciones técnicas para la adquisición de equipos, productos y servicios.• Estudiar, evaluar y asesorar en la selección de recursos de hardware y software.• Actualización constante sobre los avances tecnológicos a nivel de software y hardware.• Sugerir procedimientos normalizados para las actividades operativas del departamento.• Sugerir los cambios necesarios para un mejor funcionamiento y mejora de calidad de los procesos operativos de los departamentos.• Sugerir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento de las áreas de marketing y la ventas.• Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES JEFE DE PROYECTOS

DESCRIPCION DEL CARGO	
CARGO	: Jefe de Proyecto
LIDER INMEDIATO	: Gerente General
LIDER AREA	: Jefe de Proyecto
SUPERVISA A	: Diseñador Gráfico, Desarrollador.
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 25 a 35 años.
SEXO	: Masculino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 3 años.
NIVEL ACADEMICO	: Egresado ó Titulado en Ingeniería de Sistemas, Análisis de Sistemas o carreras afines.

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

DESCRIPCION DE FUNCIONES
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quienes asignen el reemplazo correspondiente.
FUNCION BASICA
Mantener los procesos relacionados con el desarrollo, implementación y mantenimiento de los sistemas operativos, software básico y comunicaciones, con el fin de prestar el soporte técnico a la sección de mantenimiento y a los usuarios de la institución.
FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir el desarrollo, implementación y mantenimiento de los sistemas operativos básicos, de los sistemas informáticos. • Planificar y organizar los recursos del software para responder eficazmente a las necesidades de la institución. • Supervisar el desarrollo e implementación de normas y procedimientos para garantizar la estabilidad y eficacia del entorno del software de sistemas. • Participar en la elaboración de prescripciones técnicas para la adquisición de equipos, productos y servicios. • Estudiar, evaluar y asesorar en la selección de recursos de hardware y software. • Realizar el seguimiento del rendimiento de los equipos (memorias, disco, capacidad, etc.). • Supervisar y realizar el análisis de viabilidad y estudio de costos de implementación y mantenimiento de redes, sistemas distribuidos y comunicación. • Actualización constantes sobre los avances tecnológicos a nivel de software y hardware. • Supervisar la evaluación, el soporte y el proceso de implementación de software de PCs, Terminales y de comunicación. • Supervisar el análisis y configuración de hardware de comunicaciones (Unidades de Control, modos de comunicación, módem, etc.). • Controlar los niveles de utilización de los software y aplicaciones por los usuarios. • Supervisar la codificación de los manuales de operación de los diferentes programas. • Desarrollar y controlar procedimientos normalizados para las actividades operativas del departamento. • Organizar y controlar la implementación de los sistemas operativos y herramientas informáticas. • Supervisar el desarrollo de nuevas versiones de aplicaciones ya existentes. • Evaluar el desarrollo funcional y calidad de datos de los procesos operativos del departamento.

FUNCIONES ESPECIFICAS (Continuación)

- Atender personalmente y/o por teléfono tanto a los Gerentes, como al personal de la institución sobre los requerimientos de errores o problemas en los sistemas, comunicaciones, equipos y accesorios computacionales.
- Controlar y supervisar que el personal a su cargo cumpla en forma apropiada con las funciones y responsabilidades asignadas.
- Propiciar y mantener un adecuado clima organizacional.
- Informar inmediatamente y por escrito, al jefe inmediato superior cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones.
- Conocer, cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la institución y en especial los de la función administrativa - financiera.
- Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES SUPERVISOR COMERCIAL

DESCRIPCION DEL CARGO	
CARGO	: Supervisor Comercial.
LIDER INMEDIATO	: Gerente General.
LIDER AREA	: Supervisor Comercial.
SUPERVISA A	: Asesor Comercial.
AMBIENTE DE TRABAJO	: Visita, Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 28 a 40 años.
SEXO	: Masculino o Femenino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 3 años.
NIVEL ACADEMICO	: Egresado o Titulado en Marketing o carreras afines.

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

DESCRIPCION DE FUNCIONES	
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quiénes asignen el reemplazo correspondiente.	
FUNCION BASICA	
Controlar el desarrollo de la gestión de la fuerza de venta, verificando que se cumplan las políticas comerciales asignadas a su segmento a efectos de garantizar una rentabilidad adecuada que satisfaga las aspiraciones de la empresa y una excelente calidad de atención a los clientes.	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar que se cumpla la planificación de visita a clientes con la fuerza de ventas a su cargo. • Controlar el cumplimiento de las políticas y los resultados (ventas, crédito y devoluciones) de la fuerza de ventas. • Apoyar en la planificación diaria de la forma de venta por tipo de clientes. • Realizar el seguimiento de las Ventas para Clientes (Claves y Especiales). • Controlar las rutas de campo por clientes. • Controlar el porcentaje de clientes especiales. • Controlar el porcentaje de eficiencia de ventas - frecuencia de visitas. • Controlar el porcentaje de efectividad de ventas. • Controlar el porcentaje de cumplimiento mínimo de cobertura. • Supervisar el desarrollo de los clientes objetivos. • Ejecutar y controlar los planes promocionales acordados por la Gerencia General. • Informar al Gerente General sobre los planes de comercialización de la competencia. • Coordinar con el Gerente General la supervisión de la fuerza de ventas. • Apoyar en la implementación de las estrategias y tácticas de mercado a aplicarse a los clientes. • Consolidar y emitir informes de gestión a su líder inmediato. • Informar inmediatamente y por escrito al Gerente General cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones. • Conocer, cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la empresa y en especial los de la función comercial. • Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia. 	

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DISEÑADOR GRAFICO

DESCRIPCION DEL CARGO	
CARGO	: Diseñador Gráfico.
LIDER INMEDIATO	: Jefe de Proyectos.
LIDER AREA	: Jefe de Proyectos.
SUPERVISA A	
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 21 a 26 años.
SEXO	: Masculino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 1 año.
NIVEL ACADEMICO	: Egresado o Titulado en Diseño gráfico.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Madurez. · Ética profesional. · Organizado. · Responsable. · Confiable. · Honesto · Creativo · Para trabajar bajo presión.
HABILIDADES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> · Constante actualización. · Resolución de problemas. · Capacidad para prever y planear. · Empatía.
CAPACITACION MINIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> · Herramientas de Diseño. · Aplicaciones Web. · Inglés.

DESCRIPCION DE FUNCIONES
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quiénes asignen el reemplazo correspondiente.
FUNCION BASICA
Colaborar con la gestión de diseño de imagen corporativa y logotipos para los productos que se desarrollen, con la finalidad de brindar una excelente presentación y garantizar una rentabilidad adecuada que satisfaga las aspiraciones de la empresa.
FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none">• Creación de logotipos para los productos desarrollados por "Help & Solutions".• Soporte de imagen e identidad corporativa:• Papelería.• Tarjetas de Presentación.• Colabora con el diseño de la publicidad de la empresa y de los productos.• Diseño de Packing y Etiquetaje.• Diseño de ilustraciones y animaciones.• Diseño de la Interfaz grafica de los sistemas que se desarrollan.• Desarrollo de productos multimedia para aplicaciones Web.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DESARROLLADOR

DESCRIPCION DEL CARGO	
CARGO	: Analista Programador.
LIDER INMEDIATO	: Jefe de Producción (Sistemas).
LIDER AREA	: Director de Sistemas.
SUPERVISA A	:
AMBIENTE DE TRABAJO	: Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 25 a 35 años.
SEXO	: Masculino o Femenino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: 2 años.
NIVEL ACADEMICO	: Egresado ó Titulado en Ingeniería de Sistemas, Análisis de Sistemas, o carreras afines.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Madurez. · Ética profesional. · Organizado. · Responsable. · Confiable. · Honesto · Extrovertido · Estabilidad emocional. · Sociable. · Autocontrol. · Capacidad para manejar relaciones interpersonales. · Para trabajar bajo presión.
HABILIDADES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> · Constante actualización. · Resolución de problemas. · Capacidad para prever y planear. · Empatía.
CAPACITACION MINIMA REQUERIDA	<ul style="list-style-type: none"> · Herramientas de Programación. · Aplicaciones Web. · Inglés.

DESCRIPCION DE FUNCIONES
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quiénes asignen el reemplazo correspondiente.
FUNCION BASICA
Realizar análisis e investigaciones necesarias para sistematizar la información de las distintas aplicaciones de la compañía. Desarrollar los programas consecuentes y participar de su implementación, asegurando el funcionamiento de los mismos.
FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de los sistemas dentro de los parámetros técnicos y lenguaje más apropiados. • Realizar la debida documentación de los sistemas, manteniendo un registro y archivo de las características, prestaciones, diseños y programas aplicados. • Elaborar el manual de usuario de las aplicaciones en coordinación con el jefe de proyectos. • Implementación del sistema en estrecha colaboración con el usuario, a fin de corregir los posibles defectos del mismo y optimizar sus servicios. • Realizar las pruebas de integración de los programas y aplicaciones. • Informar inmediatamente y por escrito, al jefe inmediato superior cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones. • Conocer, cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la institución y en especial los de la función administrativa. • Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ASESOR COMERCIAL

DESCRIPCION DEL CARGO	
CARGO	: Asesor Comercial.
LIDER INMEDIATO	: Supervisor.
LIDER AREA	: Supervisor.
SUPERVISA A	
AMBIENTE DE TRABAJO	: Visita, Oficina.

PERFIL DEL CARGO	
EDAD	: 21 a 25 años.
SEXO	: Ambos, preferencia Femenino.
ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	: No necesario.
NIVEL ACADEMICO	: Egresado o carreras afines a sistemas.

TRAYECTORIA PROFESIONAL	
CARACTERISTICAS DE PERSONALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> · Dirección y liderazgo. · Madurez y ética profesional. · Organizado · Responsable. · Confiable. · Honesto. · Criterio analítico. · Extrovertido. · Estabilidad emocional. · Capacidad para manejar relaciones interpersonales. · Para trabajar bajo presión.
HABILIDADES ESPECIFICAS	<ul style="list-style-type: none"> · Resolución de problemas. · Toma de decisiones. · Capacidad para prever. · Capacidad de negociación. · Empatía. · Retentiva.
CAPACITACION MINIMA REQUERIDA.	<ul style="list-style-type: none"> · Relaciones Humanas. · Comunicación Efectiva. · Ventas. · Conocimiento básicos de Marketing. · Inglés.

DESCRIPCION DE FUNCIONES
Las funciones descritas serán realizadas por los titulares del cargo y en ausencia de éstos, será el titular del área en coordinación con el Jefe inmediato quiénes asignen el reemplazo correspondiente.
FUNCION BASICA
Ejecución de la gestión de venta, cumpliendo con las políticas comerciales asignadas a su segmento a efectos de garantizar una rentabilidad adecuada que satisfaga las aspiraciones de la empresa y una excelente calidad de atención a los clientes.
FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la planificación de visita a clientes en coordinación con los supervisores. • Cumplir las políticas de su departamento y velar por el cumplimiento de los objetivos. • Realizar la planificación diaria de la forma de venta por tipo de clientes. • Realizar las rutas de campo por clientes en coordinación con su jefe inmediato. • Sugerir el estatus de los clientes. • Reportar el porcentaje de eficiencia de ventas - frecuencia de visitas. • Reportar la efectividad de las ventas. • Ejecutar los planes promocionales acordados por la Gerencia General en coordinación con su jefe inmediato. • Ejecutar las estrategias y tácticas de mercado a aplicarse a los clientes. • Consolidar y emitir informes de gestión a su líder inmediato. • Informar inmediatamente y por escrito a su jefe inmediato cualquier novedad que se presente en el ejercicio de sus funciones. • Conocer, cumplir y hacer cumplir las normas, reglamentos y demás disposiciones que rigen el desenvolvimiento general de la empresa y en especial los de la función comercial. • Cumplir con las demás funciones y responsabilidades que le asigne el jefe inmediato superior, enmarcadas dentro del ámbito de su competencia.

EMISORAS DE GUAYAQUIL

DIAL	EMISORAS EN FM
88,1	AMOR
88,5	GALAXIA
88,9	SIN OPERAR
89,3	FM OCHENTA Y NUEVE
89,7	PUNTO ROJO
90,1	ROMANCE
90,5	90.5 STEREO (SCANDALO)
90,9	ROCK & POP
91,3	TROPICALIDA
91,7	ANTENA TRES
92,1	ESTRELLA
92,5	FOREVER MUSIC
92,9	COLON FM
93,3	MAJESTAD
93,7	CONCIERTO FM
94,1	ONDA POSITIVA
94,5	PLATINUM
94,9	SOL 95
95,3	SUCRE STEREO
95,7	METRO STEREO
96,1	ONDA CERO
96,5	PASION
96,9	SIN OPERAR
97,3	PATIN
97,7	CENTRO
98,1	MORENA

DIAL	EMISORAS EN AM
540	TROPICANA
560	C.R.E
580	UNO
600	NACIONAL DEL ECUADOR
640	MORENA
660	CARROUSEL
690	ATALAYA
700	SUCRE AM
730	GUAYAQUIL
750	CARAVANA
770	TELEGRAFO
800	SUPER K 800
830	HUANCAVILCA
850	SAN FRANCISCO
870	CRISTAL
910	COLON AM
930	CANAL TROPICAL
950	GRUPO RADIAL DELGADO

DIAL	EMISORAS EN FM
98,5	J.C. RADIO (LA BRUJA)
98,9	I -99
99,3	SABOR MIX
99,7	ELITE
100	PRENSA
101	R.S.N.
101	FRECUENCIA MIL (LA ROMANTICA)
101	LA ESTACION
102	SUCESOS
102	W.Q. RADIO (CLASICA)
103	H.C.J.B.
103	ARMONIA MUSICAL
103	JOYA STEREO
104	SONORAMA
104	ALFA
105	CUPIDO
105	SUPER 11Q
105	AUDIORAMA
106	FABU
106	R.R.B.
107	FUEGO
107	FRANCISCO STEREO
107	RUMBA
108	SIN OPERAR
108	VISION

DIAL	EMISORAS EN AM
970	CATOLICA
990	FRECUENCIA MIL
1030	PUNTO
1050	SUPER
1080	SISTEMA DOS
1100	ALEGRIA
1120	INTERCONTINENTAL
1140	CONDOR
1170	FILADELFIA
1190	ESTUDIO
1210	EL MUNDO
1230	GALACTICA
1250	TRICOLOR
1270	UNIVERSAL
1300	CENIT
1400	ZETA UNO
1450	RITMO
1490	DINAMICA