



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: PLAN DE MARKETING PARA POSICIONAR LA
EMPRESA “GESTALTHUMAN CÍA. LTDA.” EN LA CIUDAD DE
QUITO**

AUTOR: FLORES GORTAIRE DAVID SEBASTIÁN

**DIRECTOR: ING. MANTILLA FARID MBA
CODIRECTOR: ING. JARAMILLO MARCO MBA**

SANGOLQUÍ

2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

ING. MANTILLA FARID MBA – DIRECTOR DE TESIS
ING. JARAMILLO MARCO MBA – CODIRECTOR DE TESIS


CERTIFICAN

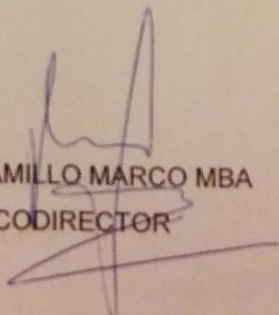
Que el trabajo titulado: "PLAN DE MARKETING PARA POSICIONAR LA EMPRESA "GESTALTHUMAN CÍA. LTDA." EN LA CIUDAD DE QUITO" realizado por FLORES GORTAIRE DAVID SEBASTIÁN, ha sido guiado revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE.

Debido a la autenticidad de los datos presentados en este estudio y su aplicación, se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a FLORES GORTAIRE DAVID SEBASTIÁN que lo entregue a la Ing. Rosario Pineda, en su calidad de Directora de Carrera.

Sangolquí, 20 de mayo de 2015


ING. MANTILLA FARID MBA
DIRECTOR


ING. JARAMILLO MARCO MBA
CODIRECTOR

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

FLORES GORTAIRE DAVID SEBASTIÁN

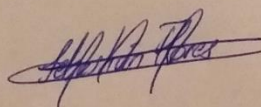
DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “PLAN DE MARKETING PARA POSICIONAR LA EMPRESA “GESTALTHUMAN CÍA. LTDA.” EN LA CIUDAD DE QUITO” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas se presentan en las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la biografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 20 de mayo de 2015



FLORES GORTAIRE DAVID SEBASTIÁN

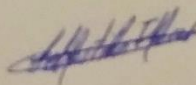
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, FLORES GORTAIRE DAVID SEBASTIÁN

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo "PLAN DE MARKETING PARA POSICIONAR LA EMPRESA "GESTALTHUMAN CÍA. LTDA." EN LA CIUDAD DE QUITO", cuyo contenido, ideas, y criterio son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 20 de mayo de 2015



FLORES GORTAIRE DAVID SEBASTIÁN

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios por ser fuente de vida y luz en mi camino.

A mis padres David y Sylvia, por darme la vida, por haber haberme acompañado en cada paso desde mi nacimiento, por su educación, por su amor, por su cariño.

A mi hijo Mathias, por ser mi motor, mi motivación para cada día alcanzar más metas, para ser un buen padre, una buena persona, un buen ser humano.

A mi hermana y a mi sobrina, porque siempre han estado presentes brindándome todo su soporte para continuar y no rendirme.

Sebastián

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la vida y permitirme alcanzar mis metas personales y profesionales.

A mis tutores de tesis, Ing. Farid Mantilla e Ing. Marco Jaramillo, por todo su apoyo brindado y toda la orientación brindada para realizar este proyecto.

Al Gerente General y propietario de GestalHuman Cia. Ltda., por haber me brindado toda la apertura, para realizar este proyecto.

A cada una de las personas que me han apoyado durante mi vida estudiantil y sobre todo en este último periodo de trabajo.

Sebastián

TABLA DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
TABLA DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO 1: GENERALIDADES.....	1
1.1. ANTECEDENTES	1
1.1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	1
1.1.2. OBJETIVOS.....	2
1.1.2.1. Objetivo general.....	2
1.1.2.2. Objetivos específicos.....	2
1.1.2.3. Justificación	2
1.2. DEFINICIÓN DEL CLIENTE Y MERCADO META.....	3
1.2.1. DEFINICIÓN DEL CLIENTE	3
1.2.2. MERCADO META	5
1.3. DESCRIPCIÓN DE UN PROVEEDOR DE SOLUCIONES INFORMÁTICAS DE NEGOCIOS	6
1.3.1. DEFINICIÓN	6
1.3.2. DIVERSOS COMPONENTES DE UNA SOLUCIÓN INFORMÁTICA PARA EL NEGOCIO	7

	viii
1.3.2.1. Desarrollo de sitios Web.....	7
1.3.2.2. Alojamiento de Sitios Web.....	9
1.3.2.3. Registro del nombre del dominio	11
1.3.2.4. Promoción en línea.....	12
1.3.2.5. Mantenimiento de aplicaciones	16
1.4. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	16
1.4.1. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.....	17
1.4.1.1. Análisis comparativo.....	21
1.4.1. AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES	23
1.4.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES ...	23
1.4.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	24
1.4.4. AMENAZA DE SERVICIOS SUSTITUTOS	25
1.4.5. TIPO DE SITUACIÓN COMPETITIVA.....	25
1.5. PANORAMA DE LA INDUSTRIA EN ECUADOR	27
CAPÍTULO 2: SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.....	33
2.1. HISTORIA DE “GESTALTHUMAN CÍA. LTDA.”.....	33
2.2. FILOSOFÍA CORPORATIVA	36
2.2.1. MISIÓN.....	36
2.2.1.1. Propuesta de misión	37
2.2.2. VISIÓN	37
2.2.2.1. Propuesta de visión	37
2.2.3. VALORES CORPORATIVOS	37
2.2.1. OBJETIVOS.....	38
2.3. SERVICIO, PRECIO, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN	39
2.3.1. SERVICIO ACTUAL	39
2.3.2. PRECIOS.....	42
2.3.3. PROMOCIÓN	48

	ix
2.3.4. DISTRIBUCIÓN	49
CAPÍTULO 3: ESTUDIO DE MERCADO	50
3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	50
3.2. EL PROBLEMA	50
3.3. NECESIDAD	50
3.4. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	51
3.5. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
3.6. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.7. OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.7.1. OBJETIVO GENERAL.....	52
3.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	52
3.7.3. HIPÓTESIS.....	53
3.8. ÉTICA DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.9. METODOLOGÍA.....	54
3.9.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	54
3.9.2. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	54
3.10. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.10.1. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	55
3.10.2. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN.....	56
3.10.2.1. Encuesta.....	56
3.10.3. DISEÑO DE LA HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	57
3.10.3.1. Matriz de planteamiento de cuestionario	57
3.10.4. POBLACIÓN.....	59
3.10.4.1. Segmentación de Mercado Meta	59
3.10.4.2. Muestra.....	60
3.10.5. ENCUESTA PILOTO	61

	x
3.10.5.1. Análisis Encuesta Piloto	62
3.10.6. ENCUESTA FINAL.....	63
3.10.7. LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	64
3.10.7.1. Libro de códigos	64
3.11. ANÁLISIS UNIVARIADO.....	65
3.12. ANÁLISIS BIVARIADO	75
3.12.1. CROSSTAB O TABLA DE CONTINGENCIA	75
3.12.2. ANOVA.....	77
3.12.3. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN	79
3.12.1. CHI CUADRADO	81
CAPÍTULO 4: PLAN DE MARKETING PARA POSICIONAR LA EMPRESA	
“GESTALTHUMAN CÍA. LTDA.” EN LA CIUDAD DE QUITO.....	83
4.1. MISIÓN	83
4.1.1. PROPUESTA DE MISIÓN.....	83
4.2. VISIÓN.....	83
4.2.1. PROPUESTA DE VISIÓN.....	84
4.3. ANÁLISIS FODA	84
4.3.1. MATRIZ DE ANÁLISIS FODA	85
4.3.2. MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS	86
4.3.3. MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS	87
4.3.4. MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO	88
4.4. POSICIONAMIENTO	89
4.5. OBJETIVOS DE MARKETING	90
4.6. PROPUESTA PARA EL PLAN.....	90
4.5.1. PRESUPUESTO PARA EL PLAN	96
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1. CONCLUSIONES.....	97

	xi
5.2. RECOMENDACIONES	99
CAPÍTULO 6: BIBLIOGRAFÍA	100
6.1. Bibliografía	100
6.2. Linkografía	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Procedimiento para desarrollar un Sitio Web.....	8
Figura 2 Ejemplo de Servidor	9
Figura 3 Ejemplos de Banners.....	15
Figura 4 Fuerzas de Porter.....	17
Figura 5 Aplicación fuerzas de Porter.....	26
Figura 6 Tipos de cuentas de Internet que ocupan los usuarios.....	28
Figura 7 Tipos de usuarios que acceden al Internet.....	29
Figura 8 Proveedores vs. Cuentas Totales	30
Figura 9 Proveedores vs. Usuarios Totales.....	31
Figura 10 Organigrama de “GestaltHuman Cía. Ltda.”	34
Figura 11 Canal de Distribución.	49
Figura 12 Matriz del perfil competitivo	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	4
Tabla 2 Motores de Búsqueda	12
Tabla 3 Planes A de empresas competidoras	20
Tabla 4 Planes B de empresas competidoras.....	21
Tabla 5 Registro de usuarios en Internet durante el año 2014.	27
Tabla 6 Usuarios de Internet.....	28
Tabla 7 Principales proveedores de Internet en el país.....	30
Tabla 8 Tipos de Usuarios que perfilan en el Internet	32
Tabla 9 Precios y características del diseño de Sitios Web.....	42
Tabla 10 Tarifas de Mantenimiento.....	44
Tabla 11 Precios y características de hosting.....	45
Tabla 12 Precios de Dominios	46
Tabla 13 Precios de Correos electrónicos para el público.....	46
Tabla 14 Planes de publicidad	47
Tabla 15 Descuentos en el servicio de publicidad.....	48
Tabla 16 Número de Habitantes en la ciudad de Quito.....	55
Tabla 17 Matriz de cuestionario.....	57
Tabla 18 Matriz de Prueba Piloto	61
Tabla 19 Matriz de Encuesta Final	63
Tabla 20 Matriz de Levantamiento de la información	64
Tabla 21 Matriz Pregunta N°1	65
Tabla 22 Matriz Pregunta N°2.....	66
Tabla 23 Matriz Pregunta N°3.....	67
Tabla 24 Matriz Pregunta N°4.....	68
Tabla 25 Matriz Pregunta N°5.....	69
Tabla 26 Matriz Pregunta N°6.....	70
Tabla 27 Matriz Pregunta N°7	71
Tabla 28 Matriz Pregunta N°8.....	72
Tabla 29 Matriz Pregunta N°9.....	73
Tabla 30 Matriz Pregunta N°10.....	74
Tabla 31 Matriz Crosstab N°1.....	75

	xiv
Tabla 32 Matriz Crosstab N°2.....	76
Tabla 33 Matriz Anova N°1	77
Tabla 34 Matriz Anova N°2	78
Tabla 35 Matriz Correlación N°1	79
Tabla 36 Matriz Correlación N°1	80
Tabla 37 Matriz Chi² N°1	81
Tabla 38 Matriz Chi² N°2	82
Tabla 39 Matriz de Análisis FODA	85
Tabla 40 Matriz de evaluación de factores internos.....	86
Tabla 41 Matriz de evaluación de factores externos.....	87

RESUMEN

En la actualidad, en el mundo entero, casi todas las empresas utilizan herramientas más rápidas y mejores para darse a conocer y promocionarse en el mercado con el afán de posicionar sus productos o servicios frente a un consumidor exigente. Una de estas herramientas se encuentra relacionada con la tecnología de la información, que se aplica a través de Internet; y, nuestro país no es la excepción al momento de utilizarla. En los últimos años esta herramienta se ha desarrollado de una manera progresiva pero eficiente, esto se ve reflejado en la creación de empresas, como es el caso de “GestaltHuman Cía. Ltda.”, que brinda servicios de desarrollo Web como: creación de páginas Web, hosting, dominios y principalmente publicidad a través de Internet. Esta herramienta se caracteriza no solo por dar rapidez al momento de comunicarse dando un mayor desarrollo y mejor desenvolvimiento de las actividades de la empresa, sino que también crea y facilita la relación con sus clientes, proveedores y aliados. En esta tesis se va a detallar y especificar el diseño de un Plan de Marketing para la empresa ya antes mencionada que se encarga del desarrollo Web, que le permitirá tomar decisiones y accionar de la mejor manera para crear nuevas y mejores estrategias acordes a la situación de la misma, con el objetivo de ganar mercado, un mejor posicionamiento en el mismo, crear fidelidad en el consumidor y principalmente mejorar sus utilidades beneficiándose de este plan.

Palabras Clave:

- **PLAN DE MARKETING**
- **POSICIONAMIENTO**
- **DISEÑO PAGINA WEB**
- **CIUDAD QUITO**
- **ESTRATEGIAS DE MARKETING**

ABSTRACT

Today, throughout the world, most companies, if not all, use faster and better to be released and promoted in the market in an effort to position their products or services in front of a demanding consumer tools. One of these tools is related to the information technology, which is applied via the Internet; and our country is no exception to the time of use. In recent years this tool has been developed in a progressive but efficiently, this is reflected in the creation of companies, as in the case of "GestaltHuman Cia. Ltda." which have found success offering web development services such as website creation, hosting, domains, and primarily through Internet advertising. This tool is characterized not only to communicate quickly when giving greater development and better development of the company's business, it also creates and facilitates the relationship with customers, suppliers and partners. In this thesis it is to elaborate and specify the design of a marketing plan for the company and above in charge of Web development, allowing you to make decisions and actions of the best way to create new and better strategies according to the situation of the same, in order to gain market share, better positioning in it, build loyalty in the consumer and primarily improve their profits to benefit from this plan.

Keywords:

- **MARKETING PLAN**
- **POSITIONING**
- **WEB PAGE DESIGN**
- **QUITO CITY**
- **MARKETING STRATEGIES**

CAPÍTULO 1: GENERALIDADES

1.1. ANTECEDENTES

Entre los servicios que brinda “GestaltHuman Cía. Ltda.” se encuentra la elaboración y hospedaje de Sitios Web, soluciones informáticas, publicidad a través de portales interactivos, venta de dominios entre otros. En la actualidad el sector empresarial busca llegar hacia nuevos mercados para dar a conocer sus productos o servicios de la maneras más rápida y sencilla, considerando una de las nuevas y más ágiles alternativas como es el uso de servicios informáticos, que en nuestro país aún no ha sido desarrollado en un 100%, por lo que uno de los beneficios que brinda “GestaltHuman Cía. Ltda.” es cubrir esta necesidad con tarifas competitivas ante un mercado en crecimiento.

1.1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda.” se encuentra con dificultades financieras por la falta de demanda de sus servicios informáticos como: elaboración y alojamiento de sitios Web, venta de dominios, correos electrónicos, publicidad a través de portales interactivos que son las actividades principales a las que se dedica esta empresa. La falta de una Investigación de mercado y el no contar con un plan estratégico de Marketing, ha llevado a tomar decisiones incorrectas e inadecuadas al momento de promocionar sus servicios para crear su reconocimiento en el mercado, lo cual ha dificultado su posicionamiento y a la vez no permite su crecimiento económico.

Por esta razón en el presente trabajo se realizará una investigación de mercado que arroje información clara, real y precisa para poder realizar un plan de marketing que ayude a la empresa a planificar mejores estrategias y

tener objetivos y metas claras para de esta manera tomar decisiones que permitan ganar mercado, desarrollar a la empresa y elevar sus utilidades.

1.1.2. OBJETIVOS

1.1.2.1. Objetivo general

Desarrollar un plan de Marketing que sirva como base para posicionar a “GestaltHuman Cía. Ltda.” como una empresa importante en la prestación de servicios informáticos en la ciudad de Quito junto con estrategias adecuadas que incrementen su demanda y rentabilidad.

1.1.2.2. Objetivos específicos

- Realizar una investigación de mercado en la ciudad de Quito
- Identificar el posicionamiento actual de la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda.” en el mercado Quiteño.
- Elaborar un Plan de Marketing para la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda.”

1.1.2.3. Justificación

Actualmente “GestaltHuman Cía. Ltda.” es reconocida como Compañía Limitada ante la Superintendencia de Compañías y constituida legalmente sin embargo, se enfrenta a un crecimiento lento ya que es una empresa joven en el mercado lo que dificulta su reconocimiento frente a los usuarios potenciales. Debido a esta situación basándonos en la definición del problema se hace presente la necesidad de realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta de servicios informáticos, delimitándonos al servicio de elaboración de sitios Web en la ciudad de Quito.

Con los resultados que se generen de la investigación de mercados, la empresa podrá tener un panorama claro y real para tomar decisiones adecuadas para la elaboración de un plan estratégico de Marketing que se ajuste a satisfacer las necesidades que tiene la empresa.

1.2. DEFINICIÓN DEL CLIENTE Y MERCADO META

1.2.1. DEFINICIÓN DEL CLIENTE

Actualmente “GestaltHuman Cía. Ltda.” dispone de clientes particulares de distintos sectores económicos, instituciones educativas y personas naturales. Cada uno de ellos ha contratado los distintos servicios que brinda la empresa en mención, especialmente los servicios de elaboración y hospedaje de sitios Web, por tal razón “GestaltHuman Cía. Ltda.” está enfocando principalmente tales servicios a las empresas de la ciudad de Quito.

Clientes corporativos:

Los clientes corporativos son todos aquellos que se les provee el servicio de páginas Web a cambio de una tarifa o precio de acuerdo a las características que contenga el Diseño de su página. Dentro de estos clientes se encuentran empresas que se desempeñan en los siguientes sectores económicos:

Tabla 1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme

Cod. CIU	Sector
A	Agricultura, silvicultura y pesca
B	Explotación de minas y canteras
C	Industrias manufactureras
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado
E	Suministro de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento
F	Construcción
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de los vehículos de motor y de las motocicletas
H	Transporte y comunicación
I	Alojamiento y servicios de comida
J	Información y comunicación
K	Actividades financieras y de seguros.
L	Actividades inmobiliarias
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas
N	Actividades administrativas y servicios de apoyo
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria
P	Enseñanza
Q	Servicios sociales y relacionados con la salud humana.
R	Artes, entretenimiento y recreación
S	Otras actividades de servicio
T	Actividades de los hogares en calidad de empleadores, actividades indiferenciadas de producción de bienes y servicios de los hogares para uso propio.
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales

Fuente:

http://es.wikipedia.org/wiki/Clasificaci%C3%B3n_Internacional_Industrial_Uniforme

Los mayores demandantes del servicio de páginas Web que tiene la compañía son aquellos que se desempeñan dentro de los sectores que están conformados por hoteles y restaurantes, firmas que tienen ventas al por mayor y menor de servicios, también están las consultorías, inmobiliarias, que quieren promocionar sus productos y servicios, y llegar cada vez a más personas.

Instituciones Educativas:

Estos clientes están conformados por colegios e institutos, los mismos que requieren de los servicios de diseño de páginas Web, hosting y correos electrónicos.

Personas Naturales:

Dentro de estos clientes están personas independientes que han implementado negocios utilizando el servicio que presta el Internet, también algunas que tienen un sitio Web no con el afán de hacer un negocio sino solamente para dar a conocer su opinión o colocar artículos de su auditoria. Cabe recalcar que dichos clientes demandan mayormente el servicio de hosting.

1.2.2. MERCADO META

El Plan de Marketing que se va a desarrollar, estará enfocado en captar a las empresas (clientes) de la ciudad de Quito que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías, que aproximadamente alcanzan un número de 8.239, dentro de éstas se han considerado 5.683 empresas que son una parte de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad de Quito ya que poseen activos menores a los \$350.000 dólares establecido en la Ley de Fomento de la Pequeña Industria.

Las empresas consideradas para realizar el estudio y a las que vamos a llevar a usar los servicios de "GestaltHuman Cía. Ltda." se encuentran dentro de las ramas industriales de la manufactura, construcción, comercio al por mayor y menor, agencias de viajes; hemos escogido estos sectores ya que los clientes actuales de la empresa forman parte de estas actividades económicas. Dentro de este mercado meta la mezcla del Marketing en cuanto se refiere al producto, lo que pretende es vender de preferencia el servicio de Diseño de Páginas Web donde su precio estaría determinado de acuerdo a las características y requerimientos que solicite el comprador, sin

embrago, también es indispensable tomar en consideración los precios de la competencia que encontramos en el mercado quiteño en general. La promoción del servicio se llevará conforme a las estrategias que se planteen en el Plan de Marketing ya que es justamente el objetivo de este trabajo y la distribución se la realizará en forma directa, es decir, entre “GestaltHuman Cía. Ltda.” y los clientes, sin la presencia de intermediarios.

1.3. DESCRIPCIÓN DE UN PROVEEDOR DE SOLUCIONES INFORMÁTICAS DE NEGOCIOS

1.3.1. DEFINICIÓN

La solución informática de negocios comprende la herramienta o conjunto de herramientas que permiten a la empresa integrar varias actividades de su operación por ejemplo: promoción de sus productos o servicios, ventas, administración de relaciones con el cliente (CRM)¹, administración de los recursos (ERM)², finanzas, etc. Esto permite solucionar problemas frecuentes en las empresas como: el desconocimiento de los costes por cliente y la rentabilidad que se obtiene de cada uno de ellos, un servicio que se dé al cliente poco eficaz y eficiente, falta de comunicación entre los departamentos de marketing y ventas, entre otros.

Son ejemplos de soluciones informáticas de negocios: un Sitio Web, para la promoción o venta a través de la Red Internet (comercio electrónico) integración de toma de pedidos con el sistema de manejo de inventarios, etc.; una aplicación WAP³, para el intercambio de información crítica o la comunicación de órdenes de compra, despacho, etc., desde lugares distantes;

¹En inglés, “Customer Relationship Management”

²En inglés, “Enterprise Relationship Management”

³Wireless el Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas hace posible la transferencia de información desde cualquier lugar remoto mediante el uso, por ejemplo, de la telefonía celular.

una aplicación PDA⁴, para funciones similares a las que facilita la tecnología WAP, pero mediante el empleo de agendas electrónicas; entre otras.

1.3.2. DIVERSOS COMPONENTES DE UNA SOLUCIÓN INFORMÁTICA PARA EL NEGOCIO

1.3.2.1. Desarrollo de sitios Web

En la actualidad el Internet ofrece millones de oportunidades de negocios tanto para empresas como para personas naturales que quieran darse a conocer, ganar clientes e incluso realizar ventas electrónicas. Para comenzar un proyecto en el Internet lo primero que se debe realizar es contratar acceso a la red. De esta manera la empresa ya podrá navegar por la misma buscando información de otras empresas que le puedan ayudar con el desarrollo del Sitio Web, la comunicación con la empresa elegida se realizara mediante vía correo electrónico, para usar los privilegios que nos da la Red. Como segundo paso, la empresa puede que tome la decisión de colocar su información en la Red, creando de esta manera “un sitio en la World Wide Web”, misma que puede ser un Sitio Web dinámico⁵ o estático⁶. La elaboración de un Sitio Web consiste en el desarrollo de un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web referentes a un tema en particular que incluye una página principal para bienvenida con un nombre de dominio y dirección de Internet específica.

Al desarrollar un Sitio Web es necesario tomar en cuenta una serie etapas lo que ayudará a tener un trabajo más organizado; como se puede observar en la Figura 1.1 que se presenta a continuación:

Procedimiento para desarrollar un Sitio WEB

⁴Asistente Digital Personal. Nombre con que se conoce a las agendas electrónicas portátiles

⁵Un Sitio Web dinámico es aquel donde se puede administrar información.

⁶Un Sitio Web estático es uno que tiene contenido que no se espera que cambie frecuentemente y se mantiene manualmente por alguna persona o personas que usan algún tipo de programa editor.

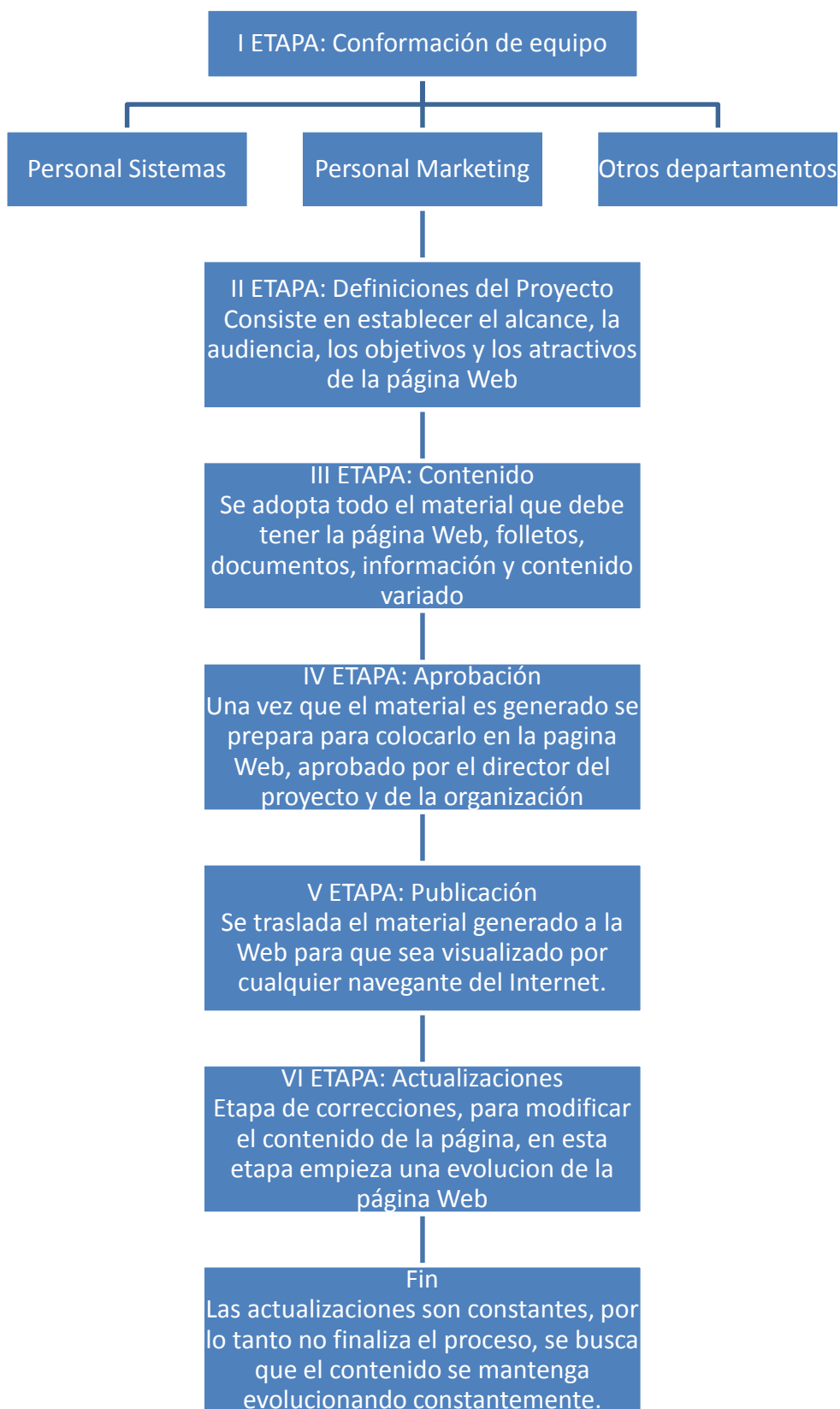


Figura 1 Procedimiento para desarrollar un Sitio Web.
Fuente: http://www.carlospes.com/curso_para_webmasters/

1.3.2.2. Alojamiento de Sitios Web

Es un servicio de Internet que le permite publicar su propio Sitio Web dándose a conocer alrededor de todo el mundo, esto se realiza mediante el acceso a un servidor que comprende dos cosas:

- 1) Un tipo de software que realiza ciertas tareas en nombre de los usuarios o,
- 2) A su vez el término servidor también se utiliza para referirse al ordenador físico en el cual funciona ese software, es decir, una máquina cuyo propósito es proveer datos de modo que otras máquinas puedan utilizar esos datos. En la Figura 1.2 se presenta el modelo de un servidor:

Ejemplo de Servidor



Figura 2 Ejemplo de Servidor

Fuente: <http://quijost.com/blog/2009/11/01/servidor-vps-mas-potente/>

Existen dos tipos de Alojamiento de Sitio Web llamados también hosting:

- 1) El hosting virtual basado en IPs⁷: que usa la dirección IP de la conexión para determinar qué host⁸ virtual es el que tiene que servir. Por lo tanto,

⁷Es el identificador de cada host dentro de su red de redes. Cada host conectado a una red tiene una dirección IP asignada, la cual debe ser distinta a todas las demás direcciones que estén vigentes en ese momento en el conjunto de redes visibles por el host.

⁸Computadora cliente/servidor. En ellos es donde los usuarios ven la interacción con la Internet. Cada computadora que se conecta directamente a una red es un host.

necesitará tener diferentes direcciones IP para cada host. Si usa hosting virtual basado en nombres el servidor atiende al nombre de host que especifica el cliente en las cabeceras de HTTP⁹. Usando esta técnica una sola dirección IP puede ser compartida por muchos sitios Web diferentes.

2) El hosting virtual basado en nombres: es normalmente más sencillo, porque solo necesita configurar su servidor de DNS¹⁰ para que localice la dirección IP correcta y entonces configurar Apache¹¹ para que reconozca los diferentes nombres de Host. Usando hosting virtual basado en nombres también se reduce la demanda de direcciones IP, que empieza a ser un bien escaso. Por lo tanto, debe usar hosting virtual basado en nombres a no ser que haya alguna razón especial por la cual tenga que elegir usar hosting virtual basado en direcciones IP. Algunas de estas razones son:

- Algunos clientes antiguos no son compatibles con el hosting virtual basado en nombres. Para que el hosting virtual basado en nombres funcione el cliente debe enviar la cabecera de Host HTTP. Esto es necesario para HTTP/1.1 y está implementado como extensión en casi todos los navegadores actuales.
- Algunos sistemas operativos y algunos elementos de red tienen implementadas técnicas de gestión de ancho de banda que no pueden diferenciar entre hosts a no ser que no estén en diferentes direcciones IP.

⁹El protocolo de transferencia de hipertexto (HTTP, HyperText Transfer Protocol) es el protocolo usado en cada transacción de la Web (WWW). El hipertexto es el contenido de las páginas Web, y el protocolo de transferencia es el sistema mediante el cual se envían las peticiones de acceso a una página y la respuesta con el contenido.

¹⁰DNS (Domain Name System). Sistema de nombres de dominio. Servidor que traduce las direcciones de IP en nombres más fácilmente recordables.

¹¹Es un servidor de código abierto.

1.3.2.3. Registro del nombre del dominio

Un Dominio es un nombre alfanumérico¹² único que se utiliza para identificar en Internet a un sitio, un servidor Web o un servidor de correo. Los dominios permiten a los usuarios de la red escribir un nombre para identificar una dirección electrónica IP.

Mediante la utilización de los dominios, los usuarios conectados a Internet pueden encontrar sitios Web y enviar E-mail sin necesidad de recordar las direcciones IP numéricas que en realidad son las que localizan las computadoras o servicios en Internet.

Dominio: www.espe.edu.ec
Dirección IP: 192.188.58.167

Un dominio permite crear algunos servicios de Internet. En forma simple, es la dirección de la empresa que la registra y permite que se identifique una página Web y correos electrónicos bajo ese mismo dominio.

Ejemplo:
gestalth.com
sflores@gestalth.com

Para registrar un dominio se requiere de lo siguiente:

- Verificar si el nombre que va a registrar está disponible; puede utilizar la herramienta whois para verificar si alguien lo registró.
- Decidir la extensión a utilizar para registrar sus dominios. (.com es libre; .org, .edu, .net, tienen regulaciones de cada estado).

¹²Característica que indica un conjunto de caracteres que incluye letras, números y signos de puntuación.

- Decidir el período de suscripción (generalmente cuotas anuales o por 5 a 10 años).

Para registrar un dominio nuevo con terminación de cada país por ejemplo .ec existen dos modalidades:

- En línea a través de la página Web de NIC.EC www.nic.ec
- Enviando documentación requerida a las oficinas de NIC.EC
- Para registrar un dominio Internacional como .com o .net por lo general se lo hace en línea.

1.3.2.4. Promoción en línea

Una vez que se establece un Sitio Web el siguiente paso es atraer a los potenciales clientes. Para cumplir con este objetivo es necesario encontrar varias estrategias, entre las que se menciona:

a) Motores de búsqueda:

Un ejemplo muy conocido de motor de búsqueda o de directorio es Yahoo, ya que en él se enlistan una amplia variedad de Sitios Web facilitando así su reconocimiento en los clientes potenciales. Pero Yahoo es sólo una de las muchas herramientas de búsqueda que existen en Internet, por esta razón se debería registrar el sitio en otros motores de búsqueda y directorios. En la Tabla 1.2 se mencionan otros motores de búsqueda.

Tabla 2 Motores de Búsqueda

Alexa Internet	Sohu
Ask.com	Trovator
Baidu	Virgilio.it
Bing	YaCy
Cuil	Yahoo! Search
DuckDuckGo	Yandex
Ecosia	Gyffu
Google	

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Motores_de_b%C3%BAsqueda

Al explorar Internet las 24 horas del día los motores de búsqueda catalogan las numerosas páginas que hay en la red y crean índices de acuerdo con el contenido del sitio. Sin embargo, existen algunos puntos que deben ser considerados para que los motores de búsqueda puedan acceder fácilmente al Sitio Web, mismos que son mencionados a continuación:

Antes de registrar un sitio en los motores de búsqueda hay que incorporar "meta tags"¹³ a las etiquetas de sus documentos HTML¹⁴. Las meta tags corresponden a un listado de palabras claves que es bastante probable que los usuarios escriban en un motor de búsqueda cuando busquen un producto o servicio. Muchos motores de búsqueda catalogarán el sitio sobre la base de estas palabras claves como también el contenido del texto incluido en el sitio.

Hay que asegurarse de revisar el posicionamiento en el motor de búsqueda cada cierto tiempo ingresando las palabras clave determinadas en todos los motores de búsqueda. Es importante examinar los registros estadísticos del Sitio Web para averiguar cuáles motores de búsqueda están atrayendo público al sitio y qué palabras claves se utilizan más frecuentemente para encontrar el sitio.

b) Correo electrónico predeterminado

El correo electrónico permite establecer una comunicación directa con los clientes. Igualmente, se ha utilizado indiscriminadamente como medio publicitario en Internet. A nadie le gusta recibir mensajes de correo electrónico que no ha solicitado con información sobre un negocio o servicio. Si bien puede comprar gigantescas listas de distribución con direcciones de correo electrónico para comercializar algún producto, lo más probable es que, si se adopta este sistema se pierda una cantidad importante de potenciales clientes.

¹³Etiquetas HTML

¹⁴Es un lenguaje basado en etiquetas que permite incluir información de texto o multimedia (gráficos, video, sonido).

Al contrario, en la actualidad el método preferido son las listas de correo en las que se inscriben los clientes que realmente están interesados en algún producto o servicio. Ofrece a los clientes la oportunidad de inscribirse para recibir correos electrónicos periódicos con futuras promociones e información general.

Una buena idea sería crear un boletín informativo en línea, ya que aporta mucho más que sólo dar a conocer los productos. Dicho boletín debe proporcionar información útil y valiosa para los usuarios. Por ejemplo, si la tienda virtual vende peces tropicales se podría escribir un artículo breve en el que indique sugerencias útiles sobre cómo mantener un acuario. Incluyendo vínculos pertinentes al sitio dentro del mensaje de correo electrónico y a su vez se indica a los lectores que encontrarán más información al hacer clic en dichos vínculos.

Otra idea que podría considerarse es ofrecer "cupones de descuento" por tiempo limitado que se puedan canjear en el sitio. Finalmente, hay que recordar que cada mensaje de correo electrónico debe incluir instrucciones sobre qué debe hacer el receptor si desea que lo eliminen de la lista.

c) Publicidad mediante "banners"

Los anuncios de Internet o "banners" se han transformado en la forma más común de publicidad en línea. Éstos corresponden a los avisos rectangulares parpadeantes que se ve en la parte superior y los costados de la mayoría de los Sitios Web comerciales y de aficionados. Los anuncios banner constituyen una forma de hacer llegar las campañas de marketing a miles de potenciales consumidores. Figura 1.3 muestra de modelos de un banner.

Ejemplos de Banners



Figura 3 Ejemplos de Banners

Fuente: <http://www.maestrosdelweb.com/banners/>

Por lo general, la efectividad de estas campañas se evalúa calculando el índice de "ingresos con un clic". Éste corresponde al porcentaje de veces que se hace clic sobre un aviso, según la cantidad de veces que se visualiza. Si 200 personas que visitan el sitio ven el banner y 10 de ellas hace clic efectivamente en el aviso, el banner tendrá un índice de "ingresos con un clic" del 5%. No obstante, dicho índice no es tan representativo.

Para determinar con precisión la efectividad de los avisos, hay que averiguar cuál de estos ingresos con un clic se tradujo en ventas reales para el sitio.

Otra forma de evaluar las campañas con banners es a través del CPM (costo por mil impresiones), es decir, que los anunciantes pagan cada mil veces que su anuncio es visto por los usuarios del portal Web.

1.3.2.5. Mantenimiento de aplicaciones

Un Sitio Web solo es efectivo si se mantiene actualizado periódicamente y una aplicación del tipo que sea, solo es útil si hace lo que el cliente necesita en cada momento. Las empresas evolucionan día a día, así lo debería hacer un Sitio Web o sus aplicaciones de intranet y de gestión para adaptarse a la realidad actual de las empresas.

Por tal razón los siguientes argumentos mencionados son necesarios e indispensables para garantizar el buen funcionamiento de las aplicaciones:

- El análisis de los equipos informáticos para determinar su buen funcionamiento.
- Creando informes del estado de los equipos.
- Estableciendo las directrices correctoras si es necesario.
- Aplicando las correcciones y verificando su buen funcionamiento.
- Actualización del contenido de su Web.
- Adaptación continua de las necesidades de su aplicación o Sitio Web.
- Perfeccionamiento de su aplicación

1.4. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

En 1979 el Eco. Michael Porter elaboró un modelo que describe 5 fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de la empresa, también permite conocer el sector industrial teniendo en cuenta varios factores como: el número de clientes y proveedores, la frontera geográfica del mercado, el efecto de los costos de la economía de escala, los canales de distribución para tener acceso a los clientes, el índice de crecimiento del mercado y los cambios tecnológicos. Figura 1.4 muestra la interacción de las Fuerzas de Porter.

Matriz de las Cinco Fuerzas de Porter

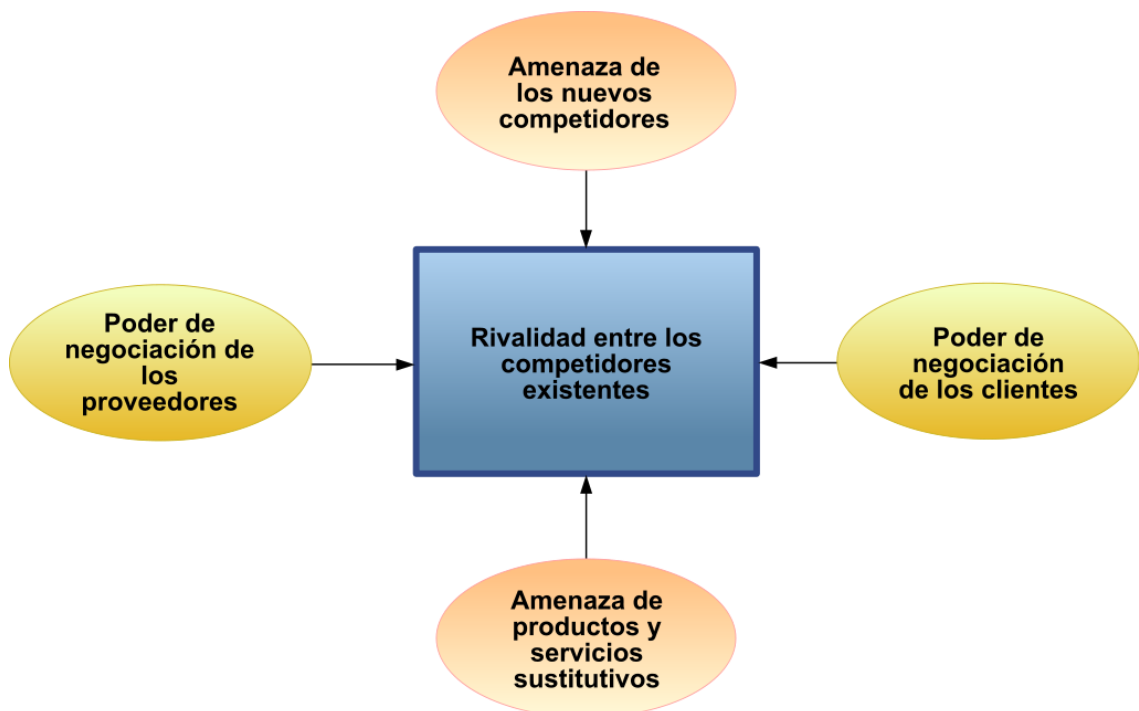


Figura 4 Fuerzas de Porter

Fuente:

http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas

1.4.1. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

En esta parte del análisis se profundiza mucho el Diseño de páginas Web porque con esta frase conocen a la Elaboración de Sitios Web la mayoría de personas.

Actualmente el mercado de proveedores de páginas Web en la ciudad de Quito es competitivo debido a que existe un gran número, sin embargo, podemos destacar la presencia de 5 empresas reconocidas:

- Dejabu.ec
- Designoos.com
- MetroActiva.com
- AlfaDigital.com.ec

- Mooncities.com

A continuación se describe brevemente algunas características, costos, precios de los servicios de elaboración de diseño Web que proveen estas empresas:

Dejabu.ec:

Dejabu.ec es una empresa con dos años de creación en la ciudad de Quito que comercializa Hosting y Elaboración de Sitios Web. Se especializa en el diseño Web de Portales CMS¹⁵ como Joomla, WordPress, osCommerce, PHPNuke, Drupal junto con su mantenimiento. Sin embargo también tiene portales de diseño Web tradicional en HTML y FLASH.

El diseño de páginas Web en CMS son diferentes a los diseños de páginas Web en HTML, el primero sirve para aquellos que desean administrar su contenido y no contar con un mantenimiento de la empresa que le provee este servicios, este es un sistema más fácil de manejar y no requiere de mayor conocimiento, lo que no sucede con las páginas elaboradas en HTML para esta se requiere conocimientos de programación, hasta para actualizar sus textos de las páginas Web.

Servicios que ofrece:

- Diseño de páginas Web
- Hospedaje Web (Hosting)
- Registro de dominios
- Portales para E-commerce
- Posicionamiento Web

Designoos.com:

¹⁵CMS (Content Managment Systems) Sistema de Administración de Contenido.

Es una empresa que nació hace 5 años y se especializa en el diseño y desarrollo de páginas Web, han creado páginas Web tanto para empresas nacionales como internacionales, se dedican también al servicio de asesoramiento en marketing por Internet. Mantienen alianzas con empresas internacionales de Marketing como: Therefore GmbH en Suiza y Sitelicon en Madrid.

Entre los servicios que ofrece están los siguientes:

- Diseño de páginas Web
- Marketing en Internet

MetroActiva.com:

Es una empresa dedicada al diseño de páginas Web estáticas basadas en HTML y en Flash, también páginas Web personalizadas CMS. Actualmente ha utilizado estrategias de publicidad electrónica mediante envío de correos masivos promocionando el sorteo del desarrollo de una página Web gratis.

Servicios:

- Diseño de páginas Web

AlfaDigital.com.ec:

Es una empresa especializada en Diseño Gráfico y Publicidad radicada en Quito desde hace 7 años, ofrece soluciones específicas en el área de diseño de páginas Web, logotipos, imagen corporativa, multimedia, diseño editorial, e-marketing, entre otros. AlfaDigital también cuenta con un asesoramiento al cliente en todo el transcurso del proyecto gráfico, estudian a la competencia, evalúan fuerzas y debilidades, organizan el diseño en proyección a un objetivo definido y de este modo proporcionan al final resultados que fortifiquen la imagen corporativa y productora.

Servicios:

- Diseño de páginas Web
- Publicidad por Internet
- Capacitación

Mooncities.com:

Esta empresa surgió hace 5 años en la ciudad de Quito y actualmente posee un portafolio considerable ya que ha podido ganar mercado, su portafolio es considerable ya que en él se encuentran empresas como: Revista Cosas, Courier Ecuador, etc. A continuación se presentan la tabla 1.3 y 1.4 que contienen las características de los planes de las empresas mencionadas anteriormente con sus respectivos precios:

Tabla 3 Planes A de empresas competidoras

Características	Dejabu	Designos	MetroActiva	AlfaDigital	Mooncities	Gestalt Human
Plantilla HTML	x	x	x	x		x
Plantilla Flash del catálogo					x	
# Número de Páginas	5	4	4	4	6	4
# Imágenes	6					7
# de formularios de contacto.	1	1		1	1	1
Configuración del Mapa	x					
Dominio		x	x	x	x	x
Registro en Buscadores	x				x	x
Hosting	x	x	x	x	x	x
Soporte (Tiempo)	1 año					x
Capacitación		x				
Actualizaciones				x		
# de Correos Electrónicos	10	1		ilimitado		100
Tiempo de Entrega		5 días	10 días			5 días
Precio Total	\$ 2990,95	\$ 1350,00	\$ 2000,00	\$ 3990,00	\$ 4000,00	\$ 2500,00
P1= planes con menor precio x = el plan incluye esa característica. Las celdas en blanco significan que el plan no cuenta con esa característica.						

Tabla 4 Planes B de empresas competidoras.

Características	Rapidito Web	Solucion Visual	Pixel Digital	Visio Net	Gestalt Human
Diseño personalizado	x	x			x
# Número de Páginas	31	10	5	15	30
# Imágenes	20				30
# de Formularios de contactos.	3		1	2	1
Configuración del Mapa	x				
Dominio		x	x	x	x
Registro en Buscadores	x		x	x	x
Hosting	1 año	x	x	x	x
Soporte	Ilimitado				Ilimitado
Auto administrable	x	x			x
Capacitación	8 horas				
Mantenimiento Web			x		
# de Correos Electrónicos	10		Ilimitado		100
Módulos incluidos	4				4
Publicidad Web			x		
Intro y programación Flash			x	x	
Tiempo de Entrega		30 días			15 días
Precio Total	\$ 2899,95	\$ 2280,00	\$ 2899,00	\$ 2740,00	\$2834,00
P2= planes con mayor precio x = el plan incluye esa característica. Las celdas en blanco significan que el plan no cuenta con esa característica.					

1.4.1.1. Análisis comparativo

Luego de haber mencionado algunas de las empresas que representan competencia en la ciudad de Quito para “GestaltHuman Cía. Ltda.”, junto con sus características y los servicios que brindan, se procede a manifestar criterios respecto a lo mencionado.

Dejabu.ec:

Es una empresa que ha sabido ganarse mercado y mantenerse en él gracias a sus dos años de experiencia, factor por el cual es fácil que se la reconozca. Sus clientes son básicamente corporativos y personales, y cuya característica es compartida con “GestaltHuman Cía. Ltda.”

Mooncities.com:

No hay que dejar de lado también a Mooncities que es una empresa con mayor experiencia en el mercado de las páginas Web, actualmente cuenta con un portafolio muy grande de empresas quiteñas que han contratado sus servicios.

MetroActiva.com:

En cambio MetroActiva es la empresa más joven, con apenas 6 meses de existencia en el mercado quiteño, que ha sabido ganarse mercado rápidamente gracias a sus novedosos diseños Web de portales CMS y también por la reciente publicidad a través de envío masivo de correos electrónicos promocionando su sitio y el sorteo de la Elaboración de un Sitio Web gratis.

AlfaDigital.com.ec y Designoos.com:

Con respecto al resto de empresas mencionadas se puede señalar que gozan de un posicionamiento y reconocimiento. Todas y cada una de estas empresas tienen sus propias formas de publicitarse pero básicamente lo realizan a través de buscadores famosos como google, yahoo, MSN, ya que son los más utilizados y los más reconocidos. La lucha entre estas empresas se basa en el precio ya que realizan masivos descuentos, promociones, paquetes que incluyen no solo la creación de un Sitio Web sino también el soporte respectivo.

Tomando en consideración todo lo mencionado y expuesto anteriormente podemos decir que "GestaltHuman Cía. Ltda." tiene grandes posibilidades de ganar o abrirse un mayor espacio en el mercado porque siempre está actualizando su tecnología y mejorando cada vez más sus servicios para estar acorde con las necesidades de los clientes.

1.4.1. AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES

En la actualidad existen varias empresas que ofertan diseño de páginas Web en el mercado quiteño como las mencionadas anteriormente. Sin embargo, la amenaza de que nuevos participantes entren en nuestro Mercado es cada vez mayor, ya que las barreras de entrada son bajas para este mercado, es decir, una empresa o persona natural puede entrar a Internet; colocar su empresa virtual; ofrecer el servicio a un menor costo y tener expectativas de grandes ganancias.

El acceso es fácil, pero para darse a conocer necesita desarrollar una imagen de la empresa, algo que es difícil para todos porque en el mercado quiteño los clientes que contratan estos servicios solicitan todas las garantías posibles puesto que existe una gran desconfianza. Entre los nuevos competidores que podemos mencionar están profesionales del área de sistemas o diseño gráfico, nuevas empresas y personas naturales como aficionados.

1.4.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

“GestaltHuman Cía. Ltda.” cuenta con varios proveedores de servicios, los mismos que podrían dividirse en: tecnológicos y operativos.

Dentro de los proveedores de servicios tecnológicos podemos mencionar a empresas como NIC, empresa nacional que presta servicios de registro de dominios nacionales (.ec), por ejemplo, www.tuemepresa.com.ec. Esta empresa tiene un fuerte poder de negociación puesto que es la única que provee este servicio en el país, sus precios no están regidos por la competencia porque no dispone de rivales, por tal razón la desventaja es grande al momento de querer establecer relaciones de poder de negociación y por lo mismo puede perjudicar a “GestaltHuman Cía. Ltda.” de alguna forma.

Otro de los proveedores de “GestaltHuman Cía. Ltda.” son empresas internacionales como Goddady, Maddogdomains quienes prestan servicios de registro de dominios Internacionales (.com, .net, .info, .org, .edu, etc.) por ejemplo, www.tuempresa.com. A parte de las empresas anteriormente mencionadas la oferta de otras es grande en el mercado Internacional, porque la variación de precios influye en la prestación de este servicio, por lo tanto, si hay un incremento en el precio se puede buscar nuevos proveedores con niveles más bajos del mismo.

En cuanto al poder de negociación de dichas empresas se puede decir que no tienen el control total y se puede escoger otras proveedoras en caso de que incrementen sus precios o exista alguna mala relación. Yrhost es una empresa internacional que presta servicios tecnológicos de hospedaje de sitios Web a “GestaltHuman Cía. Ltda.”. Como ésta muchas otras empresas que brindan el mismo servicio, por este motivo se considera que si se presenta una variación en los precios o costos del servicio se podría cambiar de proveedor sin que exista algún perjuicio para “GestaltHuman Cía. Ltda.” Por lo tanto el poder de negociación de Yrhost no es tan fuerte por la oferta considerable de este tipo de servicio.

Por otro lado están los prestadores de servicios operativos, los mismos que están formados por las instituciones que brindan los servicios básicos (agua, luz, teléfono); por empresas que proveen materiales de oficina y por empresas que proveen Internet como es CNT. Estos grupos no cuentan con poder de negociación, pues la oferta de esto no hace encontrarnos en una situación ventajosa.

1.4.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

La clientela de “GestaltHuman Cía. Ltda.” está enfocada a clientes empresariales de las PYMES, instituciones educativas y público en general.

Todos los clientes de “GestaltHuman Cía. Ltda.” poseen un importante poder de negociación, debido a la gran oferta de servicios informáticos que existe en el mercado, pueden fácilmente cambiarse de proveedor de estos servicios.

Para evitar que los clientes cambien de proveedor de estos servicios es importante dar una buena atención a los clientes, tener presencia de marca corporativa para que los clientes nos recuerden fácilmente, entregar un servicio de calidad.

1.4.4. AMENAZA DE SERVICIOS SUSTITUTOS

En la actualidad no existe un sustituto directo para las páginas Web en el mercado del Internet, pero se lo puede catalogar como sustituto al E-mail – Marketing ya que para ello se necesita elaborar un Diseño de una mini página Web para enviar por correo electrónico a una base de datos de mails. Existen otros servicios complementarios que vienen a realizar las tareas de la página Web como: Flyers, volantes, afiches donde se indiquen los servicios que ofrece la empresa.

1.4.5. TIPO DE SITUACIÓN COMPETITIVA

Para el tipo de situación competitiva se puede considerar las siguientes características del mercado:

- Muchos proveedores de Diseño de páginas Web.
- Incremento del E-mail – Marketing (envío de correo masivo de publicidad).
- Variaciones en los precios de los servicios informáticos.
- Nuevos competidores informales como pueden ser profesionales o egresados de las ramas de sistemas.

Con las características en mención se puede concluir que la empresa se desenvuelve en un mercado caracterizado por la libre competencia y esto da

lugar a que los precios sean determinados considerando la demanda existente.

Matriz de Resumen de análisis de las cinco fuerzas de Porter

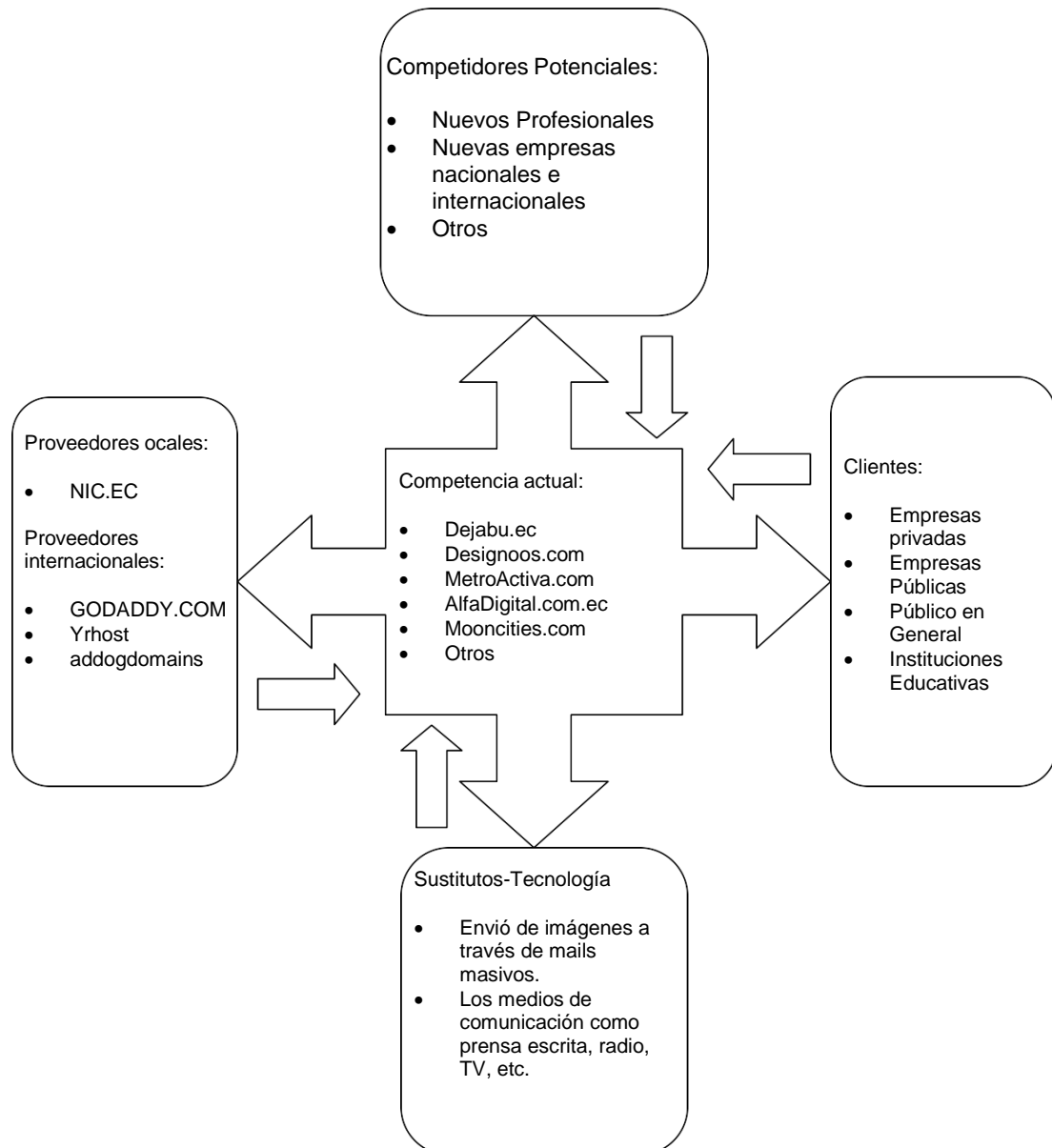


Figura 5 Aplicación fuerzas de Porter

1.5. PANORAMA DE LA INDUSTRIA EN ECUADOR

De acuerdo con la Superintendencia de Telecomunicaciones en el año de 1996 no se registraban un número importante de usuarios de Internet en el país, situación que cambió para el mes de Septiembre del año 2014 ya que se registraron un total de 993.017 nuevos usuarios con lo que se dio a notar que los servicios de valor agregado en el país aumentaban. La tabla 1.5 muestra el registro de los nuevos usuarios de Internet.

Tabla 5 Registro de usuarios en Internet durante el año 2014.

Mes	Cuentas Conmutadas	Cuentas Dedicadas totales	Cuentas totales	Usuarios Conmutados	Usuarios Dedicados totales	Usuarios totales
Enero	138.770	67.848	206.618	538.313	269.691	808.004
Febrero	140.974	68.055	209.029	563.208	269.761	832.969
Marzo	141.267	68.606	209.873	539.256	275.613	814.869
Abril	140.938	68.465	209.403	563.752	272.822	836.574
Mayo	140.926	68.866	209.792	563.704	275.470	839.174
Junio	138.469	70.960	209.429	553.876	286.810	840.686
Julio	213.436	70.449	283.885	614.038	279.080	893.118
Agosto	224.998	85.825	310.823	660.286	332.731	993.017
Septiembre	224.999	85.946	310.945	660.290	332.890	993.180

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

A pesar del crecimiento señalado existen muchas barreras por las que la mayoría de la población no puede acceder a este servicio, entre las que se destacan las siguientes: costo de adquisición del hardware, costo del propio servicio, y la falta de conocimientos para el uso del Internet como un apoyo en el desarrollo de sus actividades ya sean estas estudio, trabajo, etc.

A continuación se muestra una tabla en la que se reflejan las barreras mencionadas: La tabla 1.6 y Figura 1.6 muestran las barreras para el acceso a Internet.

Tabla 6 Usuarios de Internet.

Computadores personales cada 1.000 personas	5,49
Usuarios de Internet (miles)	624,6
Usuarios de Internet por cada 100 personas	4,73
Facilidad de manejo del Internet (población)	4%
Costo promedio del Internet por hora	\$1,00

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

Cuentas Conmutadas vs Cuentas Dedicadas Totales

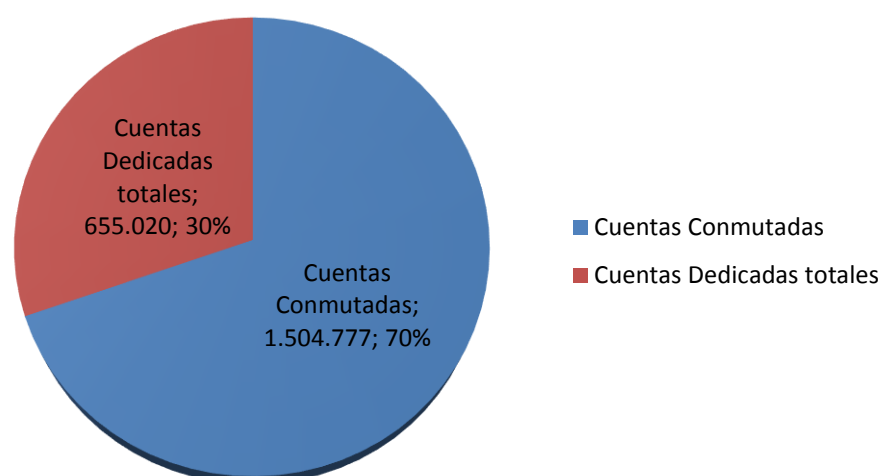


Figura 6 Tipos de cuentas de Internet que ocupan los usuarios.
Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

Cuentas Conmutadas:

Dentro de esta categoría se han incluido todas las cuentas de Internet que para hacer uso del servicio el usuario debe realizar la acción de marcar a un número determinado ya sea a través de las redes de telefonía fija o móvil.

Cuentas Dedicadas:

Son todas aquellas cuentas que no requieren marcar a un número determinado para acceder al servicio como puede ser ADSL, Cable Modem, Radio, etc.

Usuarios Conmutados vs Usuarios Dedicados Totales

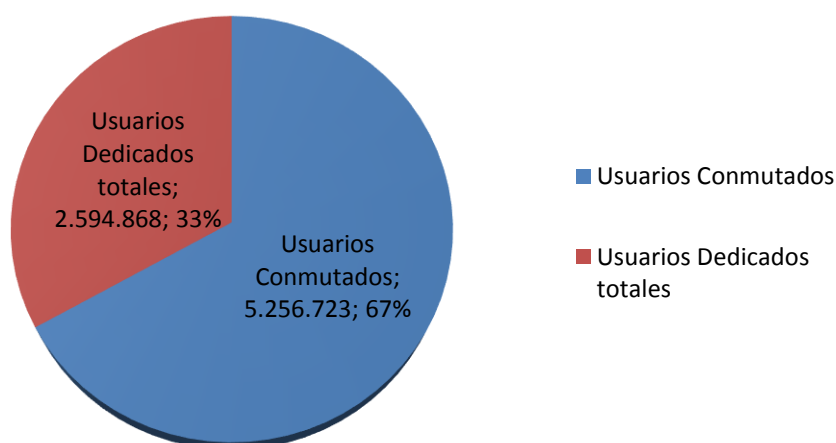


Figura 7 Tipos de usuarios que acceden al Internet.
Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

Usuarios Conmutados:

La Superintendencia de Telecomunicaciones estima que por cada cuenta de este tipo existe 4 usuarios, sin embargo anualmente se revisará este factor con el propósito de disponer estimaciones lo más aproximadas a la realidad.

Usuarios Dedicados:

Son el número total de usuarios que los Proveedores de Servicios de Internet estiman que disponen por sus cuentas dedicadas. Los proveedores de Internet, cubren las principales ciudades del país como Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato entre otras. Sin embargo las barreras mencionadas

anteriormente dificultan el acceso de la población a este servicio, debido principalmente a aspectos económicos.

En la tabla 1.7 se muestra los actuales proveedores principales de Internet con más cuentas y usuarios.

Tabla 7 Principales proveedores de Internet en el país.

Proveedor	Cobertura	Cuentas Totales	Total Usuarios Dedicados
CNT	De acuerdo con el contrato de concesión	60.265	64.288
Telecsa S.A.	Territorio Nacional	40.081	2.590
Suratel	Quito y Guayaquil	32.631	97.666
Punto Net S.A.	Guayaquil, Quito, Loja, Cuenca, Ambato, Riobamba	12.065	18.782
Lutrol	Guayaquil, Quito, Cuenca, Machala, Ambato, Manta	10.473	7.618

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

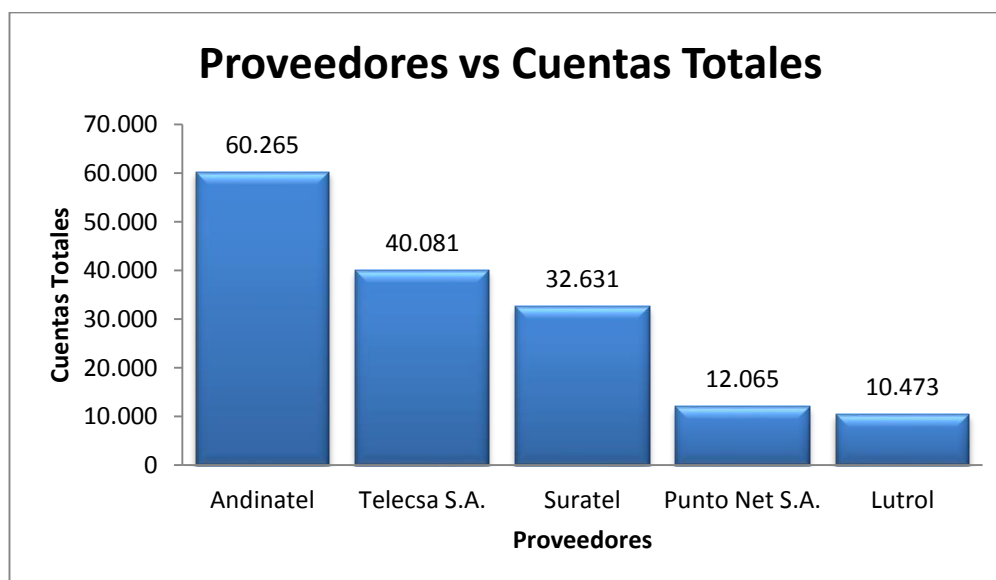


Figura 8 Proveedores vs. Cuentas Totales
Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

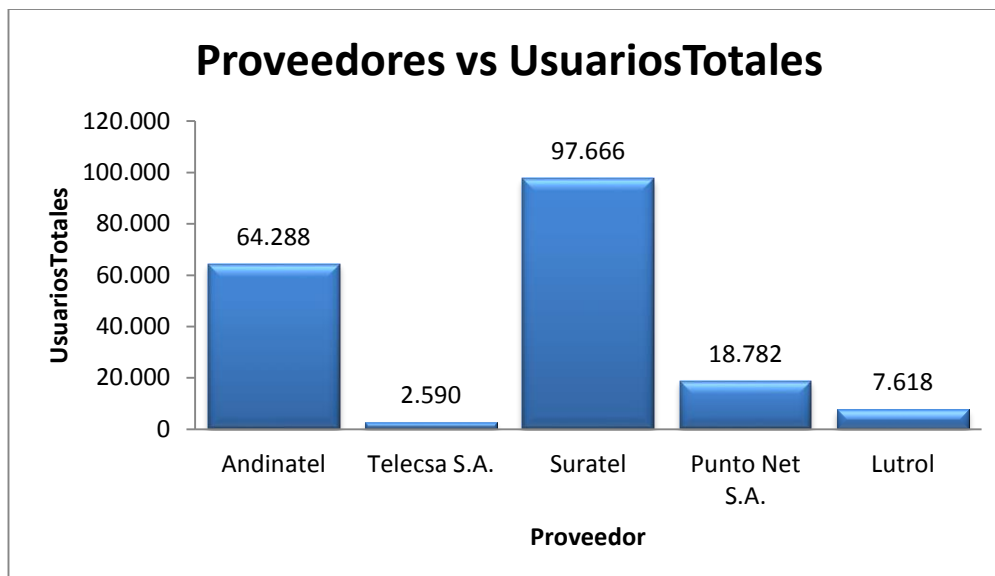


Figura 9 Proveedores vs. Usuarios Totales
Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

En la Figura 1.9 se puede observar que la mayoría de usuarios se encuentra concentrada en pocas operadoras por lo que no se genera una disminución de los costos de acceso.

Actualmente en Ecuador los proveedores de Internet han desarrollado nuevos modelos de servicio a través de la red, por ejemplo, colocan noticias en sus portales con la finalidad de incrementar el tráfico de internautas. Esto genera a su vez una nueva fuente de ingreso derivada de la publicidad que se coloca en los portales. La estrategia es muy parecida a lo que ocurre en las perchas del supermercado, cuando vemos un mismo producto con diferente marca o empaque. A través de esta estrategia, los proveedores ofertan un mismo producto y servicio. También pretenden destacarse dando un poco más, un plus, respecto de lo que el resto ofrece.

A parte de vender sus servicios, el proveedor quiere mostrar al usuario que dispone de más recursos que la competencia. El objetivo es mantener una audiencia cautiva y que no se escape a otro proveedor. La idea es que mediante noticias, descargas o chistes el usuario se fidelice y acceda constantemente al Sitio Web. Además se puede destacar que debido a estos nuevos servicios generados en Internet se ha podido catalogar de distinta

forma a distintos tipos de usuarios. Según El Semanario de Economía y Negocios LIDERES del 23 de abril del 2007 existen cinco tipos de Usuarios que perfilan en el Internet los mismos que mencionamos a continuación en la Tabla 1.8.

Tabla 8 Tipos de Usuarios que perfilan en el Internet

NIÑO DIGITAL
<p>EDAD: de 4 a 12 años NAVEGACIÓN: 3 a 5 horas/día SITIOS: juegos, rompecabezas CARACTERÍSTICAS: pragmático, sensible, de decisiones radicales. Habitado a usar dispositivos tecnológicos. Pasa más tiempo conectado que en interacción con otros niños.</p>
ADOLESCENTE TRAVIESO
<p>EDAD: de 13 a 18 años NAVEGACIÓN: 6 a 8 horas/día SITIOS: juegos en línea CARACTERÍSTICAS: mente abierta, se adapta fácilmente al uso de equipos tecnológicos, individualista, descubridor permanente, provoca cambios en los paradigmas en este campo.</p>
UNIVERSITARIO CURIOSO
<p>EDAD: de 18 a 30 años NAVEGACIÓN: 2 a 4 horas/día SITIOS: buscadores, bibliotecas virtuales, <input type="checkbox"/> chats <input type="checkbox"/> CARACTERÍSTICAS: busca todo en la Red, evita fuentes materiales de información, a veces plagia o piratea información para sus trabajos de facultad.</p>
EMPRESARIO VIRTUAL
<p>EDAD: de 28 a 35 años NAVEGACIÓN: 4 a 7 horas/día SITIOS: portales de información para ejecutivos CARACTERÍSTICAS: lee sobre estrategias de negocios y manejo de personal, 0crea problemas para buscar soluciones en Internet. Su oficina es un puntocom</p>
EMIGRANTE NOSTÁLGICO
<p>EDAD: de 20 a 45 años NAVEGACIÓN: depende del trabajo o del estudio SITIOS: mensajería instantánea, e-mail, diarios país de origen CARACTERÍSTICAS: cuentan anécdotas en sus <input type="checkbox"/>blogs <input type="checkbox"/>y mantienen frecuente comunicación con sus familiares.</p>

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones

CAPÍTULO 2: SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

2.1. HISTORIA DE “GESTALTHUMAN CÍA. LTDA.”

“GestaltHuman Cía. Ltda.” es una empresa ecuatoriana, fundada con el objeto de aportar soluciones de misión crítica para la gestión, administración y control en las ramas de la informática, administración, el comercio, la banca y la industria. Nos especializamos en proveer mecanismos tecnológicos que favorezcan la consolidación del nuevo rol estratégico en la Administración de Recursos Tecnológicos contribuyendo con alternativas para el diseño y desarrollo de páginas web y diseño gráfico.

“GestaltHuman Cía. Ltda.” es el resultado de una alianza estratégica y la suma de energías individuales que demandan multiplicarse progresivamente para lograr objetivos y beneficios mutuos. Somos producto de la acción conjunta de ideales y de la unificación de esfuerzos para abastecer de herramientas tecnológicas y de conocimiento que sirvan como guía y apoyo para el fortalecimiento del diseño y desarrollo de páginas web. Somos profesionales destacados y altamente calificados, varios con estudios de postgrado, muy competitivos y con un excelente perfil ético. Formamos parte de un grupo estratégico con amplia experiencia en tecnologías de la información, gestión del talento humano, banca, industria, y comercio, cuyo lema es trabajar en equipo con nuestros clientes para lograr resultados exitosos dentro de la organización.

Formamos parte de una comunidad de personas íntegras y leales, comprometidas incondicionalmente con la Institución y los principios bajo los cuales nos regimos. “GestaltHuman Cía. Ltda.” ofrece servicios de diseño personalizado, servicio de alojamiento web (hosting), registro de dominios, desarrollo de aplicaciones especiales y nuestra asesoría profesional y técnica antes, durante y después del desarrollo web con herramientas tecnológicas de avanzada con la visión de brindar una solución integral a sus clientes.

Estamos en capacidad de participar en la dirección, el diseño, desarrollo, implementación, producción, soporte, venta y comercialización de soluciones para la gestión, administración y control abordando varias industrias y ámbitos en el mercado. Ofrecemos trabajar con mucha responsabilidad alineados a los objetivos estratégicos de la organización, haciendo un gran esfuerzo por evolucionar día a día garantizando el cumplimiento de los compromisos adquiridos, generando confianza y tranquilidad a nuestros clientes y colaboradores para lograr la completa satisfacción en el servicio.

Organigrama de “GestaltHuman Cía. Ltda.”



Figura 10 Organigrama de “GestaltHuman Cía. Ltda.”

Organización:

La estructura de organización funcional de “GestaltHuman Cía. Ltda.” es la siguiente:

- Presidente
- Gerente General
- Comisarios
- Gerente de Desarrollo e Investigación
- Gerente Administrativo
- Gerente de Mercadotecnia

Las funciones que cumplen cada uno de ellos son las siguientes:

Presidente:

- Las funciones establecidas en la Ley de Compañías del Ecuador y en los Estatutos y Reglamentos de “GestaltHuman Cía. Ltda.”.
- Establece relaciones con empresas.
- Realiza alianzas estratégicas.

Gerente General:

- Las funciones establecidas en la Ley de Compañías del Ecuador y en los Estatutos y Reglamentos de “GestaltHuman Cía. Ltda.”.
- Establece relaciones con empresas.
- Realiza alianzas estratégicas.

Gerente Financiero – Administrativo:

Encargado de coordinar los recursos de la empresa para cumplir los objetivos mediante un proceso de planificación, dirección y control.

Gerente de Marketing

- Investigación de Mercados
- Publicidad y Marketing

- Relaciones públicas.
- Diseño de estrategias de ventas.
- Manejo de la publicidad e imagen de la empresa y sus productos.
- Organización de eventos, ferias y reuniones.
- Ventas
- Establecer planificación de ventas
- Consolidar actividades mercantiles.

Gerente de Investigación y Desarrollo

- Encargado de identificar alternativas tecnológicas.
- Gestiona el desarrollo de los proyectos.
- Planificación las actividades a realizar.
- Llevar a la práctica y ejecutar los planes.
- Motivación, liderato, guía, estímulo y actuación hacia el equipo de “GestaltHuman Cía. Ltda.”.
- Medir, cualitativamente y cuantitativamente la ejecución de las actividades.
- Definen las funciones que debe realizar el Software.

2.2. FILOSOFÍA CORPORATIVA

2.2.1. MISIÓN

“Somos una empresa socialmente responsable que se enfoca en la creación y el desarrollo de Diseño personalizado, servicio de alojamiento web (hosting), registro de dominios, desarrollo de aplicaciones especiales y nuestra asesoría profesional y técnica antes, durante y después del desarrollo web, con el compromiso de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Nos especializamos en proveer herramientas tecnológicas de avanzada que favorezcan la consolidación y gestión de páginas web para las diferentes empresas. Buscamos entregar a nuestros socios de negocios y

colaboradores productos y servicios de alto valor agregado con los más elevados estándares de calidad, alineados a los principios corporativos y de responsabilidad social para con nosotros mismos y nuestro entorno.”

2.2.1.1. Propuesta de misión

“Somos una empresa socialmente responsable que aporta en la búsqueda de soluciones integrales para nuestros clientes. Nos especializamos en proveer avanzadas herramientas informáticas buscando entregar productos y servicios de alto valor agregado, con los más elevados estándares de calidad.”

2.2.2. VISIÓN

“GestaltHuman quiere ser reconocida a nivel nacional como una empresa líder en la dirección y el suministro de soluciones integrales y herramientas tecnológicas de avanzada que favorezcan la consolidación de los objetivos estratégicos de la Institución, contribuyendo especialmente en la creación de páginas web antes, durante y después del desarrollo web”

2.2.2.1. Propuesta de visión

“Al año 2020, se posicionará a nivel nacional como una empresa líder en el sector informático, brindad soluciones integrales para el desarrollo del Talento Intelectual y Humano de las Organizaciones.”

2.2.3. VALORES CORPORATIVOS

Nuestros valores describen nuestra cultura y la imagen que deseamos proyectar, se establecen como preceptos inquebrantables que administramos con pasión como motores del desarrollo de nuestra actividad. Nuestros valores nos distinguen y nos permiten ser mejores cada día.

Se sustentan en 5 pilares fundamentales:

- 1) **Honestidad y Confidencialidad:** Dada la naturaleza de la información que se nos comparte y que es la base para desarrollar nuestra labor, nos vemos obligados a hacer de estos dos valores la esencia de nuestro trabajo.
- 2) **Respeto:** Como base fundamental para una convivencia sana y pacífica. Promovemos el respeto a las leyes, a las normas sociales e institucionales, a nuestros semejantes y a nosotros mismos.
- 3) **Aprendizaje:** Nuestra participación directa en todas las actividades de los diferentes proyectos nos permite conocer situaciones y entornos propios de cada organización, asimilando conocimientos y experiencia útiles para hacer de nuestras recomendaciones las mejores y de mayor utilidad posibles.
- 4) **Compromiso:** Nuestro compromiso va más allá de cumplir con una obligación, es poner en juego nuestras capacidades para sacar adelante todo aquello que se nos ha confiado.
- 5) **Orientación al logro:** Uno de los objetivos al iniciar cualquier proyecto es cumplir el trabajo con índices de excelencia, esforzándonos constantemente por superar estándares y conseguir los resultados esperados a en un corto plazo con innovación permanente.

2.2.1. OBJETIVOS

- **Corto plazo:** Enfocar nuestros esfuerzos a mejorar y fortalecer los lazos comerciales de nuestros clientes con su mercado a través de Páginas Web.
- **Mediano plazo:** Proveer la última tecnología en servicios de Hosting y correo electrónico para nuestros clientes, mejorando el uso de las

TIC en su organización.

- Largo plazo: Innovar y alcanzar nuevas metas comerciales que permitan un posicionamiento adecuado en ambientes Web, dando paso al crecimiento competitivo con empresas similares a nivel mundial.

2.3. SERVICIO, PRECIO, PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

2.3.1. SERVICIO ACTUAL

“GestaltHuman Cía. Ltda.” actualmente cuenta con suficiente capacidad tecnológica para brindar los siguientes servicios:

- Diseño de páginas Web
- Servicios de hosting
- Registro de Dominios
- Correo corporativo
- Publicidad a través de portales interactivos
- Desarrollo de software a la medida

Elaboración de Sitios Web o Diseño de páginas Web:

Este servicio consiste en elaborar ciertas páginas Web con información de la empresa, institución, personas naturales, etc., que requiera de nuestros servicios para hacerse conocer en el mercado, sea este nacional e internacional.

Servicios de Alojamiento Web (hosting):

Este servicio consiste en alojar Sitios Web de individuos y empresas, en donde pueden almacenar información, imágenes, videos o cualquier contenido accesible vía Internet.

Venta de dominios (direcciones electrónicas):

Un dominio es básicamente una dirección de Internet (www.tuempresa.com). Si se adquiere un dominio, se obtiene una exclusividad para usar dicha dirección en todo el mundo. Tener un dominio proporciona un nombre fácil de recordar, mejor imagen para los visitantes y facilita intercambios comerciales.

Publicidad a través de portales interactivos:

La publicidad en Internet ofrece nuevas maneras de anunciar, controlar, y dirigir los distintos productos y servicios. A diferencia de la publicidad convencional en radio, televisión o prensa escrita, en Internet se puede tener conocimiento de cada una de las personas que visualizan cierto anuncio, esto permite conocer el nivel de reconocimiento que tiene o puede llegar a tener una empresa a través de un determinado producto, porque con un solo click se registran las visitas realizadas en el respectivo Sitio Web.

Correo electrónico corporativo:

A través de estos servicios se puede proporcionar cuentas de correos electrónicos a los diferentes departamentos, áreas, empleados o personal en general, garantizando una mayor agilidad en la comunicación interna y en el desenvolvimiento de las actividades de la empresa.

Desarrollo de software a la medida:

Con respecto a la elaboración de software la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda.” ha desarrollado varias aplicaciones como:

- Tímbralo: Sistema de control de asistencia de personal
- Sysgemu: Sistema de control de multas
- Míralo: consiste en un generador de vistas 360 grados.

Además de las aplicaciones mencionadas, la empresa cuenta con un gran proyecto: ecuadorMusical.com, es un Sitio Web importante para la empresa en la venta de publicidad.

También comprende la base de un modelo de negocio por Internet, que consiste en colocar contenido fresco sobre productos, servicios, promociones, etc., de los clientes en general, para que varios internautas al visitar el portal generen comunidades de miles de personas que observen las propagandas publicitarias y de esta manera los clientes puedan aumentar o generar su reconocimiento en el mercado.

La empresa persigue otros grandes proyectos que no los ha podido realizar debido a la gran inversión que requieren, entre ellos está: ecuadordeCerca.com, que es un Sistema Web enfocado hacia el turismo en Ecuador, Prodivas que es un sistema Web para promocionar modelos, Ligas Barriales un sistema para la gestión de las ligas barriales, estos y más proyectos son metas que se quieren alcanzar y poner en marcha una vez que la empresa disponga del presupuesto necesario.

Por el momento, las aplicaciones tímbralo y Sysgemu no se han lanzado al mercado porque aún se encuentran en etapa de prueba, la misma que se está llevando a cabo a través de su uso en “GestaltHuman Cía. Ltda.” como controladores del ingreso del personal.

2.3.2. PRECIOS

Tabla 9 Precios y características del diseño de Sitios Web

Plan Profesional	Paquete Diseño web auto administrable Portal CMS + Hosting + Dominio	Paquete Diseño web Personalizado
Diseño Web profesional con una Plantilla.	Portal dinámico con capacidad para administrar su información	Portal dinámico con capacidad para administrar su información
5 páginas de contenido	1 Plantilla para Diseño Visual	Personalización de Diseño Visual en una plantilla
Formulario de contacto	Adaptación de la Plantilla: Logotipo, 30 Imágenes, Botones y Menús.	Adaptación de la Plantilla: Logotipo, 45 Imágenes, Botones y Menús.
Edición y optimización de 7 imágenes para Internet	Configuraciones 30 páginas 1 de inicio el resto secundarias.	Configuraciones 40 páginas 1 de inicio el resto secundarias.
Edición y digitación de contenido	Configuración de 1 formulario de contacto o productos.	Configuración de 1 formulario de contacto o productos.
Optimización de página Web para indexación en buscadores	Edición y digitación de contenido	Edición y digitación de contenido
1 Hosting por 1 año	Indexación en Buscadores	Indexación en Buscadores
300 MB de espacio	Instalación y configuración de 2 módulos	Instalación y configuración de 4 módulos
3000 MB de transferencia	Dominio Internacional (.com, .net, .org, etc.)	Dominio Internacional (.com, .net, .org, etc.)
100 cuentas de correo electrónico	Hosting 1 año: Plan UM-1 300 MB, 3GB Data Transfer, 100 cuentas de correo electrónico, Cpanel, sub dominios ilimitados.	Montar Sitio en Internet
1 dominios (www.suempresa.com)	Configuración de la Base de Datos y módulo PHP MySQL de Joomla.	Hosting 1 año: Plan UM-1 300 MB, 3GB Data Transfer, 100 cuentas de correo electrónico, Cpanel, sub dominios ilimitados.
Registro en Motores de búsqueda	Configuración módulo de Administración, permiso de usuarios, extensiones necesarias.	Configuración de la Base de Datos y módulo PHP MySQL de Joomla.
Soporte de Técnico especializado	Extensiones incluidas: Comentarios, Boletines electrónicos, Estadísticas.	Configuración módulo de Administración, permiso de usuarios, extensiones necesarias.
Asistencia vía Chat	Soporte técnico especializado	Extensiones incluidas: Comentarios, Boletines electrónicos, Estadísticas.
Manual de uso de hosting	Asistencia vía Chat	Soporte técnico especializado, Asistencia vía Chat
FAQ	Manual de uso de hosting	Manual de uso de hosting
HelpDesk	FAQ, HelpDesk	FAQ, HelpDesk
Precio final 2500,00 USD	Precio final 3334,86 USD	Precio final 4300,00 USD

Plan Profesional:

Este paquete tiene como característica principal que es una página Web estática informativa y no auto administrable, la diferencia entre ambas es que, las páginas Web estáticas para su mantenimiento requieren de una persona técnica con conocimientos de lenguajes de programación, lo que no sucede con las páginas Web auto administrables porque en éstas cualquier persona con una capacitación básica y sin tener conocimientos técnicos puede realizar el mantenimiento.

Paquetes de páginas Web auto administrables:

Actualmente la empresa no dispone de planes de Diseño Web administrables, debido a ciertos inconvenientes que se presentan al momento en que los clientes solicitan estas páginas Web auto administrables, pues la mayoría muchas veces solicita diseños con varias aplicaciones diferentes y por el momento no se tiene modelos estándar que sirva como referencia para este tipo de páginas, complicándose de esta manera el cálculo del costo y diseño del mismo.

A pesar de lo mencionado anteriormente “GestaltHuman Cía. Ltda.” ha planteado los paquetes de diseño de páginas Web auto administrables y personalizados, junto con algunas de las características que las comprenden y que se los presentó en la Tabla 2.1.

Para garantizar una mejor atención a los clientes que adquirieron páginas Web estáticas, la empresa plantea a los mismos, algunas alternativas de mantenimiento con sus respectivos precios y se los presenta a continuación en la Tabla 2.2.

Tabla 10 Tarifas de Mantenimiento

Servicio de mantenimiento	Precio USD
Página (1 Imagen y 1 hoja de texto)	\$ 10,00
Página en Flash (1 Imagen y 1 hoja de texto)	\$ 15,00
Traducción a ingles de 1 hoja de texto	\$ 5,00
Imagen adicional	\$ 4,00
Edición de imagen	\$ 10,00
Captura de imágenes (1-5 o 1 hora) Incluye viáticos en la ciudad de Quito	\$ 35,00
Vistas 360	\$ 35,00
Video	\$ 10,00
Intro (5 – 15 segundos, sonido, 5 imágenes, logo)	\$ 100,00
Crear o editar Animación (flash, gif)	\$ 30,00
Diseño Web único	\$ 700,00

Para poder publicar una página Web se necesita del servicio de hosting, este se caracteriza por no ser obligatorio, es decir, el cliente decide si adquiere o no dicho servicio en la misma empresa o busca otro proveedor.

Tomando en consideración lo mencionado “GestaltHuman Cía. Ltda.” pone a disposición los costos y características del mencionado servicio en la Tabla 2.3.

Tabla 11 Precios y características de hosting

Características	Plan UM- I	Plan UM- II	Plan UM- III	Plan UM- IV
Anual (12 meses)	\$ 30	\$ 55	\$ 99	\$ 195
Semestral (6 meses)	\$17,25	\$31,60	\$ 52	\$102,50
Trimestral (3 meses)	\$ 9	\$16,50	\$27,5	\$53,50
Mensual	\$ 3	\$5,50	\$9,5	\$18,60
Costo de Instalación	\$0	\$0	\$0	\$0
Espacio en Disco	300 MB	500 MB	1.000 MB	2.000 MB
Transferencia Mensual	3.000 MB	5.500 MB	11.000 MB	22.000 MB
Dominios permitidos para hospedar	1	2	2	3
# de cuentas de correo electrónico	100	250	Ilimitado	Ilimitado
Cantidad de cuentas FTP	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado
Subdominios	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado
CGI Bin	*	*	*	*
PHP5	*	*	*	*
Listas de Correo (Mailman Mailing List)	1	2	3	5
Extensiones Frontpage	*	*	*	*
Cantidad de Base de Datos MySQL	5	10	Ilimitado	Ilimitado
Alias de E-Mail	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado
Redireccionadores de E-Mail	*	*	*	*
Auto Contestadores de E-Mail	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado
Soporte Técnico	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis
24x7 Soporte vía E-mail	*	*	*	*

Toda página Web necesita ser identificada con una dirección electrónica para que su búsqueda sea rápida y ágil en la red, por eso “GestaltHuman Cía. Ltda.” propone al mercado los siguientes costos presentados en la Tabla 2.4.

Tabla 12 Precios de Dominios

Tipo	Precio
.com .net .org .biz .info .ws .name	\$13,99
.com.ec - .net.ec - .org.ec - .edu.ec - .ec	\$50,00

De la misma forma en que los clientes pueden requerir de una página Web para ser reconocidos, pueden necesitar que su clientela tenga una herramienta eficaz para comunicarse con ellos, considerando este aspecto “GestaltHuman Cía. Ltda.” propone los siguientes precios, en la Tabla 2.5.

Tabla 13 Precios de Correos electrónicos para el público

Planes de Correo Electrónico	M-150	M-300	M-500	M-1000	M-2000
Anual (12 meses)	\$29,99	\$43,99	\$68,99	\$112,99	\$208,99
Costo de Instalación	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Espacio en Disco	150 MB	300 MB	500 MB	1.000 MB	2.000 MB
Transferencia Mensual	1.600 MB	3.000 MB	5.500 MB	11.000 MB	22.000 MB
Dominios incluidos	1	1	1	1	1
# máximo de cuentas de correo	25	100	250	Ilimitado	Ilimitado

Precios de planes de publicidad

Para este servicio “GestaltHuman Cía. Ltda.” cuenta con un portal interactivo denominado ecuadorMusical.com Sitio Web que apoya, difunde y promociona cantantes ecuatorianos de todos los géneros y también cuenta con una radio en línea para pasar cuñas publicitarias en el programa radial llamado Gente de Oi. El portal dispone de varios espacios publicitarios en todas las secciones de cada uno de ellos. En los Anexos 1.1 a 1.4 se

presentan las imágenes de la página ecuadorMusical.com, allí se observan los diferentes espacios con los que el portal cuenta para publicidad. Entonces, como se mencionó anteriormente el servicio de publicidad se realiza básicamente a través de este portal, y se lo aplica a cualquier tipo de cliente. A continuación se muestra en la Tabla 2.6 un plan de publicidad con sus respectivas características y precios, para el caso de empresas de entretenimiento como son:

Tabla 14 Planes de publicidad

Plan I	Plan II	Plan III
4 cuñas al mes en el programa radial gente de oi transmitido en ecuadorMusical.com Radio.	4 cuñas al mes en el programa radial gente de oi transmitido en ecuadorMusical.com Radio.	8 menciones al mes en el programa radial gente de oi transmitido en ecuadorMusical.com Radio.
8 menciones al mes en el programa radial gente de oi transmitido en ecuadorMusical.com Radio.	4 menciones al mes en el programa radial gente de oi transmitido en ecuadorMusical.com Radio.	4350 visualizaciones del anuncio animado de 200 x 200 píxeles en todas las secciones de ecuadormusical.com (Zona C).
4350 visualizaciones del anuncio animado de 728 x 90 píxeles en todas las secciones de ecuadormusical.com (Zona A).	3150 visualizaciones del anuncio animado de 200 x 200 píxeles en todas las secciones de ecuadormusical.com (Zona B).	1140 visualizaciones del anuncio animado de 728 x 90 píxeles en todas las secciones de ecuadormusical.com (Zona B).
20400 visualizaciones del anuncio animado de 200 x 200 píxeles en todas las secciones de ecuadormusical.com (Zona A).	21150 visualizaciones del anuncio animado de 234 x 60 píxeles en todas las secciones de ecuadormusical.com (Zona B).	Envío de 1 mensaje publicitario por correo electrónico a 2500 usuarios registrados de ecuadorMusical.com
Envío de 1 mensaje publicitario por correo electrónico a 2500 usuarios registrados de ecuadorMusical.com	Envío de 1 mensaje publicitario por correo electrónico a 2500 usuarios registrados de ecuadorMusical.com	
Precio: 120 USD / mes	Precio: 85 USD / mes	Precio: 50 USD / mes

2.3.3. PROMOCIÓN

Actualmente “GestaltHuman Cía. Ltda.” cuenta con una promoción de diseño de páginas Web desde 1250 dólares, ideal para empresas que no disponen de mucho presupuesto destinado a este servicio. De igual manera los clientes tienen la facilidad de escoger funcionalidades a su página Web como Galerías de imágenes, foros, comentarios, boletines electrónicos, entre otros, con una tarifa adicional.

A más de la promoción de las páginas Web, la empresa dispone de promociones de publicidad por Internet:

- Por contrato de cualquier plan, por al menos 3 meses, gratis la elaboración de los banners para los anuncios gratis.
- Por contrato de cualquier plan, por al menos 3 meses, gratis la elaboración de una mini página Web detallando su producto y/o servicios en caso de no disponer de una.
- Por contrato de cualquier plan por al menos 3 meses gratis la elaboración de la cuña.
- Por contrato de 6 meses un publibreportaje en ecuadorMusical.com.

Además tiene los siguientes descuentos:

Tabla 15 Descuentos en el servicio de publicidad

Meses	Descuento
2-3	5%
4-6	10%
7-9	15%
10-12	20%

2.3.4. DISTRIBUCIÓN

La empresa para brindar su servicio hace uso de un canal de distribución directo, el Internet, por lo cual la distribución se realiza directamente para empresas y personas naturales que soliciten nuestros servicios. A continuación se representa el canal de distribución directo en la Figura 2.2:

Canal de distribución directo

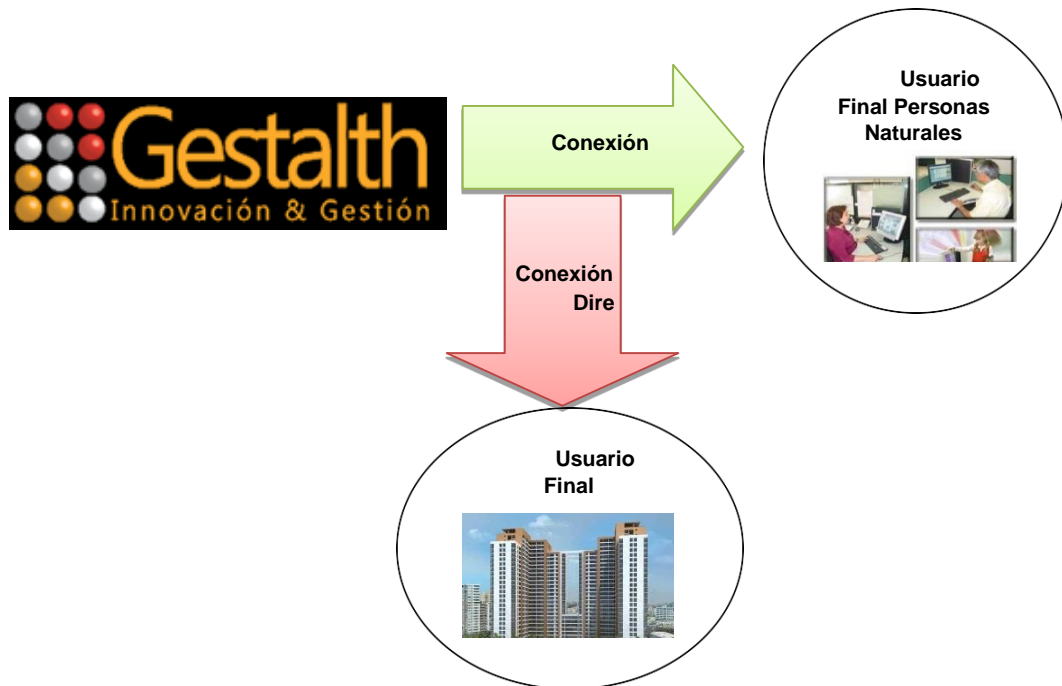


Figura 11 Canal de Distribución.

CAPÍTULO 3: ESTUDIO DE MERCADO

3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Según Naresh Malhotra la investigación de mercados es "la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia".

3.2. EL PROBLEMA

“GestaltHuman Cía. Ltda.” no ha sabido enfocar adecuadamente estrategias que le permitan posicionarse en el mercado de la ciudad De Quito.

3.3. NECESIDAD

La empresa “GestaltHuman Cía. Ltda” no cuenta con la suficiente publicidad, para atraer e incentivar el uso de sus servicios informáticos, debido a que únicamente se le ha dado importancia a ofertar su portafolio de servicios a empresas específicas y que son muy pocas en un mercado que tiene una variedad de competidores. Es por ello que esta empresa cuenta con la necesidad de fomentar nuevas formas de promocionarse y darse a conocer para lograr diferenciarse y sobresalir ante la competencia.

3.4. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Actualmente “GestaltHuman Cía. Ltda.” es reconocida como Compañía Limitada ante la Superintendencia de Compañías y constituida legalmente sin embargo, se enfrenta a un crecimiento lento ya que es una empresa joven en el mercado lo que dificulta su reconocimiento ante los usuarios potenciales. Debido a esta situación basándonos en la definición del problema se hace presente la necesidad de realizar un estudio de mercado para conocer la demanda y oferta de servicios informáticos, delimitándonos al servicio de elaboración de sitios Web en la ciudad de Quito.

Con los resultados que se genere de la investigación de mercados la empresa podrá tomar decisiones adecuadas para la elaboración de un plan estratégico de Marketing que se ajuste a cumplir las necesidades de la empresa.

3.5. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

Conocer la situación real que experimenta la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda”, con la intención de impulsar el uso de servicios tecnológicos en la ciudad de Quito, mediante la participación activa y protagónica de su portafolio de servicios para lograr satisfacer de mejor manera las necesidades que tengan nuestros futuros y potenciales clientes. Además de ofrecer opciones diferentes y dar un plus para que nuestros potenciales clientes se sientan satisfechos y tranquilos, y sobre todo generar confianza en ellos permitiéndoles creer en que este servicio hará que se desarrolle su negocio y se incrementen sus utilidades.

Todo esto será posible mediante la creación de este Plan de Marketing, el cual promoverá el desarrollo sostenible de la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda”, orientándose a garantizar el manejo adecuado de los recursos con los que cuenta la empresa.

3.6. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La ciudad de Quito cuenta con infinidad de empresas que cuentan con el servicio la creación de páginas Web, hosting, dominios y principalmente publicidad a través de Internet, los cuales son adquiridos por una gran cantidad de personas tanto naturales como jurídicas.

Pero existen empresas y personas que aún no saben que contar con esta herramienta puede beneficiar a incrementar su actividad económica, ya que no se les ha brindado la suficiente atención para divulgar su existencia, logrando que con el paso del tiempo se hayan quedado rezagadas, ya que estamos en la era de la tecnología y el no estar en la Web, hoy por hoy, es no estar dentro del mercado.

3.7. OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

3.7.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer la demanda de las empresas de la ciudad de Quito y sus necesidades en el campo informático para promocionar eficiente y eficazmente los servicios de “GestaltHuman Cía. Ltda”

3.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- O1. Conocer qué porcentaje de las empresas quiteñas estarían dispuestas a contratar el servicio de Diseño de páginas Web.
- O2. Conocer el porcentaje de empresas que ya disponen de un Sitio Web en el Internet.

- O3. Conocer si los proveedores de sitios Web existentes en el mercado satisfacen las necesidades o expectativas de los demandantes.
- O4. Establecer qué resultados esperan obtener las empresas mediante el uso de las páginas Web.
- O5. Conocer las características principales que se consideran para contratar a los proveedores de Diseño de páginas Web.

3.7.3. HIPÓTESIS

- Las empresas de Quito requieren darse a conocer en nuevos mercados como la Web para hacer presencia en el Internet por tanto estarían dispuestos a contratar los servicios de páginas Web.
- Toda empresa está dispuesta a invertir en el diseño de páginas Web con el fin de promocionarse y mejorar la atención de sus clientes.
- Las empresas de la ciudad no se encuentran conformes con sus proveedores del servicio de páginas Web.

3.8. ÉTICA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es con fines académicos para graduación, para lo cual se tratará este tema con absoluta discreción y la seriedad que esto lo requiere. Todos los datos obtenidos en la investigación serán reales y exclusivamente para el desarrollo de la presente investigación. El investigador mantendrá la debida prudencia, responsabilidad y puntualidad en la misma.

3.9. METODOLOGÍA

3.9.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

En presente proyecto se utilizará la investigación descriptiva a través de la encuesta.

Investigación Descriptiva:

Según Taylor, la investigación descriptiva caracteriza los fenómenos del mercado, determina la asociación entre variables y predice los futuros fenómenos del mercado. En este tipo de estudios se utiliza el diseño de investigación por encuestas.

De ésta manera se obtendrá la información necesaria para definir si la implementación de un Plan de Marketing servirá de ayuda para satisfacer las necesidades del mercado.

3.9.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la presente propuesta se acudirá a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer la demanda de información del mismo. Dentro de esta investigación utilizaremos las siguientes fuentes de información:

Fuentes de Información Secundaria:

Son datos reunidos con otros fines a la investigación actual, pero que aportan datos capaces de vislumbrar el panorama de un problema. Bounocore (1980) las define como aquellas que “contienen datos o informaciones reelaboradas y sintetizadas”.

Mismas que serán de utilidad para realizar el análisis univariado a través del comparativo de investigaciones anteriores.

- Organismos Nacionales
- Artículos Digitales
- Blogs
- Páginas Web
- Libros especializados
- Investigaciones y publicaciones en internet

Fuentes de Información Primaria

- La encuesta, para la cual se diseñará un cuestionario con preguntas relacionadas al mercado turístico cultural.

3.10. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.10.1. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizará en la ciudad de Quito y los valles de Tumbaco, Cumbaya y Los Chillos.

Tabla 16 Número de Habitantes en la ciudad de Quito

Variable	Elemento
Geográfica	Provincia: Pichincha
	Ciudad: Quito
	Habitantes: 2'239.191

Fuente: INEC (Censo 2010)

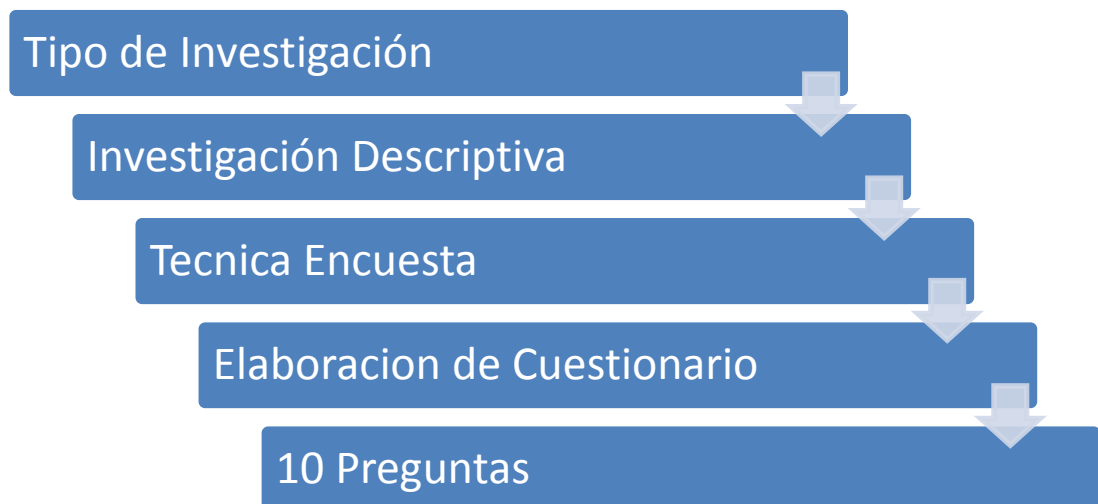
3.10.2. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

3.10.2.1. Encuesta

De acuerdo a MALHOTRA la encuesta es un cuestionario estructurado que se aplica a la muestra de una población, y está diseñado para obtener información específica de los participantes.

El tipo de encuesta que se aplicará será la encuesta web que es una encuesta electrónica realizada en internet a partir de las respuestas aportadas por los usuarios en un sitio web.

Se realizará la aplicación de la encuesta con el fin de obtener información acerca de las preferencias, comportamiento del consumidor frente a las opciones existentes de turismo cultural en la ciudad de Quito.



3.10.3. DISEÑO DE LA HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.10.3.1. Matriz de planteamiento de cuestionario

Tabla 17 Matriz de cuestionario

PREGUNTA	ALTERNATIVA DE RESPUESTA	MEDIDA DE ESCALA	OBJETIVO
1.- ¿La empresa cuenta con una página Web?	SI NO	ORDINAL	O2
2.- ¿Estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web?	SI NO	ORDINAL	O1
3.- ¿Está satisfecho con los resultados obtenidos de su página Web?	SI NO	ORDINAL	O4
4.- ¿Cuenta la empresa con un mail o correo electrónico?	SI NO	ORDINAL	O1
5.- ¿Con cuántas cuentas de correo electrónico dispone la empresa?	1 - 5 6 - 10 más de 10	INTERVALO	O1
6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web, si aún no dispone de este servicio?	Menos de \$250 De \$251 a \$500 De \$501 a \$750 De \$751 a \$1.000 De \$1.000 en adelante	INTERVALO	O1
7.- ¿Conoce usted las siguientes empresas que realizan el servicio de páginas Web?	Dejabu.ec Designoos.com MetroActiva.com AlfaDigital.com.ec Mooncities.com GestaltHuman	NOMINAL	O3

8.- ¿Ha contratado alguna vez los servicios de las empresas anteriormente mencionadas?	SI NO	ORDINAL	O3
9.- ¿Por cuáles medios de comunicación le gustaría informarse de los servicios que ofrece la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda”?	Internet: Redes Sociales e-mail Anuncios Electrónicos Flyers: Ferias Calles Centros Comerciales Radio: AM FM Prensa: Periódicos Revistas Libros Especializados Televisión: Noticieros Farándula Entretenimiento	NOMINAL	O5
10.- ¿Qué factores influyen en la decisión para contratar un proveedor del servicio de páginas Web?	Precio Experiencia Prestigio Calidad del servicio Todas las anteriores	NOMINAL	O5

Fuente: INEC (Censo 2010)

3.10.4. POBLACIÓN

También llamada universo o colectivo, es el conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan unas de las observaciones. La población es el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones (hacer inferencia).

Normalmente es demasiado grande para poder abarcarlo. Por lo tanto para esta investigación de mercados se segmentará a la población total.

3.10.4.1. Segmentación de Mercado Meta

La segmentación de mercado es el proceso que permite dividir el mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

Perfil Geográfico:

Para realizar la investigación de mercado, se tomó en cuenta, el siguiente perfil geográfico:

- Provincia: Pichincha.
- Cantón: Quito.
- Distrito Metropolitano de Quito.
- Zonas: Norte, centro y sur.

Perfil Demográfico

El perfil demográfico que se empleó para realizar la investigación de mercados fue:

- Población económicamente activa del Distrito Metropolitano de Quito.
- Edad: 18 hasta los 65 años.
- Género: Masculino y femenino.

3.10.4.2. Muestra

La muestra es una parte representativa de la población o un conjunto de unidades que se toma con el objetivo de investigar las propiedades de la población o conjunto original.

Se tomará un nivel de confianza del 95%, lo cual proporcionará en la tabla Z un valor de 1.96. Cuando se determina que el grado de confianza es el 95% se contará con un margen de error del 5% para el cálculo.

Donde se determinó el valor de p y q, que son:

$$p = 0,80$$

$$q = 0,20$$

Tamaño de la muestra:

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

$$N = 1327205$$

$$z = 1,96 \text{ (95\%)}$$

$$p = 0,80$$

$$q = 0,20$$

$$e = 0,05$$

$$n = \frac{1327205 * 1,96^2 * 0,80 * 0,20}{0,05^2 * (1327205 - 1) + 1,96^2 * 0,80 * 0,20}$$

$$n = \frac{815.774,52}{3.318,62}$$

$$n = 245,82 \approx 246$$

Se procederá a realizar 246 encuestas

3.10.5. ENCUESTA PILOTO

Tabla 18 Matriz de Prueba Piloto

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE ENCUESTA PARA ANALIZAR LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS CLIENTES RESPECTO A LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LOS PROVEEDOR DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS OBJETIVO: Conocer la demanda de las empresas de la ciudad de Quito y sus necesidades en el campo informático para promocionar eficiente y eficazmente los servicios de "GestaltHuman Cía. Ltda"			
1.- ¿La empresa cuenta con una página Web?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
2.- ¿Estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
3.- ¿Está satisfecho con los resultados obtenidos de su página Web?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
4.- ¿Cuenta la empresa con un mail o correo electrónico?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
5.- ¿Con cuántas cuentas de correo electrónico dispone la empresa?			
de 1 a 5	<input type="checkbox"/>	de 6 a 10	<input type="checkbox"/>
		más de 10	<input type="checkbox"/>
6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web?			
De \$1500 a \$2000	<input type="checkbox"/>	De \$2001 a \$2500	<input type="checkbox"/>
		De \$2501 a \$3000	<input type="checkbox"/>
De \$3000 a \$4000	<input type="checkbox"/>	De \$4000 en adelante	<input type="checkbox"/>
7.- ¿Conoce usted las siguientes empresas que realizan el servicio de páginas Web?			
Dejabu.com	<input type="checkbox"/>	Designoos.com	<input type="checkbox"/>
		MetroActiva.com	<input type="checkbox"/>
AlfaDigital.com.ec	<input type="checkbox"/>	Mooncities.com	<input type="checkbox"/>
		GestaltHuman	<input type="checkbox"/>
8.- ¿Ha contratado alguna vez los servicios de las empresas anteriormente mencionadas?			
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
9.- ¿Por cuáles medios de comunicación le gustaría informarse de los servicios que ofrece la empresa "GestaltHuman Cía. Ltda"?			
Internet	<input type="checkbox"/>	Flyers	<input type="checkbox"/>
		Televisión	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Prensa	<input type="checkbox"/>
10.- ¿Qué factores influyen en la decisión para contratar un proveedor del servicio de páginas Web?			
Precio	<input type="checkbox"/>	Experiencia	<input type="checkbox"/>
Prestigio	<input type="checkbox"/>	Recomendación	<input type="checkbox"/>

3.10.5.1. Análisis Encuesta Piloto

Con la encuesta piloto se pudo determinar algunos errores, los cuales fueron corregidos para la encuesta final, las correcciones se realizó en las siguientes preguntas:

- Pregunta 2: Cambio la estructura de la pregunta porque ocasionó confusión en los encuestados y se convirtió en pregunta 3.
- Pregunta 3: Se convirtió en pregunta 2 y se aclaró la pregunta para facilitar su respuesta.
- Pregunta 5: Cambio la estructura de la pregunta para que este más clara.
- Pregunta 6: Se modificó los rangos de dinero ya q para realizar páginas Web se necesita un poco más de presupuesto.
- Pregunta 8: Se estructuro de mejor manera la pregunta porque no estaba clara cuál sería la respuesta correcta.
- Pregunta 9: Se estructuro de mejor manera la pregunta para no crear confusión el momento de responder.

En conclusión la prueba piloto ya pasó a mejorar la encuesta final, que se muestra a continuación:

3.10.6. ENCUESTA FINAL

Tabla 19 Matriz de Encuesta Final

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE ENCUESTA PARA ANALIZAR LA PERCEPCIÓN QUE TIENEN LOS CLIENTES RESPECTO A LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LOS PROVEEDOR DE SERVICIOS TECNOLÓGICOS OBJETIVO: Conocer la demanda de las empresas de la ciudad de Quito y sus necesidades en el campo informático para promocionar eficiente y eficazmente los servicios de “GestaltHuman Cía. Ltda”	
1.- ¿La empresa cuenta con una página Web?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
2.- Si su respuesta a la pregunta anterior fue Si, ¿está satisfecho con los resultados obtenidos de su página Web?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
3.- ¿Estaría dispuesto a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
4.- ¿Cuenta la empresa con un mail o correo electrónico?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
5.- Si su respuesta a la pregunta anterior es Si, ¿cuántas cuentas de correo electrónico dispone la empresa?	de 1 a 5 <input type="checkbox"/> de 6 a 10 <input type="checkbox"/> más de 10 <input type="checkbox"/>
6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web?	De \$1500 a \$2000 <input type="checkbox"/> De \$2001 a \$2500 <input type="checkbox"/> De \$2501 a \$3000 <input type="checkbox"/> De \$3000 a \$4000 <input type="checkbox"/> De \$4000 en adelante <input type="checkbox"/>
7.- ¿Conoce usted una las siguientes empresas que realizan el servicio de páginas Web?	Dejabu.com <input type="checkbox"/> Designoos.com <input type="checkbox"/> MetroActiva.com <input type="checkbox"/> AlfaDigital.com.ec <input type="checkbox"/> Mooncities.com <input type="checkbox"/> GestaltHuman <input type="checkbox"/>
8.- ¿Ha contratado alguna vez los servicios de las empresas anteriormente mencionadas, si usted seleccionó por lo menos una de las opciones de la pregunta anterior?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
9.- En caso de requerir información para contratar los servicios que ofrece la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda” ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse?	Internet <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Prensa <input type="checkbox"/> Material impreso <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/>
10.- ¿Qué factores influyen en la decisión para contratar un proveedor del servicio de páginas Web?	Precio <input type="checkbox"/> Experiencia <input type="checkbox"/> Prestigio <input type="checkbox"/> Referencia <input type="checkbox"/>

3.10.7. LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.10.7.1. Libro de códigos

Según Albiol & Saura el libro de códigos es un documento en el que se relaciona en número o nombre de cada pregunta. De esta manera se presenta el libro de códigos, el cual sirve para la tabulación en SPSS (Software estadístico para tabular encuestas).

Tabla 20 Matriz de Levantamiento de la información

Variable Específica	Número de la pregunta	Tipo de Variable		Tipo de pregunta			Escala	Alternativas de Respuesta	Codificación
		Numeral	Alfanumérica	Cerrada	Múltiple	Escala			
Posicionamiento	1		X	X			Ordinal	SI NO	1 2
Conocimiento	2		X		X		Ordinal	SI NO	1 2
Conocimiento	3		X	X			Ordinal	SI NO	1 2
Decisión	4		X	X			Ordinal	SI NO	1 2
Frecuencia	5		X		X		Nominal	1 - 5 6 - 10 más de 10	1 2 3
Número de veces	6	X				X	Razón	Menos de \$300 De \$3011 a \$600 De \$601 a \$850 De \$851 a \$1.200 De \$1.200 en adelante	1 2 3 4 5
Conocimiento	7		X		X		Nominal	Dejabu.ec Designoos.com MetroActiva.com AlfaDigital.com.ec Moocities.com GestaltHuman	1 2 3 4 5 6
Decisión	8		X	X			Ordinal	SI NO	1 2
Preferencia	9		X		X		Nominal	Internet Flyers Radio Prensa Televisión	1 2 3 4 5
Conocimiento	10		X		X		Nominal	Precio Experiencia Prestigio Referencia	1 2 3 4

3.11. ANÁLISIS UNIVARIADO

Pregunta N° 1. ¿La empresa cuenta con una página Web?

Tabla 21 Matriz Pregunta N°1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	171	69,5	69,5	69,5
	NO	75	30,5	30,5	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

De la investigación desarrollada se determinó que la mayor parte de la muestra encuestada si cuenta con una página Web con un porcentaje de un 69,5%, los cuales se convierten en nuestro mercado potencial que se pretende alcanzar. Por otro lado el 30,5% no cuenta con una página Web, siendo este nuestro nicho de mercado al cual se puede atacar.

Análisis Comparativo.-

Según la Agencia ANDES (Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramérica) Ecuador en relación al acceso a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, se ha desarrollado ya que de estar con 3,73 puntos subió a 4,08 hasta noviembre del 2013, y se atribuye el crecimiento, entre otros factores, a la inversión realizada por el gobierno en infraestructura tecnológica, ampliación en el acceso a banda ancha y cobertura. A pesar de esto, está un poco bajo en el promedio de la región, ya que el índice de desarrollo es de 4,35 puntos.

Pregunta N°2. Si su respuesta a la pregunta anterior fue Si, ¿está satisfecho con los resultados obtenidos de su página Web?

Tabla 22 Matriz Pregunta N°2

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	57	23,2	33,3	33,3
NO	114	46,3	66,7	100,0
Total	171	69,5	100,0	
Perdidos Sistema	75	30,5		
Total	246	100,0		

Análisis Ejecutivo.-

Mediante la investigación desarrollada se establece que con un porcentaje nada bueno, de un 23,2% de las empresas encuestadas manifiestan que si están satisfechas con los resultados obtenidos de su página Web, siendo este porcentaje el mercado potencial que se pretende alcanzar. Mientas que con un porcentaje de 46,3% de las empresas, señalan que no están conformes con la creación de su página Web ya que no han tenido los resultados esperados, este porcentaje representa el nicho de mercado al cual se deben enfocar las estrategias.

Análisis Comparativo.-

Según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), basado en la Encuesta de Empleo y Desempleo 2012, el analfabetismo digital del Ecuador alcanza al 62,9%, es decir 6 de cada 10 habitantes no tiene conocimientos tecnológicos. Lo que nos quiere decir que aún no se acepta, ni se conoce bien cómo funcionan las páginas Web, lo que lleva a no sacar todo el beneficio que brindan las mismas.

Pregunta N°3. ¿Estaría dispuesto a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web?

Tabla 23 Matriz Pregunta N°3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	214	87,0	87,0	87,0
	NO	32	13,0	13,0	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

Se determinó mediante la investigación que el 87% del total de la muestra encuestada, afirman que si estarían dispuestos a invertir en la realización o mejoramiento de una página web, lo que indica que ese porcentaje de empresas constituyen nuestro nicho de mercado.

Análisis Comparativo.-

Según la Revista Lideres en su artículo “La Cultura innovadora avanza El país mejora, pero aún tiene que cumplir más retos” Cada vez más empresas ecuatorianas invierten en innovación. Esto quiere decir que generan más y mejores productos, nuevos procesos, etc. y a su vez contratan. En el Índice Global de Innovación del 2013, registró un avance de 15 puestos respecto al 2012, al ubicarse en el puesto 83 de 142 países evaluados. Este ranking considera los recursos destinados para innovación y sus resultados. En el subíndice de innovación del Índice de Competitividad Global, también escaló 38 lugares el 2013 y se ubicó en el puesto 58 en innovación, de 147 países. Lo que nos abre un gran mercado que busca invertir en nuevas tecnologías y una de ellas es la creación y mejoramiento de páginas Web.

Pregunta N°4. ¿Cuenta la empresa con un mail o correo electrónico?

Tabla 24 Matriz Pregunta N°4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	226	91,9	91,9	91,9
	NO	20	8,1	8,1	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

La mayor parte de las empresas encuestadas establecen que si cuentan con un mail o correo electrónico tanto para comunicarse internamente como para comunicación externa, con un porcentaje del 91,9%, considerando a este grupo nuestro mercado objetivo. Mientas que el 8,1% del total de encuestados señalan que no hacen uso de un mail o correo electrónico siendo esta otra oportunidad para el proyecto.

Análisis Comparativo.-

Según la Agencia ANDES (Agencia Publica de Noticias del Ecuador y Suramérica) hasta agosto del 2013 en el Ecuador se destaca la proporción de empresas que utilizan correo electrónico: las microempresas alcanzan un 48,6%, las medianas empresas un 56,9% y las pequeñas empresas un 52,9%, dando un total general de 52,8%. Además, se establece el indicador de proporción de empresas que no están en la web con un total general de 27,4%, y son algunas pymes por su naturaleza de productos perecibles, pero el estudio indica que el uso de correos electrónicos es necesario para los contactos con los proveedores y clientes, dando agilidad a las actividades comerciales.

Pregunta N°5. Si su respuesta a la pregunta anterior es Si, ¿cuántas cuentas de correo electrónico dispone la empresa?

Tabla 25 Matriz Pregunta N°5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos de 1 a 5	76	30,9	30,9	30,9
de 6 a 10	76	30,9	30,9	61,8
más de 10	74	30,1	30,1	91,9
Sin resp.	20	8,1	8,1	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

Se observa que más del 50% de empresas encuestada cuentan con más de 5 cuenta de correo electrónico. Lo que indica que si se maneja en las empresas el uso de Internet y que si tenemos un mercado potencial. El 8,1% de las empresas no usan aun cuentas de correo electrónico, siendo este un nicho de mercado al que se puede atacar.

Análisis Comparativo.-

Según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información hasta el año 2013 reveló que en el país las Pymes utilizan cuentas de correo electrónico, ya sea para vender productos, servicios, realizar contactos mediante el correo electrónico o redes sociales. Los empresarios que forman parte de las micro, pequeñas y medianas empresas (Pymes) en Ecuador consideran que el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) como el correo electrónico, les ayudó a mejorar la gestión de empresas en un 95%.

Pregunta N°6. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web?

Tabla 26 Matriz Pregunta N°6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De \$1500 a \$2000	29	11,8	11,8	11,8
De \$2001 a \$2500	41	16,7	16,7	28,5
De \$2501 a \$3000	51	20,7	20,7	49,2
De \$3001 a \$4000	80	32,5	32,5	81,7
De \$4000 en adelante	45	18,3	18,3	100,0
Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

Referente a los resultados se conoce que las empresas destinarían un rango de \$3001 a \$4000 de su presupuesto para invertir en la realización de páginas Web con un porcentaje del 32,5%, seguido de un 20,7% que corresponde a un rango de entre \$2501 a \$3000 del presupuesto. Entre ambos constituyen el 53,2% de referencia para el plan de precios que se plantee posteriormente.

Análisis Comparativo.-

En Ecuador las empresas invierten en tecnología (esto incluye páginas Web) \$6 millones al año, pero menos del 1% de las empresas invierte en tecnologías, según el Censo Económico del 2010. Lo que nos indica que en el país avanza lento en la generación de una cultura innovadora.

Pregunta N°7. ¿Conoce usted las siguientes empresas que realizan el servicio de páginas Web?

Tabla 27 Matriz Pregunta N°7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Dejabu	56	22,8	22,8	22,8
	Designoos	32	13,0	13,0	35,8
	MetroActiva	41	16,7	16,7	52,4
	AlfaDigital	41	16,7	16,7	69,1
	Mooncities	46	18,7	18,7	87,8
	Gestalthuman	30	12,2	12,2	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

Del total de las 246 empresas encuestadas, se puede observar que cada una conoce por lo menos a uno de los proveedores en el estudio realizado. Del cual el 87,8% señala a la competencia, lo que constituye el mercado potencial del estudio.

Análisis Comparativo.-

Ecuador no lleva un registro de empresas que realicen páginas Web, pero según la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, Ecuador invirtió el 0,47% de su PIB en tecnología, en el año 2013.

Pregunta N°8. ¿Ha contratado alguna vez los servicios de las empresas anteriormente mencionadas, si usted seleccionó por lo menos una de las opciones de la pregunta anterior?

Tabla 28 Matriz Pregunta N°8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	130	52,8	52,8	52,8
	NO	116	47,2	47,2	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

De la investigación desarrollada, el 52,8% de las empresas encuestadas señala que si ha contratado alguna vez los servicios de las diferentes empresas mencionadas en la pregunta 7, lo que constituye el mercado potencial al cual enfocarse, mientras que el 47,2% de las empresas indican que no han contratado los servicios de las empresas anteriormente mencionadas, lo que nos indica el nicho de mercado que tenemos.

Análisis Comparativo.-

La empresa "GestaltHuman Cía. Ltda" creada en el año 2011 con el fin de crear soluciones al momento de crear y restaurar páginas Web, no es conocida en el mercado, pero tiene un gran mercado potencial al cual dirigirse con nuevas y mejoradas propuestas en la creación de páginas Web, dando un servicio personalizado y enseñando al consumidor las ventajas de usar páginas Web para su empresa y a sacarle al máximo los beneficios que trae el tener una página Web en la empresa.

Pregunta N°9. En caso de requerir información para contratar los servicios que ofrece la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda” ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse?

Tabla 29 Matriz Pregunta N°9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Internet	122	49,6	49,6	49,6
	Flyer	29	11,8	11,8	61,4
	Radio	29	11,8	11,8	73,2
	Prensa	44	17,9	17,9	91,1
	Televisión	22	8,9	8,9	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

Mediante la investigación desarrollada se determinó que las empresas encuestadas prefieren que se informe de los servicios que ofrece la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda” por medio de Internet con un 49,6%, por lo cual se toma en consideración para el plan de comunicación de los servicios.

Análisis Comparativo.-

En la ciudad de Quito el 33,92% de la población utiliza internet, es por eso que es el medio de comunicación más escogido por la población encuestada. La consolidación del resultado obtenido de esta pregunta, ayudará a desarrollar las estrategias para que la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda” se dé a conocer en el mercado Quito, orientando los esfuerzos al medio de publicidad más directo para el consumidor con el fin de encontrar posicionarse en la mente del consumidor, creando confianza, estabilidad, seguridad y comodidad.

Pregunta N°10. ¿Qué factores influyen en la decisión para contratar un proveedor del servicio de páginas Web?

Tabla 30 Matriz Pregunta N°10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Precio	107	43,5	43,5	43,5
	Experiencia	42	17,1	17,1	60,6
	Prestigio	48	19,5	19,5	80,1
	Referencia	49	19,9	19,9	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Análisis Ejecutivo.-

Referente a los resultados de los factores que influyen en la decisión para contratar un proveedor del servicio de páginas Web las empresas contratarían este servicio con un 43,5% por el precio, lo cual determina que la estrategia de precios que se desarrollará constituye como el diferenciador de empresa "GestaltHuman Cía. Ltda" frente a la competencia.

Análisis Comparativo.-

Según el INEC, en un estudio realizado en el año 2014, en el mercado ecuatoriano los clientes se fijan más en el precio antes que en cualquier cosa, por esta razón la empresa "GestaltHuman Cía. Ltda" debe crear un servicio a un precio que sea competitivo y que de excelencia en el trabajo, brindando beneficios únicos por los que sea reconocida.

3.12. ANÁLISIS BIVARIADO

Permite analizar dos o más variables de estudio, utilizando técnicas estadísticas.

3.12.1. CROSSTAB O TABLA DE CONTINGENCIA

CROSSTAB 1:

¿Estaría dispuesto a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web?* ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web?

Tabla 31 Matriz Crosstab N°1

		¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web?					Total
		De \$1500 a \$2000	De \$2001 a \$2500	De \$2501 a \$3000	De \$3000 a \$4000	De \$4000 en adelante	
¿Estaría dispuesto a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web?	SI	26	31	44	73	40	214
	NO	3	10	7	7	5	32
	Total	29	41	51	80	45	246

En la tabla anterior se puede apreciar la asociación entre las variables establecidas. Al realizar el cruce de las mismas se evidencia que el mayor contingente fue de 73 empresas que si estarían dispuestas a invertir frente a la realización de una página Web e invertirían por los menos \$4.000. Se evidencia una asociación entre éstas variables de estudio, lo que determina que el proyecto es factible.

CROSSTAB 2:

¿Estaría dispuesto a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web?* ¿Qué factores influyen en la decisión para contratar un proveedor del servicio de páginas Web?

Tabla 32 Matriz Crosstab N°2

		¿Qué factores influyen en la decisión para contratar un proveedor del servicio de páginas Web?				Total
		Precio	Experiencia	Prestigio	Referencia	
¿Estaría dispuesto a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web?	SI	97	37	40	40	214
	NO	10	5	8	9	32
Total		107	42	48	49	246

En la tabla anterior se puede apreciar la asociación entre las variables establecidas. Al realizar el cruce de las mismas se evidencia que el mayor contingente fue de 97 empresas que si estarían dispuestas a invertir en la realización de una página Web frente al precio como factor de decisión para contratar a un proveedor de servicio de página Web.

Se evidencia una asociación entre éstas variables de estudio, lo que determina que el proyecto es factible.

3.12.2. ANOVA

Hipótesis 1: Relación entre variables

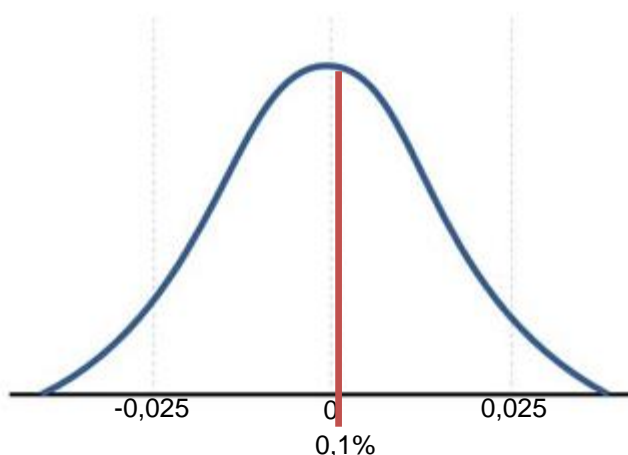
Ho: Si conoce uno de los proveedores que realizan el servicio de páginas Web y el monto de inversión para la realización de una página Web, es mayor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula (Ho)

H1: Si conoce uno de los proveedores que realizan el servicio de páginas Web y el monto de inversión para la realización de una página Web, es menor que 0,05 se acepta la hipótesis alternativa (H1)

Tabla 33 Matriz Anova N°1

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Intergrupos	56,059	4	14,015	5,044	,001
Intragrupos	669,572	241	2,778		
Total	725,630	245			

*100=0,1%



Se consideraron las variables de: el conocimiento de los proveedores que realizan el servicio de páginas Web y el monto de inversión con para la realización de una página Web, donde se puede observar que el nivel de significancia es menor que 0.05, es decir, ambas variables se encuentran relacionadas y tienen medias similares por lo que se acepta la hipótesis alternativa y se puede decir que el estudio es viable.

Hipótesis 2: Relación entre variables

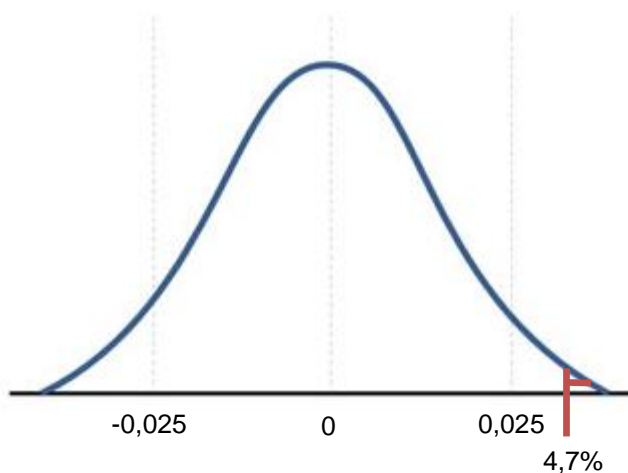
Ho: Si la satisfacción con los resultados obtenidos de su página Web y la disposición a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web, es mayor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula (Ho)

H1: Si la satisfacción con los resultados obtenidos de su página Web y la disposición a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web, es menor que 0,05 se acepta la hipótesis alternativa (H1)

Tabla 34 Matriz Anova N°2

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Intergrupos	,494	1	,494	4,005	,047
Intragrupos	20,851	169	,123		
Total	21,345	170			

*100=4,7%



Se consideraron las variables de: satisfacción con los resultados obtenidos de su página Web y la disposición a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web, donde se puede observar que el nivel de significancia es menor que 0,05; es decir, ambas variables se encuentran relacionadas y tienen medias similares por lo que se acepta la hipótesis alternativa y se puede decir que el estudio es viable.

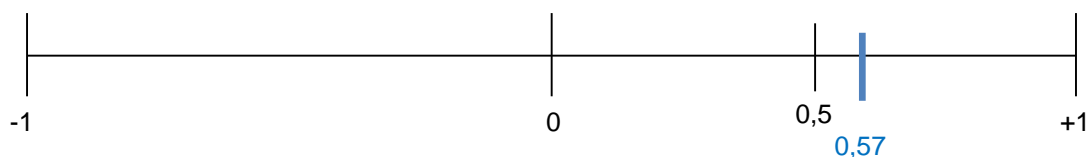
3.12.3. ANÁLISIS DE CORRELACIÓN

El análisis de correlación se realiza para medir el grado de asociación entre dos variables dependientes una de otra. La correlación es un indicador estadístico definido por el coeficiente de correlación r :

- Si $r = 1$; existe una correlación perfecta.
- Si $0,8 \leq r < 1$; existe una correlación excelente.
- Si $0,5 \leq r < 0,8$; existe una correlación mediana.
- Si $0,2 \leq r < 0,5$; existe una correlación buena.
- Si $0 < r < 0,2$; no existe una correlación

Tabla 35 Matriz Correlación N°1

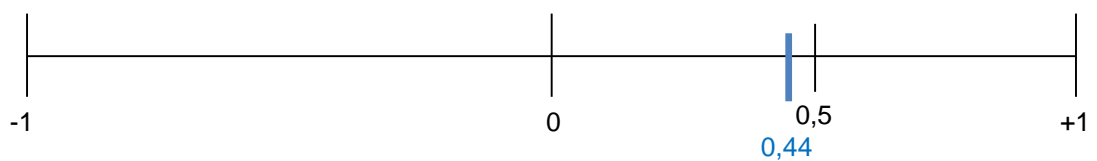
		¿Cuenta la empresa con un mail o correo electrónico?	¿Cuántas cuentas de correo electrónico dispone la empresa?
¿Cuenta la empresa con un mail o correo electrónico?	Correlación de Pearson	1	,575**
	Sig. (bilateral) N	246	,000 246
¿Cuántas cuentas de correo electrónico dispone la empresa?	Correlación de Pearson	,575**	1
	Sig. (bilateral) N	,000 246	246



Se observa que existe una correlación entre las variables del 0,575; lo que nos permite determinar que la variable, si la empresa cuenta con email o correo electrónico tiene una asociación media con la variable, cuantas cuentas de email tiene la empresa.

Tabla 36 Matriz Correlación N°1

		¿Cuenta la empresa con un mail o correo electrónico?	¿La empresa cuenta con una página Web?
¿Cuenta la empresa con un mail o correo electrónico?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 246	,449** ,000 246
¿La empresa cuenta con una página Web?	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,449** ,000 246	1 246



Se observa que existe una correlación entre las variables del 0,449; lo que nos permite determinar que la variable, si la empresa cuenta con email o correo electrónico tiene una asociación baja con la variable, si la empresa cuenta con una página Web.

3.12.1. CHI CUADRADO

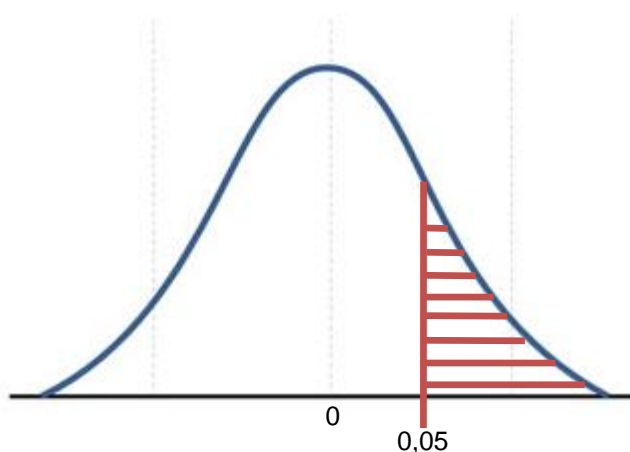
Hipótesis 1: Más del 25% de las empresas encuestadas no están satisfechas con los resultados obtenidos de su página Web

Ho: Si la empresa cuenta con una página Web y la satisfacción con los resultados obtenidos de su página Web, es mayor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula.

H1: Si la empresa cuenta con una página Web y la satisfacción con los resultados obtenidos de su página Web, es mayor que 0,05 se acepta la hipótesis alternativa.

Tabla 37 Matriz Chi² N°1

	¿La empresa cuenta con una página Web?	¿Está satisfecho con los resultados obtenidos de su página Web?
Chi-cuadrado	37,463 ^a	19,000 ^b
gl	1	1
Sig. asintót.	,000	,000



Se acepta la hipótesis nula ya que el nivel de significancia es menor al alfa de 0,05 y se encuentra dentro de la zona de aceptación. Es decir que más del 25% de las empresas encuestadas no están satisfechas con su página Web.

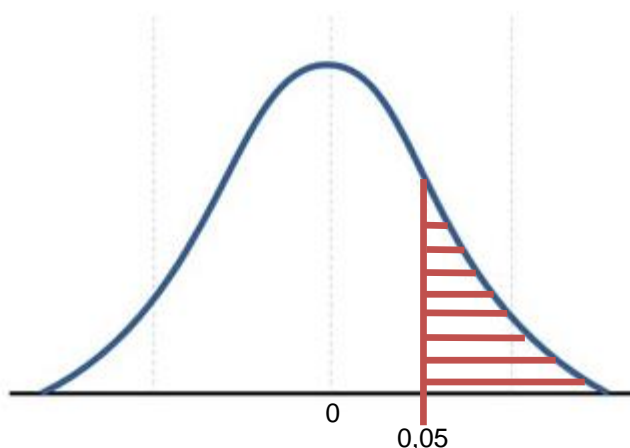
Hipótesis 2: Más del 40% de las empresas encuestadas estarían dispuestas a invertir más de \$1500 en la realización de una página Web.

Ho: Si la empresa estaría dispuesta a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web y cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web, es mayor que 0,05 se rechaza la hipótesis nula.

H1: Si la empresa estaría dispuesta a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web y cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web, es mayor que 0,05 se acepta la hipótesis alternativa.

Tabla 38 Matriz Chi² N°2

	¿Estaría dispuesto a invertir en la realización o mejoramiento de una página Web?	¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la realización de una página Web?
Chi-cuadrado	134,650 ^a	29,366 ^b
gl	1	4
Sig. asintót.	,000	,000



Se acepta la hipótesis nula ya que el nivel de significancia es menor al alfa de 0,05 y se encuentra dentro de la zona de aceptación. Es decir que más del 40% de las empresas encuestadas están dispuestas a invertir más de \$1500 en la realización o mantenimiento de una página Web.

CAPÍTULO 4: PLAN DE MARKETING PARA POSICIONAR LA EMPRESA “GESTALTHUMAN CÍA. LTDA.” EN LA CIUDAD DE QUITO

4.1. MISIÓN

La misión hace referencia a la formulación de los propósitos de un plan en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de éstos propósitos. Expresa la razón de ser de la empresa o área y es la definición del plan en todas sus dimensiones.

4.1.1. PROPUESTA DE MISIÓN

“Somos una empresa socialmente responsable que aporta en la búsqueda de soluciones integrales para nuestros clientes. Nos especializamos en proveer avanzadas herramientas informáticas buscando entregar productos y servicios de alto valor agregado, con los más elevados estándares de calidad.”

4.2. VISIÓN

La visión hace referencia a un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas que proveen el marco de referencia de este Plan de Marketing con respecto a lo que es y lo que quiere ser en el futuro. Para este trabajo la empresa ha planteado un horizonte de 3 a 5 años, tiempo en que se ha proyectado obtener resultados. La visión se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, es la cadena que une el presente con el futuro. Sirve como guía para la formulación de las estrategias, a la vez que le proporciona un propósito a este Plan.

4.2.1. PROPUESTA DE VISIÓN

“Para el año 2020, se posicionará a nivel nacional como una empresa líder en el sector informático, brindando soluciones integrales para el desarrollo del Talento Intelectual y Humano de las Organizaciones.”

4.3. ANÁLISIS FODA

De acuerdo al libro de Planificación Estratégica de Galo Moreno, el Análisis FODA es una herramienta que facilita el análisis del ambiente de la organización, describiendo al interior las falencias o Debilidades de la empresa (aquellas funciones, actividades y procesos que están mal diseñados o mal ejecutados) y las habilidades o Fortalezas (funciones, actividades y procesos que están bien diseñados y bien ejecutados).

Además, aclara la situación externa por medio del estudio de las condiciones positivas o negativas (circunstancias o hechos) que podrían afectar a la empresa conocidas como Amenazas o, que podrían beneficiarla conocidas como Oportunidades.

Para realizar un diagnóstico estratégico de “GestaltHuman Cía. Ltda”, se procederá a analizar las fortalezas y debilidades internas de la organización así como sus amenazas y oportunidades. Esto permitirá establecer estrategias adecuadas para aprovechar sus fortalezas, eliminar sus debilidades, utilizar a tiempo sus oportunidades y evitar sus amenazas o anticiparlas a tiempo.

A continuación se presenta el resumen del análisis FODA de la empresa “GestaltHuman Cía. Ltda” y sus impactos.

4.3.1. MATRIZ DE ANÁLISIS FODA

Tabla 39 Matriz de Análisis FODA

		ALTO = 5	MEDIO = 3	BAJO = 1
FORTALEZAS	F1. Personal con conocimiento y experiencia en el sector.	X		
	F2. Quince años de experiencia en el sector de tecnologías de la Información.	X		
	F3. La empresa desarrolla productos y servicios a medida, de acuerdo a requerimientos y necesidades.		X	
	F4. La empresa mantiene alianzas estratégicas con proveedores que refieren continuamente nuevos clientes a la empresa		X	
	F5. Precios competitivos dentro de la industria.	X		
	F6. Los productos y servicios son tecnológicamente competitivos.			X
DEBILIDADES	D1. La empresa no realiza investigación y no ha segmentado adecuadamente su mercado.	X		
	D2. Estrategias de Marketing poco definidas.	X		
	D3. Los objetivos de la empresa no son medibles y debidamente comunicados.		X	
	D4. La empresa no cuenta con una organización eficiente para las ventas.	X		
	D5. La empresa no realiza Investigación y desarrollo.		X	
	D6. Escasa comunicación interna.			X
OPORTUNIDADES	O1. Las empresas que vendan productos o presten servicios necesitan imprescindiblemente de un sitio Web.	X		
	O2. Tendencia a nivel mundial hacia la utilización del Internet como un canal de difusión y promoción de las empresas.		X	
	O3. La utilización de Internet en Ecuador ha crecido en un 1.211 % entre el 2.000 y el 2.010.	X		
	O4. Incremento a nivel local de demanda de productos y servicios web y servicios complementarios.		X	
	O5. Constante incremento e innovación a nivel mundial del portafolio de servicios web complementarios como e-commerce, ebusiness, e-learning, e-marketing y promoción de sitios web.	X		
AMENAZAS	A1. Incremento de oferta de productos y servicios sustitutos		X	
	A2. Competencia desleal			X
	A3. Poco conocimiento en el ámbito nacional de los servicios que oferta el sector de desarrollo web	X		
	A4. Aparecimiento de nuevos competidores		X	
	A5. Inestabilidad política y económica generalizada en toda la región	X		

4.3.2. MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS

Tabla 40 Matriz de evaluación de factores internos

		Impacto	% Relativo	Calificación	Resultado Ponderado
FORTALEZAS	F1. Personal con conocimiento y experiencia en el sector.	5	0,125	2	0,25
	F2. Quince años de experiencia en el sector de tecnologías de la Información.	5	0,125	3	0,38
	F3. La empresa desarrolla productos y servicios a medida, de acuerdo a requerimientos y necesidades.	3	0,075	2	0,15
	F4. La empresa mantiene alianzas estratégicas con proveedores que refieren continuamente nuevos clientes a la empresa	3	0,075	4	0,30
	F5. Precios competitivos dentro de la industria.	5	0,125	3	0,38
	F6. Los productos y servicios son tecnológicamente competitivos.	1	0,025	3	0,08
DEBILIDADES	D1. La empresa no realiza investigación y no ha segmentado adecuadamente su mercado.	5	0,125	4	0,50
	D2. Estrategias de Marketing poco definidas.	5	0,125	4	0,50
	D3. Los objetivos de la empresa no son medibles y debidamente comunicados.	3	0,075	3	0,23
	D4. La empresa no cuenta con una organización eficiente para las ventas.	1	0,025	4	0,10
	D5. La empresa no realiza Investigación y desarrollo.	3	0,075	3	0,23
	D6. Escasa comunicación interna.	1	0,025	4	0,10
TOTAL		40	1	39	3,18

4.3.3. MATRIZ EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

Tabla 41 Matriz de evaluación de factores externos

		Impacto	% Relativo	Calificación	Resultado Ponderado
OPORTUNIDADES	O1. Las empresas que vendan productos o presten servicios necesitan imprescindiblemente de un sitio Web.	5	0,147	4	0,59
	O2. Tendencia a nivel mundial hacia la utilización del Internet como un canal de difusión y promoción de las empresas.	3	0,088	3	0,26
	O3. La utilización de Internet en Ecuador ha crecido en un 1.211 % entre el 2.000 y el 2.010.	5	0,147	2	0,29
	O4. Incremento a nivel local de demanda de productos y servicios web y servicios complementarios.	3	0,088	2	0,18
	O5. Constante incremento e innovación a nivel mundial del portafolio de servicios web complementarios como e-commerce, e-business, e-learning, e-marketing y promoción de sitios web.	5	0,147	3	0,44
AMENAZAS	A1. Incremento de oferta de productos y servicios sustitutos	3	0,088	3	0,26
	A2. Competencia desleal	1	0,029	3	0,09
	A3. Poco conocimiento en el ámbito nacional de los servicios que oferta el sector de desarrollo web	5	0,147	4	0,59
	A4. Aparecimiento de nuevos competidores	3	0,088	4	0,35
	A5. Inestabilidad política y económica generalizada en toda la región	1	0,029	3	0,09
TOTAL		34	1	30	3,15

4.3.4. MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO

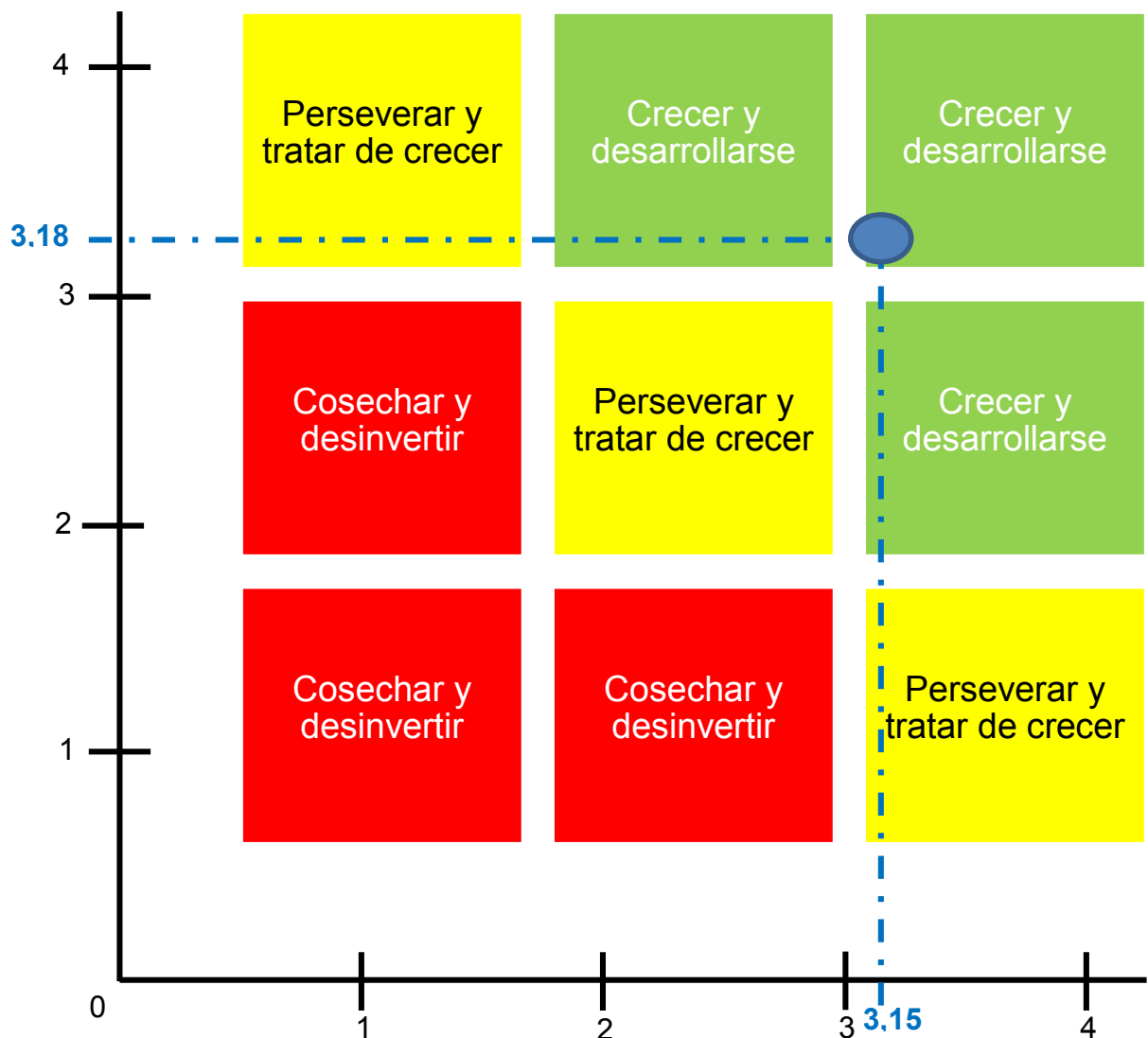


Figura 12 Matriz del perfil competitivo

En la figura se puede observar que la empresa se encuentra en el cuadrante “Crecer y desarrollarse”, lo que nos indica que los factores tanto internos como externos están en el promedio, tomando en cuenta que tiene un número de oportunidades interesantes. Lo cual se debe aprovechar para el desarrollo de la empresa, proyectándose al crecimiento y progreso, aplicando estrategias óptimas, realizables, realistas y alcanzables.

4.4. POSICIONAMIENTO

Se refieren a la “posición” o percepción que tiene un producto, servicio o empresa en la mente de los consumidores y que la asocie con una determinada idea, cualidad, emoción, ilusión o sensación y por este motivo sea de su preferencia o la conozca.

Posicionamiento por Diferencia:

La empresa “GestaltHuman Cia. Ltda.”, puede posicionarse debido a que se diferencia de las demás empresas de desarrollo tecnológico ya que su precio en el mercado es inferior, y es uno de los factores predominantes por el cual los usuarios eligen a sus proveedores de este tipo de servicio, además al ser relativamente nueva y nada conocida puede llegar a impactar a la mente del consumidor por el óptimo servicio que ofrece y el personal altamente capacitado que le da el plus en el mercado, haciéndola competitiva.

Posicionamiento por Atributo:

El atributo por el cual puede posicionarse la empresa “GestaltHuman Cia. Ltda.”, es porque ofrece un servicio de calidad con un recurso tecnológico amplio y personal profesional y especializado en las diferentes ramas de la informática, lo que le da un atributo muy fuerte para fortalecer a la empresa y sus servicios.

Posicionamiento por Diferencia De Servicio:

La empresa “GestaltHuman Cia. Ltda.”, a diferencia de otras empresas tiene la facultad de albergar las páginas Web en la red informática ecuatoriana lo que permite un mejor control de la misma, así como facilita una actualización más rápida de los elementos de la página Web.

4.5. OBJETIVOS DE MARKETING

Los objetivos son resultados a largo plazo que una organización espera lograr para hacer real la misión y visión de la empresa o unidad de negocio. Una vez que se ha efectuado el análisis FODA se procede a establecer los objetivos para el período de planeación. Para ello se puede combinar los aspectos internos y externos de la compañía para obtener los siguientes objetivos:

- Contar con precios competitivos en el mercado de realización y mejoramiento de páginas Web para abarcar varios segmentos del mercado.
- Desarrollar un plan de comunicación que nos permita reposicionar el nombre de la empresa y los beneficios de “GESTALTHUMAN CÍA. LTDA.”
- Incrementar la participación en el mercado de creación y mejoramiento de páginas Web.
- Alcanzar liderazgo en la calidad de los productos que ofrece “GESTALTHUMAN CÍA. LTDA.”

4.6. PROPUESTA PARA EL PLAN

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables son conocidas como las 4Ps por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Es necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia.

Variables del marketing mix: las 4Ps:

- **Producto**

El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás.

- **Precio**

El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien dictaminará si hemos fijado correctamente el precio.

- **Plaza**

En términos generales la plaza es el un conjunto de actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía.

- **Promoción:**

Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer, como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas.

MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE PRECIOS							
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META	IMPULSOR	ESTRATEGIA	MEDICIÓN	RESPONSABLE	PRESUPUESTO PRIMER AÑO
Contar con precios competitivos en el mercado de realización y mejoramiento de páginas Web para abarcar varios segmentos del mercado	Nivel precio frente al mercado	0%	Investigación de precios del mercado	Fijar precios por debajo del nivel de mercado	Semestral	Gerente de Marketing	\$ 4.000,00
	% Eficiencia en la utilización de recursos	100%	Eficiencia en la atención al cliente	Campañas internas para evitar el uso excesivo de recursos	Trimestral	Desarrollo Humano	\$ 500,00
	Descuentos Promocionales	100%	Ofertas de descuentos para retener clientes actuales y promociones para clientes nuevos	Desarrollo de un plan de descuentos y ofertas	Semestral	Gerente de Marketing	\$ 3.000,00
TOTAL							\$ 7.500,00

Análisis:

Con el fin de mantener precios competitivos frente a la competencia la empresa debe realizar una investigación de mercados, a través de la cual le permita manejar precios por debajo del promedio del mercado, para conseguir alcanzar este objetivo la empresa va a manejar paquetes de descuentos y ofertas, y para mantener un margen adecuado de sus ingresos la empresa realizara una campaña para evitar el uso excesivo de recursos.

MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN							
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META	IMPULSOR	ESTRATEGIA	MEDICIÓN	RESPONSABLE	PRESUPUESTO PRIMER AÑO
Desarrollar un plan de comunicación que nos permita reposicionar el nombre de la empresa y los beneficios de "GESTALTHUMAN CÍA. LTDA."	% alianzas alcanzadas	100%	Alianzas estratégicas	Realizar reuniones de trabajo con clientes importantes, fomentando el trabajo continuo de ambas empresas.	Trimestral	Gerente de Marketing	\$ 3.000,00
	Incremento del número de clientes	100%	Plan de comunicación	Realizar inversión en medios masivos y redes sociales con el fin de fomentar que los clientes adquieran el servicio de creación de páginas Web	Mensual	Gerente de Marketing	\$ 5.000,00
	Incremento en el número de visitas / seguidores	100%	Alto uso de redes sociales	Crear y desarrollar cuentas de redes sociales para promocionar los servicios	Mensual	Gerente de Marketing	\$ 500,00
TOTAL							\$ 8.500,00

Análisis:

La empresa debe desarrollar su marca y sus servicios, con el fin de obtener mayor número de cliente y por ende más ventas, este objetivo se lo va alcanzar a través de relacionarse con sus clientes más importantes, creando alianzas estratégicas, consiguiendo así un ganar-ganar, es decir mayores beneficios para los clientes y mejores ingresos para la empresa, adicionalmente siendo las redes sociales una tendencia de uso global, la empresa va a desarrollar las cuentas necesarias para conseguir seguidores y promocionar sus servicios.

MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN							
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META	IMPULSOR	ESTRATEGIA	MEDICIÓN	RESPONSABLE	PRESUPUESTO PRIMER AÑO
Incrementar la participación en el mercado de creación y mejoramiento de páginas Web.	Resultado encuesta de satisfacción	100%	Instalaciones adecuadas de atención al cliente	Adecuar las instalaciones de la empresa para brindar confort al cliente en su espera y atención	Semestral	Gerente Financiero - Administrativo	\$ 10.000,00
	Número de eventos, ferias tecnológicas	100%	Eventos masivos	Participar en eventos con un stand para ofrecer el servicio	Trimestral	Gerente de Marketing	\$ 10.000,00
	Número de visitas en la página web	100%	Mejoramiento continuo de la página Web	Mantener actualizada la página web y mejorarla de acuerdo a las necesidades de los usuarios	Mensual	Gerente de Marketing	\$ 500,00
TOTAL							\$ 20.500,00

Análisis:

Con el fin de alcanzar una mejor participación en el mercado, la empresa debe mejorar su infraestructura, para mantener a sus clientes satisfechos. Con respecto a los clientes potenciales que la empresa puede tener, debe participar en eventos con un stand en el cual puede ofrecer sus servicios y generar mayor ingresos y finalmente debe mantener su sitio Web actualizado para que los clientes puedan observar el trabajo que realiza la empresa.

MATRIZ DE ESTRATEGIAS DE PRODUCTO O SERVICIO							
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADOR	META	IMPULSOR	ESTRATEGIA	MEDICIÓN	RESPONSABLE	PRESUPUESTO PRIMER AÑO
Alcanzar liderazgo en la calidad de los servicios que ofrece "GESTALTHUMAN CÍA. LTDA."	Nivel de servicio	100%	Garantizar la atención las 24 horas los 365 días	Implementación de una Línea 1- 800 y personal calificado que atienda y oriente de manera oportuna a los clientes	Mensual	Gerente de Marketing	\$ 5.000,00
	Nivel de actualización	100%	Desarrollo tecnológico	Implementar tecnología de punta para mejorar la calidad del servicio	Anual	Gerente de Investigación y Desarrollo	\$ 15.000,00
	Nivel de contratación del servicio	100%	La "Nube" ¹⁶	Crear y desarrollar un sistema de almacenamiento de datos en la "Nube"	Trimestral	Gerente de Investigación y Desarrollo	\$ 5.000,00
TOTAL							\$ 25.000,00

Análisis:

Siendo el servicio de diseño, mantenimiento, actualización y creación de páginas Web el servicio más importante de la empresa es importante brindar un servicio post venta, para lo cual se creará una línea 1800, con atención las 24/7. Adicionalmente es importante invertir en tecnología de punta para poder cubrir todos los requerimientos del cliente y finalmente diversificar los servicios, en esta ocasión creando un sistema de almacenamiento en la "Nube"

¹⁶La computación en la nube, conocido también como servicios en la nube, informática en la nube, nube de cómputo o nube de conceptos, (del inglés cloud computing), es un paradigma que permite ofrecer servicios de computación a través de Internet.

4.5.1. PRESUPUESTO PARA EL PLAN

	CONCEPTO	VALOR
ESTRATEGIA DE PRECIO \$7.500	Investigación de mercados	\$ 4.000,00
	Campaña de ahorro de recursos	\$ 500,00
	Plan de descuentos	\$ 3.000,00
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN \$8.500	Reuniones de trabajo	\$ 3.000,00
	Publicidad medios masivo y redes sociales	\$ 5.000,00
	Cuentas redes sociales	\$ 500,00
ESTRATEGIA DE PLAZA \$20.500	Adecuación infraestructura	\$ 10.000,00
	Participación en eventos	\$ 10.000,00
	Mantenimiento sitio Web	\$ 500,00
ESTRATEGIA DE SERVICIO \$25.000	Línea 1-800	\$ 5.000,00
	Inversión en tecnología	\$ 15.000,00
	Sistema de almacenamiento "Nube"	\$ 5.000,00
VALOR TOTAL		\$ 61.500,00

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Realizado el Estudio de Mercado, Plan de Marketing y trazadas las Estrategias adecuadas se puede destacar los siguientes puntos:

5.1. CONCLUSIONES

- El Estudio de Mercado es necesario para conocer la situación de demanda y oferta del mercado y de esta manera analizar las diferentes posibilidades para contrarrestar las desventajas o aprovechar las oportunidades.
- Se ha podido comprobar con este proyecto que un Plan de Marketing es importante porque permite obtener un nivel más elevado de ventas y por lo tanto un incremento en la recaudación de ingresos y finalmente la obtención de una mayor utilidad.
- Es necesario que las empresas que ofrecen servicios tengan un rubro para cubrir los costos que genera la utilización de las herramientas de Marketing, esto debe considerarse como una inversión que dependiendo de la forma de manejo arrojará resultados en el corto, mediano o largo plazo.
- Las estrategias son necesarias para llevar a cabo de mejor manera el plan de marketing porque permiten reconocer las acciones que deben realizarse para alcanzar los objetivos del plan.
- Se pudo comprobar también que “GestaltHuman Cía. Ltda.” no tiene mucha participación en el mercado debido a que no cuenta con capital suficiente en el corto plazo.

- El atractivo del mercado es bastante considerable porque su crecimiento en la actualidad se da con mayor continuidad debido a la nueva necesidad de poseer las tecnologías de la información como una herramienta indispensable para mejorar los procesos y actividades de las empresas.
- De acuerdo al análisis interno y externo realizado se puede concluir que la empresa cuenta con una baja posición en el mercado debido a que no cuenta actualmente con acciones claras a seguir de acuerdo a un plan de marketing.
- A pesar de que existe en el mercado empresas líderes en el servicio de desarrollo de sitios Web, como el caso de Visionet, existe todavía la oportunidad de crecer ya que estas no son reconocidas en un 100% debido a que el mercado se encuentra en desarrollo.
- Se pudo comprobar y concluir que existe un gran número de PYMES que están dispuestas a contratar los servicios de páginas Web con el objetivo de promocionarse y mejorar la atención hacia sus clientes, dando así la oportunidad a “GestaltHuman Cía. Ltda.” de aprovechar este mercado.
- A pesar de que la empresa no ha registrado grandes rubros o ganancias se puede concluir que su desempeño en el último año fue mejor que el año 2013 esto permite que su rango de comparación con el mercado mejore.

5.2. RECOMENDACIONES

- Mantener una constante actualización de conocimientos en los colaboradores de una empresa, si se quiere obtener resultados mejores y continuos en los procesos operativos de la misma.
- Es necesario que en las firmas exista una buena, rápida y ágil comunicación no solo en su ambiente interno sino también con el externo porque permite mejorar las relaciones de la misma con sus clientes, proveedores y aliados.
- Se debe tener siempre presente un análisis actual de la situación de la empresa frente a los cambios continuos que se dan en el mercado en crecimiento, para poder plantear oportunamente acciones adecuadas que permitan seguir con el cumplimiento de los objetivos que se plantee la misma.
- El planteamiento de las estrategias deben considerar el Marketing estratégico y Marketing Operativo por lo cual recomendamos tomar en cuenta toda la información que arroje el estudio de mercado con la importancia que se merece, pues de ellas se pueden desarrollar u obtener mejores y nuevas estrategias, objetivos, planes, no solo para el corto y mediano plazo sino también para el largo plazo.
- En una empresa que brinda servicios informáticos es necesario que sus clientes tengan maneras fáciles y rápidas de acceder a actualizaciones en los servicios que contrataron para mantener siempre la calidad de los mismos.
- Implementar las estrategias planteadas considerando la debida designación de las acciones que deben realizarse bajo la responsabilidad de cada uno de los departamentos con la finalidad de lograr los objetivos de marketing.

CAPÍTULO 6: BIBLIOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

KLOTTER, P. (2002). Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. México: Prentice Hall.

KOTLER, P. – ARMSTRONG, G. (2008). Principios de marketing

KOTLER, P. (2001). Dirección de Marketing. La edición del milenio

MALHOTRA, N. (1997). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico.

México: Prentice Hall.

PARMERLEE D. Cómo Preparar un Plan de Marketing.

LUTHER W., El Plan de Mercadeo: Como Prepararlo y Ponerlo en Marcha, Grupo Editorial Norma.

MALHOTRA N. (1996). Investigación de Mercados, México: Prentice Hall

PORTER M (1987). Estrategia Competitiva, México: Editorial Continental

PORTER M (1987). Ventaja Competitiva, México: Editorial Continental.

HERNÁNDEZ, F. B. (1991). Metodología de la Investigación. México: McGRAW HILL.

CATALANO F. (2001). Marketing en Internet, Manual para establecer una estrategia apropiada de marketing en Internet para su empresa y los productos y servicios que venda, Colombia: Grupo Editorial Norma

BERRY L. (1994). Marketing en las empresas de servicio, Colombia: Grupo Editorial Norma

DAVIS E. (200). Investigación de Mercados, Argentina: Editorial “El Ateneo”

HERNANDEZ C. (1994). El Plan de Marketing Estratégico, Ediciones Gestión.

DESS G. y LUMPKIN G. (2005). Dirección Estratégica, España: McGraw Hill.

BASSI R. (2000). Internet Uso Básico, España: Asociación Links

ALBUJA F. (2005). Indicadores Económicos Financieros.

Superintendencia de Compañías (2006). Descripción de las ramas de actividad.

EL COMERCIO. El Proveedor busca Audiencias Cautivas. Semanario de Economía y Negocios LIDERES de 23 de Abril del 2007. Usuarios que perfilan en el Internet.

AESOFT. Primer Estudio de la Industria de Software del Ecuador.

Asociación Ecuatoriana de Software junio 2005. Estudio de mercado.

6.2. Linkografía

WIKIPEDIA. <http://es.wikipedia.org/wiki/Pda>. 2015. PDA

MASADELANTE.COM. <http://www.masadelante.com/faq-servidor.htm>. 2015. Definición de un servidor.

WIZHOSTING INTERNET SERVICES.

http://www.wizhosting.com/faq/faq.php?answer=7&cat_name=HOSTING&category_id=3. 2015.

ENREDADOS, SERVICIOS INFORMÁTICOS, S.L.

<http://www.enredados.com/mantenimiento.html>. 2015. Mantenimiento de Aplicaciones Web.

COMERCIO ELECTRÓNICO: PROMOCIÓN EN LÍNEA.

http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca_en_Linea/ecommerce.html.

Wikipedia. <http://es.wikipedia.org/wiki/Apache>. 2015. Significado de Apache.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Superintendencia de la Información y Comunicación

<http://www.supercom.gob.ec/>

http://www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/ley_organica_comunicacion.pdf