

UNIVERSIDAD DE LA HABANA
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
CENTRO DE ESTUDIOS DE TÉCNICAS DE DIRECCIÓN

Tesina de diplomado de FORGEC

Título: Plan de negocios de Empresa dedicada a la venta y reparación de computadoras.

Autora: MSc. Isleny Orta Rodríguez

AÑO ACADÉMICO: 2015

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
ANÁLISIS DEL SECTOR.....	7
ACCIONES A TOMAR EN CASO DE POSIBLES COMPETIDORES:.....	8
EL MERCADO OBJETIVO	10
ANÁLISIS INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN.....	12
DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	¡Error! Marcador no definido.
FACTORES CLAVES DEL ÉXITO:.....	14
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	15
SERVICIOS BÁSICOS.....	17

ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS18

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:20

INFRAESTRUCTURA22

PRECIOS26

CONCLUSIONES29

BIBLIOGRAFÍA30

INTRODUCCIÓN

En la creación de un negocio es necesario un plan estratégico tratando de formalizar grandes ideas, estructurando etapas basadas en cifras y análisis, que abogan el necesario complemento de la intuición e imaginación. El proceso de creación de la estrategia no es simple ni está carente de estudios y análisis que deben de llevarse a cabo siempre, si se desea minimizar los riesgos de un fracaso organizacional.

Este proyecto investigativo, basado en un tipo de Plan de Negocios consiste en la creación de un negocio de servicio, el cual está sustentado en el cumplimiento de las expectativas y necesidades de los clientes mediante la oferta de nuevos productos y mantenimiento técnico a otros que tienen afectado su funcionamiento. Hoy en día la informática se ha introducido prácticamente en todos los campos, cualquier tipo de empresa recurre a ella ya que, aunque le suponga un coste, el beneficio obtenido de ella es superior en la medida de que facilita la elaboración de múltiples tareas: desde la contabilidad hasta el diseño y simulación de sus productos. En la actualidad el ordenador y sus derivados no pueden ya ser considerados solo como una herramienta de trabajo sino que han pasado a ser un electrodoméstico más dentro de cualquier hogar.

CONCEPCIÓN DEL NEGOCIO

El objetivo de la empresa no es sólo el de vender productos informáticos, sino ofrecer un servicio integrado a los posibles clientes. Para cada cliente se elaboraría una especie de proyecto personalizado según sus posibilidades económicas, volumen de compras, etc. Todos los proyectos podrían incluir productos hardware y software haciendo para el cliente un estudio particular de sus necesidades y buscando en el mercado los productos más competitivos. Se ofrece también como complemento a cada proyecto un estudio técnico-económico del impacto positivo que producirá la compra de la “solución informática” en la estructura y forma de operar de la empresa. El servicio integrado para empresas podría consistir incluso en abastecer de “soluciones informáticas” de forma prolongada en el tiempo ofreciendo mantenimiento, ampliación, estudios de nuevas tecnologías. El servicio integral ofrecido al cliente dota a todos los productos de un gran valor añadido, muchas empresas venden equipos informáticos pero luego no proporcionan ni el soporte ni el mantenimiento adecuado. Además en el aspecto de los proyectos técnico-económicos la empresa podría incluso comportarse como una pequeña consultoría.

El negocio surge por la falta de oferta de servicios informáticos en un entorno organizacional céntrico de Nuevo Vedado, y un público ávido de recibirlos. A esto se une nuestra necesidad de aprovechar esta oportunidad de lanzar un producto o servicio nuevo, analizando que todos estos factores pueden concretarse. La posibilidad de permanencia en el mercado es alta pues se lanzará un servicio exclusivo al cliente, sin precedentes en el entorno.

Misión: Ofrecer servicios de reparación y venta de productos informáticos, dispositivos móviles, estableciendo los diferentes métodos de organización de los mismos, supervisando y verificando el proceso de ejecución, cumplir los planes de reparación y venta, controlar y evaluar los sistemas de control internos, y formular las recomendaciones necesarias para contribuir al mejoramiento continuo de esta actividad. En la actualidad existe personal calificado para vender como para reparar estos productos.

Visión: Liderar este servicio a razón de ser el único en su tipo en el enclave que ocupa el establecimiento, de ofertar servicios técnicos y llegar a cubrir toda la demanda de estos productos con calidad, diversidad y constancia de nuestra oferta a largo plazo.

Nuestros Valores: Eficiencia y Resultados, Profesionalismo, Respeto, Calidad, Innovación y Diversidad, Visión de largo plazo

OBJETIVO GENERAL: Penetración y establecimiento de mercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Análisis de las características de los consumidores
- Creación de valor enfocada a la satisfacción de las necesidades de los clientes.
- Definir la misión y visión del negocio.

- Puntualizar la competencia central y futuros competidores del negocio.
- Analizar matriz DAFO.
- Elaborar estrategias a partir de la matriz DAFO.

ANÁLISIS DEL SECTOR

En este sector y para continuar con el análisis, se aplican las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter,

- La Amenaza de Nuevos Competidores, sabiendo que los competidores potenciales son mini empresas que están más aisladas del establecimiento, que hoy no compiten en este sector, pero que tienen posibilidades de hacerlo.
- Intensidad de la rivalidad, nos indica que todo lo concerniente a cantidad y fortaleza de los componentes, diferenciación del producto, forma parte del análisis de nuestra organización, y así poder atacar la competencia.
- Poder de negociación de los suministradores, aunque no son competidores, influyen en la rentabilidad media del sector por el aumento de los precios de los productos. Esta organización, cuida celosamente que se cumpla lo convenido con nuestros proveedores.
- Poder negociador del cliente, atendiendo a la importancia del cliente, en la estructura competitiva del sector, tenemos como meta reparar y vender los productos con alta calidad y profesionalidad, y con ello contribuimos a que el índice de rentabilidad no se afecte.

Amenazas de productos sustitutos, el producto que ofertamos es para varios segmentos de la población. Constituyen productos innovadores que forman parte de la cartera de productos y siendo reconocidos por la calidad de sus marcas en correspondencia con sus precios. A pesar de la incorporación en el mercado de dispositivos móviles, como celulares inteligentes y tabletas, las computadoras son muy necesarias para el sector profesional y estudiantil debido a la flexibilización y a la personalización del hardware.

MERCADO POTENCIAL

La competencia en este sector si valoramos la existente en toda la ciudad es numerosa las pequeñas tiendas a modo de negocio familiar, los centros comerciales con departamentos para accesorios de computadoras, dedicadas a la venta masiva de productos informáticos de consumo, donde la competencia es menor, sin tener en cuenta que el servicio integral como valor añadido es ofrecido por muy pocas empresas amén del estudio previo técnico-económico el cual se ofrecería sin coste alguno para el cliente.

En el proyecto detallado ofrecido a cada cliente se podría entrar en competencia directa con algunas consultorías informáticas, pero al ofrecer este estudio de forma gratuita al menos en apariencia esta competencia sería irrelevante.

ACCIONES A TOMAR EN CASO DE POSIBLES COMPETIDORES:

Existe el plan de Estrategias de Venta, para lograr mantener el equilibrio, entre la oferta y la demanda, con nuevos contratos de proveedores, además de las posibilidades para ampliar el negocio introduciendo nuevos puntos de ventas y reparación.

- Para el análisis de la competencia hay que distinguir tipos principales de competidores:

- Otras empresas de servicio técnico informático ubicadas en otros municipios que realizan trabajos de similares características de tamaño y oferta de servicios. Representan la competencia más directa en este tipo de negocio. Por ello, resulta fundamental ofrecer un servicio de rapidez y calidad de manera que sea posible una diferenciación de la competencia.
- Tiendas de informática. Además de vender ordenadores de sobremesa, portátiles y accesorios, ofrecen un servicio técnico y contratos de mantenimiento.
- Técnicos informáticos a domicilio. Ofrecen los mismos servicios por encargo.

A la hora de competir es fundamental la calidad que se ofrece al cliente y el cumplimiento de los plazos.

El negocio se enfocará a la prestación de servicio técnico informático, maximizando la calidad. Además, diferenciaremos nuestros servicios en función del segmento de cliente al que nos dirijamos, ofreciendo el servicio de mantenimiento mensual a clientes colectivos (empresas, administraciones públicas, etc.) y el servicio puntual a clientes

particulares y a aquellos clientes colectivos que no demanden el servicio de mantenimiento. Es muy importante ampliar el abanico de actividades y tratar de enfocar el negocio desde el punto de vista que proporcione ingresos durante todo el año.

EL MERCADO OBJETIVO

Atendiendo al grado de desarrollo cada vez mayor de la zona del mercado objetivo de la empresa comienza en el municipio Plaza de la Revolución, específicamente en Nuevo Vedado con un número de habitantes lo suficientemente grande como para posibilitar el crecimiento inicial de la empresa. Este municipio tiene una excelente comunicación con el resto de municipios de la zona y además con las provincias Artemisa y Mayabeque.

El cliente

Los trabajadores de este negocio, saben que los clientes son nuestra razón de ser, y mantienen una relación amena con ellos, conversando y preguntándoles por su satisfacción con la adquisición de nuestros productos. Esta es una estrategia a seguir para atacar los problemas a tiempo. Los clientes tienen acceso además a la página web informativa sobre las ofertas de la empresa. Escuchar a los clientes tiene que llegar a ser la meta de todos. Con una competencia que avanza cada vez con mayor rapidez, el éxito será para aquellos que escuchen y respondan más resueltamente

Como posibles clientes se podrían encontrar:

- Clientes particulares profesionales: Software específico (CAD, tratamiento fotográfico, etc.), periféricos como plotters, scanners, modems y tarjetas de altas prestaciones, ordenadores personales.
- Clientes particulares no profesionales: Videoconsolas, ordenadores domésticos, kits de conexión a Internet, periféricos y consumibles
- Negocios familiares (contabilidad, balances, control de stock, BD de clientes). Suelen ser pocos ordenadores funcionando de forma independiente con paquetes software genérico para estas tareas.

Para todos estos clientes se elaborarían los proyectos detallados antes mencionados.

El canal de distribución de productos y servicios iría desde la compra del material hardware y software a los distribuidores mayoristas, hasta la venta y servicio posventa pasando por el ensamblaje de componentes, instalación de productos en planta (programas, redes, periféricos, etc.), transporte, reparación, mantenimiento y ampliación.

ANÁLISIS INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN

El análisis interno de la organización tiene como objetivo reconocer las fortalezas y debilidades de la organización en aras de aprovechar las oportunidades y defenderse de las amenazas del entorno. Teniendo en cuenta el análisis de las barreras de entrada, el acceso a los canales de distribución y el requerimiento de Capital, pudieran ser factores a tomar en cuenta por futuros competidores.

Es de vital importancia considerar todas las variables hasta aquí aplicadas para posteriormente utilizar la herramienta, Matriz DAFO, Debilidades y Amenazas, Fortalezas y Oportunidades para ayudar a la toma de decisiones estratégicas y lograr alcanzar nuestras metas en la organización.

FORTALEZAS

1. Posibilidad de ofrecer precios competitivos.
2. Posibilidad de ampliación y diversificación de los productos.
3. Equipo competente y motivado
4. Servicios exclusivos, auténticos y eficientes.

5. Situación geográfica del establecimiento, lo cual permite lograr mayor contacto con la clientela.
6. Concepción estratégica de la dirección del establecimiento.
7. Experiencia en el sector de la actividad.

DEBILIDADES

- Nuevo servicio en el mercado.
- Capacidad financiera limitada.
- Regulación para entrada de productos de hardware al país
- Precio no se corresponda con la calidad.
- Inestabilidad con los proveedores

ANÁLISIS EXTERNO

OPORTUNIDADES

- Apoyo de la Empresa.
- Diversidad en la oferta de productos especializados.

- Deficiencia de la competencia en la producción y/o distribución de sus productos.
- Demanda de un producto de un segmento necesitado del Mercado.
- Necesidad de expansión.

AMENAZAS

- 1. Surgimiento de nuevos competidores
- 2. Aparición de productos sustitutos
- 3. Introducción de productos importados.
- 4. Escasez de materia prima.

FACTORES CLAVES DEL ÉXITO:

1. Excelente servicio al cliente
2. Rapidez en la atención
3. Confiabilidad en el servicio prestado
4. Seguimiento al soporte técnico
5. Controles internos (historial del cliente)

6. Valor agregado
7. Posibilidad de ofrecer precios competitivos.
8. Posibilidad de ampliación y diversificación de los productos.
9. Equipo competente y motivado
10. Servicios exclusivos, auténticos y eficientes.
11. Posibilidad de ofrecer un servicio a domicilio y personalizado a cada cliente de acuerdo a sus necesidades.
12. Garantía de la compra por 2 años y del servicio prestado 3 meses.
13. El establecimiento es único en su tipo. Existen negocios en otros lugares dedicados a prestar servicios de venta, pero no incluye asesoría técnica, consultoría en software y hardware, por su calidad y su precio no llega a tener mayor demanda.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Para conseguir una imagen seria y profesional es conveniente contar con un servicio de atención al cliente para resolver sus dudas y conocer sus quejas y las posibles mejoras del negocio. Estas acciones se podrán llevar a cabo a través del teléfono o del correo electrónico.

En este sentido, es fundamental en estos negocios la realización de presupuestos detallados, así como dar una respuesta rápida y sin compromiso para los clientes.

Hay que tener en cuenta que una empresa de ventas y servicios depende en gran medida de la utilización de herramientas de comunicación, pues es la principal vía de captación de la clientela. Así pues, atenderemos a los siguientes aspectos:

- El personal debe transmitir profesionalidad, que el cliente aprecie que le atiende un experto, capaz de asesorarle y aconsejarle.
 - Una vía muy eficaz es la de registrar la empresa en los principales directorios de empresas de este sector en Internet así como en las guías de anunciantes de la provincia donde se ubique.
 - Creación de una página Web en la que se anuncien todos los servicios que se ofrecen. Es muy importante porque los clientes pueden ponerse en contacto con la empresa a través de este medio y resolver sus dudas a la vez de pedir información sobre las diferentes gestiones que necesiten llevar a cabo.
 - Correo electrónico es otra herramienta de comunicación muy funcional.
 - Influencia de la satisfacción del cliente con el servicio tiene un elevado impacto para adquirir nuevos contactos.
-
- Páginas amarillas.
 - Guías locales de negocios.
 - Carteles en las paradas de ómnibus y otros lugares públicos.

SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos que ofrece la empresa que se describe en este proyecto son:

- Venta de piezas de computadoras
- Reparaciones de portátiles y computadoras de escritorio
- Solución de problemas hardware.
- Solución de problemas software.
- Detección y limpieza de virus
- Conexión y mejoras de velocidad de Internet: solución de problemas y configuración de conexión a Internet
- Redes LAN/redes inalámbricas (WIFI): solución de problemas de conectividad en la red, errores de configuración, problemas de router o cableado, etc.
- Recuperación de datos perdidos.
- Instalación de programas, periféricos, etc.
- Ampliación de memoria.
- Programación sistemas copias de seguridad.
- Instalación y optimización del sistema operativo.
- Instalación de dispositivos.
- Configuración de sistemas.

- Instalación de componentes hardware y software.
- Consultoría técnica.
- Revisiones periódicas del sistema software operativo.
- Ensamblaje de computadoras.

ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

Uno de los valores añadidos más importante de la empresa es el equipo humano del cual está formada. Para poder atender los diferentes requerimientos de los clientes, la plantilla se compone por 8 trabajadores, el 95% está formado por fuerza de trabajo calificada, de ellos el 75% con nivel universitario y el 20% de técnicos medios. Del total de trabajadores el 45 % son hombres y el resto mujeres. Conforme la empresa tenga mayor volumen de trabajo, irá contratando al personal necesario para hacer frente a los nuevos trabajos.

Gerente: Que realizará todas las tareas de gestión de la empresa. Además desarrollará las actividades comerciales y los contactos con los proveedores de servicios. Persona con conocimientos administrativos y con experiencia y formación adecuada. También se encarga de realizar trabajos de reparación, mantenimiento y servicio técnico. Posee conocimientos sobre la gestión del negocio y dotes comerciales. Es graduado de Ingeniería en Telecomunicaciones. Se trata de una persona con iniciativa, habilidades sociales y un perfecto manejo de la informática.

La Gerencia es responsable del cumplimiento de todas las funciones de la Empresa; pero ejecuta principal y directamente las siguientes:

- 1. Cumple y hace cumplir la legislación vigente.
- 2. Dirige y orienta las acciones del Grupo para el cumplimiento eficiente en la prestación de servicios.
- 3. Dirige y controla el trabajo.
- 5. Define el sistema informativo interno de la empresa.
- 6. Organiza, dirige y controla la actividad de los servicios y venta de este establecimiento.
- 7. Responde por la calidad de los servicios, garantizando el nivel de competitividad y presencia en el escenario económico del entorno.
- 8. Dirige el proceso de elaboración de la planificación estratégica y la dirección por objetivos.
- 9. Garantiza la imagen y la cultura con sus diferentes especificidades.

Técnicos informáticos: Se encargan de realizar trabajos de reparación, mantenimiento y servicio técnico.

- Vendedores
- Una secretaria
- Programadores, administradores, instaladores,

LÍNEAS ESTRATÉGICAS:

Implantación de un sistema de gestión de calidad.

Es recomendable que la empresa implante un sistema de calidad de acuerdo con los requisitos de la norma ISO 9001. Esto es muy importante, no sólo por los beneficios que se derivan de la implantación de este sistema, sino también por la garantía que se ofrece a los posibles clientes. Hay que procurar conseguir que los clientes perciban una buena imagen de la empresa y de su nombre. La mejor forma de diferenciarse de la competencia es ofrecer calidad, cuidar la imagen del negocio, cumplir con los plazos y dar un trato personalizado y exquisito a los clientes.

3. Estabilidad de las relaciones.

El objetivo de la empresa además de conseguir a los clientes, es el de fidelizarlos. Para ello, es imprescindible convertirse en una empresa de servicios en la que confíen y llegar a un grado de estabilidad tal que derive en una relación contractual duradera.

En ello, es determinante transmitir garantías de trabajo bien hecho y de plazo de entrega. El compromiso de servicio es aceptado y es indispensable cubrir las expectativas del cliente. Hacer trabajos con calidad y garantizar los plazos, lo cual supone un importante valor añadido que genera confianza y logra atraer y mantener a muchos clientes.

Ampliar la oferta de servicios.

Una empresa de servicios de este tipo tiene muchas posibilidades de ampliar su cartera de servicios en un futuro. Entre las actividades que puede ofrecer se encuentran los siguientes: servicio técnico 24 horas, asistencia remota, cursos de formación.

Acuerdos con proveedores.

Establecer acuerdos con proveedores para que las proporcionen a la empresa en el momento en que sean necesarias y de acuerdo a los requerimientos establecidos: productos nuevos y en garantía.

Los proveedores de material informático. En principio se buscaría un contrato con condiciones de precios muy favorable con una marca de referencia, pero sin contrato de exclusividad para mantener una libertad de movimiento buscando ventajas de precio y calidad.

El ciclo de vida de una máquina

Una vez firmado un acuerdo de principio para la prestación de servicio para un cliente dado, las etapas seguirían el modelo siguiente:

- Se solicita el acuerdo para la financiación (en función de la situación económica del cliente).
- Se compran los dispositivos necesarios al proveedor principal.
- El equipo de la empresa instala los programas necesarios
- Se atienden los problemas técnicos (tanto de material como de programas).
- Se realizan las actualizaciones de los programas necesarias
- Se sustituyen las máquinas
- Se venderían las máquinas usadas en el mercado de segunda mano.

INFRAESTRUCTURA

La infraestructura necesaria para el desarrollo de la actividad comercial se basa en:

- Local comercial debidamente acondicionado para una posible conexión a algún cliente y por supuesto para obtener el máximo provecho a la red Internet.
- Herramientas e instrumental electrónico básico para el montaje y reparación de los equipos. Como segunda opción se podrían subcontratar las reparaciones de los equipos informáticos como hacen otras empresas de la competencia.
- Computadoras
- Impresora

- Transporte para reparto de equipos.
- Teléfono
- Almacén para un stock limitado que habrá que calcular en función del nivel de calidad del servicio que se quiera dar (velocidad de reacción ante incidencias, equipos estropeados en contrato de mantenimiento, instalación rápida, etc.).
- No ha sido imprescindible realizar una compra excesiva de productos inicialmente, se comprarán según el tipo de trabajo los que sean necesarios para desarrollarlo. Además, hay que incluir la compra de material de oficina: bolígrafos, papel, tinta para impresora, etc
- El local dispone de recepción, despacho, taller y aseo. De esta forma, la superficie queda distribuida de la siguiente forma:
 - Una recepción de 7m².
 - Despacho para el gerente con una superficie aproximada de unos 10 m².
 - Un taller para las reparaciones de unos 25 m² aproximadamente.
 - Aseo de 5 m².

El mobiliario básico estará compuesto por los elementos que se exponen a continuación:

Mesa recepción.

Mesa de despacho.

Silla giratoria.

Dos sillas.

Estanterías.

Armario.

Papeleras.

Mesas de taller.

Adquisición de herramientas

Las herramientas de útiles básicas ya las tenemos, pero posteriormente y en función de las necesidades de los diferentes trabajos se irán adquiriendo otras más específicas.

Entre las herramientas se encuentran:

Comprobadores cable LAN.

Comprobadores dispositivo LAN.

Comprobadores fibra óptica.

Comprobadores WIFI.

Comprobadores cables.

Cortadoras cables.

Pins hembras.

Pins machos.

Estuches de herramientas (destornilladores, alicates, etc.).

Gastos

Al principio los principales gastos serían:

- El sueldo
- Los suministros
- El transporte
- La publicidad (sobre todo al principio)

Unos gastos diversos

PRECIOS

La estrategia de precios para una empresa como la que se desarrolla en este proyecto se basa en ofrecer un servicio de calidad a precios competitivos. Por ello, la fijación de precios va a estar orientada en función de los precios de la competencia.

Las tarifas y comisiones varían en función de los servicios contratados por el cliente y de los recursos necesarios para la gestión de los diferentes servicios que se ofertan. Por ello, no hay un precio estándar, aunque, como se ha comentado, siempre tendrá que fijarse una tarifa acorde con la competencia.

Concretamente, para este tipo de servicios hay diferentes opciones:

Cobrar una tarifa fija por cada servicio.

Cobrar una tarifa por hora.

Además, hay que tener en cuenta que el precio va a venir dado en función de la periodicidad con que se presta el servicio, es decir, si es un servicio esporádico y puntual tendrá un precio, mientras que si se trata de un servicio de mantenimiento, lo normal es que se cobre un precio mensual. Este precio mensual podrá establecerse de manera fija ofreciendo un número determinado de horas o bien establecerlo más barato o más caro en función de las horas que contrate nuestro cliente. Incluso, hay empresas que establecen la tarifa de este servicio de mantenimiento en función de los equipos objeto de dicho servicio.

Establecemos las tarifas por hora de trabajo. Las tarifas mensuales se establecen también en función de las horas contratadas por el cliente.

Post venta

- Una asistencia telefónica responderá a las inquietudes de los clientes con un horario comercial (de lunes a viernes en las mañanas y por las tardes).
- En los casos necesarios, un técnico se desplazaría a examinar o **solucionar** el problema en las instalaciones del cliente si no se puede hacer a distancia.
- La empresa dispondrá de un pequeño parte de máquinas de sustitución en caso de avería importante.
- En caso de que el problema venga de un defecto de fabricación (hardware) o de un problema de concepción del programa (software), la empresa contactaría con los proveedores para una solución al problema en los mejores plazos

CONCLUSIONES

El plan de negocios diseñado para la Empresa dedicada a la venta y reparación de computadoras define las vías estratégicas para insertar esta organización en términos competitivos futuros.

- Mediante el análisis DAFO se determinaron los aspectos necesarios para el desarrollo de un plan de acciones que tome en consideración los factores internos y externos que garanticen el éxito de la empresa.
- El Plan de Negocios tiene como prioridad cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes y las necesidades de mercado.
- En el análisis realizado de la estructura y conformación del negocio, se constató que no existe ninguna oferta de servicios técnicos e informáticos en la localidad como la que se propone.
- Uno de los valores añadidos más importante de la empresa es el equipo humano del cual está formada pues desarrollan sus funciones teniendo en cuenta las líneas estratégicas establecidas en el plan de negocios con el propósito de satisfacer al cliente.

BIBLIOGRAFÍA

1. Colectivo de autores (2008) Norma ISO 9001.Sistemas de gestión de la calidad-requisitos. 4ta edición
2. Dolan, S. (1.999). *La gestión de los recursos humanos*. Editorial: Mc Graw Hill. ISBN: 9788448156541.
3. Escrivá, V. (2.005). *Marketing en el punto de venta*. Editorial: McGraw-Hill. ISBN: 84-481-2618-1.
4. Lovelock, C. (2.004). *Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos*. Editorial: Pearson education, S.A. ISBN: 9789702603887.
5. Sainz, J.M. (1.999). *Marketing Estratégico Para El Pequeño Y Mediano Comercio*. Editado por: Ediciones PMP. ISBN: 9788493040420. Plan de empresa Personal Info, S.L. - 114

DOCUMENTACIÓN ELECTRÓNICA

1. Asociación empresarial del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) de la Comunitat Valenciana. La situación de la informática en la Comunidad Valenciana.
2. PLAN DE NEGOCIO PARA UNA EMPRESA DEDICADA A LA DISTRIBUCIÓN, VENTA , REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO DE EQUIPOS INFORMÁTICOS Y SOFTWARE EN VALENCIA Samanta Martínez Cerdán
3. Plan de Negocios de servicio técnico e informático
4. Francisco Lamolla. Transparencias ANÁLISIS ESTRATÉGICO
5. Josep Franch y Jordi Molina (PEEG Cuba) Transparencia de Plan de Marketing
6. Documento en línea:
<http://www.bde.es/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/10/Jul/Fich/coy.pdf>.
Fecha consulta: [11-12-2014].
7. Documento en línea:
<http://www.1000ideasdenegocios.com/si-buscas-un-negocio-con-futuro-crea>
Fecha consulta: [11-12-2014].

Anexo 1 cartera de productos que oferta el establecimiento

70cuc ----- 500gb DISCO INTERNO Seagate SATA 3 6 gb/s.Prodc. 2014.
90cuc ----- 1tb DISCO INTERNO Seagate SATA 3 6 gb/s. .
115cuc ----- 1 tb EXTERNO PORTABLE DE BOLSILLO. USB-3. Ultra rápido. .
185cuc ----- KIT 3era Gigabyte/Asus H61 1155 + MICRO G1610 2.6hz 2 mb cache + 2GB RAM 1333. PCI 3.0/4sata 2 /usb 3 (sin ram 160 cuc)
265cuc ----- KIT 4ta GENERACION BOARD Gigabyte B85 socket 1150 4bancos ram /4 sata 3/6-usb3/2Pci 3.0/2PCI/Hdmi/Vga/Dvi + Micro G3220 3mb 3.0HZ + 2gb ram (sin ram 240cuc).
225cuc ----- Kit 3era Genr socket 1155 Board B75 Gigabyte D3H +Micro G2030 3.0 Hz 3.0mb + 2gb Ram (sin ram 205cuc). Board con 4 bancos DDR3/6USB 3 /SATA 3 /hdmi/vga/dvi/pci 3/2 pci/ dual bios.Ultradurable.
200cuc ----- Kit 3era socket 1155 Board B75 Gigabyte D3H + Micro G1610 2.6hz 2 mb cache + 2gb Ram (sin ram 175cuc)/4 bancos DDR3/6USB 3/SATA3/HDMI/VGA/DVI/2 PCI 3/2 PCI/DUAL BIOS 2Mb 2.6HZ.Ultradurable.3 GENERACION. .
65cuc ----- Micro G1610 3ra Generación * Fan y Disipador.3ra Generación. 2.6Hz 2Mb Caché...

90cuc -----	Micro dual core G2030 3ra Generación 3.0Hz 3.0mb cache * Fan y Disipador. .
190cuc -----	Micro i 5 3470 3.4hz 6mb cache. Sellado + Fan y Disipador. 3 generación.
50cuc -----	Chasis Negros. 4 bahías. Usb-Audio Frontal. Sellado.
40cuc -----	JUEGO DE MOUSE* TECLADO MULTIMEDIA* BOCINAS Negros USB.NUEVOO.
90cuc -----	CHASI 4 BAHIAS NEGROS USB-AUDIO FRONTAL**con FUENTE **. .
60cuc -----	TARJETA VIDEO Nvidia GT 430- 1gb video Hdmi/Vga/Dvi /DDR2 /Directx 11/Shaders 5 128bits.Ver
50cuc -----	TARJETA VIDEO Nvidia GT 210- 1gb video /Hdmi/Vga/Dvi/DDR3. .
30cuc -----	Quemador DVD dual layer SATA Samsung/Lg/Liteon.Color Negro.
160cuc -----	MONITOR LED 19" Wide Screen / VGA/ CON TODOS SUS ACCESORIOS. Cables, manuales, bases. Sellado. 2014
270cuc -----	Kit 3era Genr socket 1155 Board B75 Gigabyte D3H +Micro i3 3220 3.2Hz 3.0mb + 2gb Ram (sin ram 260cuc). Board con 4 bancos DDR3/6USB 3 /SATA 3 /hdmi/vga/dvi/pci 3/2 pci/ dual bios.Ultra durable.

235cuc ----- KIT 4ta GENERACION BOARD Asus/Gigabyte H81 socket 1150 2bancos ram /2sata 3/2-usb3/Pci 3.0/Hdmi/Vga + Micro G3220 3mb 3.0HZ + 2gb ram (sin ram 215cuc).
40cuc ----- FUENTES Orion 485W / 3 sata/ 1 ide/ 24 pin board/ 4pines micro.
75cuc ----- FUENTE SEASONIC 80plus bronce certificada 500wat 34amp 2rail 12v. NEWW. FAN GRANDE. 4SATA. 5IDES. 8 PINES MICRO.3 CONECTORES TARJETA VIDEO. CABLES SUPER LARGOS.FUENTE SUPER PESADA PFC ACTIVO.AUTOVOL. .
320cuc ----- Kit i3 - 4ta GENERACION BOARD GIGABYTE B85 1150 4 banco-DDR3/6USB 3 /4SATA 3/VGA/DVI/HDMI/2 PCI 3/PCI DUAL BIOS Ultradurable**Micro i3 4150 3mb 3.5HZ**2GB RAM*(SIN RAM 300cuc)* SELLAADOOO NUEVOO LO ULTIMOO. El mejor KIT.
300cuc ----- Kit CORE i -5 3era socket 1155 Board B75 Gigabyte D3H + Micro i5 3470 3.4hz 6mb cache.[sin ram] 4 bancos DDR3/6USB 3 /SATA 3/HDMI/VGA/DVI/PCI 3/PCI DUAL BIOS.Ultradurable..
45cuc ----- FUENTE BLAZAR 500W 26AMP NUEVAAA 2 sata 3ide 24 pin.
210cuc ----- MONITOR 22" LED Wide Screen / VGA/DVI con todos sus accesorios. prod 2014. FULL HD ** con bocinas y USB integrados. Excelente Diseño. Sellado.
110cuc ----- BOARD (solo) Gigabyte B75 D3h socket 1155 3ra Generación 4 Bancos ram DDR3/USB-3/Sata 3/Hdmi/Dvi/Vga/PCI 3

/Dual Bios/Ultradurable.
125cuc ----- BOARD (solo) Asus/Gigabyte H81 socket 1150 4ta Generación 2 Bancos ram DDR3/2-USB-3/2-Sata 3/Dvi/Vga/PCI 3 /Dual Bios/Ultradurable.
85cuc ----- Back-up apc-pro 550va 8 tomas negro .sellados en caja. Máxima protección y duración. Los mejores. Protección para línea telf.y red conexión a pc.

Anexo 2 Imagen de la página web de la empresa



Anexo 3. Modelo del negocio

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relaciones con cliente	Segmento
Proveedores de productos	<p>Gestión de compras de suministros</p> <p>Gestión de ventas</p> <p>Atención a demandas técnicas</p> <p>Búsqueda de información actualizada</p> <p>Orientación al cliente promoción de servicios</p>	<p>Servicios de reparación y venta de productos informáticos, dispositivos móviles, estableciendo los diferentes métodos de organización de los mismos, supervisando y verificando el proceso de ejecución, cumplir los planes de reparación y venta, controlar y evaluar los sistemas de control internos, y formular las recomendaciones necesarias para contribuir al</p>	<p>Vía telefónica</p> <p>Vía e-mail</p> <p>Página web</p>	<p>Profesionales</p> <p>Estudiantes</p> <p>Negocios familiares</p>

		mejoramiento continuo de esta actividad especificidad del producto		
	Recursos claves Gerente Recepcionista Técnicos informáticos Programadores -equipos		Canal Página web Propaganda impresa	