



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO

DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PRODUCTO DE SOFTWARE QUICK MEETING

TITULACIÓN INTEGRAL INFORME DE RESIDENCIA PROFESIONAL

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA:
JOSE LUIS POLVO ZEMPOALTECA

NOMBRE DEL ASESOR:
LAE. MARIA VALERIA MONTIEL MÁRQUEZ



APIZACO, TLAX., MARZO 2025



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Apizaco
CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS

Apizaco, Tlax., 26/Abril/2023.

ASUNTO: Liberación de Proyecto para Titulación Integral.

MARTIN ROJAS RAMIREZ
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES
P R E S E N T E.

Por este medio le informo que ha sido liberado el siguiente proyecto para la Titulación Integral:

a) Nombre del Egresado:	JOSE LUIS POLVO ZEMPOALTECA
b) Carrera:	INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
c) Número de Control	14370742
d) Nombre del proyecto	DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PRODUCTO DE SOFTWARE QUICK MEETING
e) Producto	TITULACIÓN INTEGRAL INFORME DE RESIDENCIA PROFESIONAL

Agradezco de antemano su valioso apoyo en esta importante actividad para la formación profesional de nuestros egresados.

ATENTAMENTE

Excelencia en Educación Tecnológica®
Pensar para Servir, Servir para Triunfar®

ERICK IVAN LUGO PÉREZ
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS.

MARÍA VALERIA MONTIEL MARQUEZ
ASESOR



Av. Instituto Tecnológico No. 418, San Andrés Ahuash Jatapec, Municipio de Tzompantepec,
Tlaxcala, Mex. C.P. 90491 Tel. (241) 4152010 Ext. 105.
e-mail: cea@apizaco.technm.mx | technm.mx | apizaco.technm.mx



2023
Francisco
VILLA



Instituto Tecnológico de Apizaco
División de Estudios Profesionales

Apizaco, Tlaxcala, 28/noviembre/2024

**POLVO ZEMPOALTECA JOSE LUIS.
EGRESADO DE LA CARRERA DE INGENIERÍA
EN ADMINISTRACIÓN.
CON NÚMERO DE CONTROL 14370742.
PRESENTE.**

Por este medio, me permito informar a usted que por aprobación de la comisión revisora asignada para valorar el trabajo que mediante la **TITULACIÓN INTEGRAL INFORME DE RESIDENCIA PROFESIONAL** cuyo tema es: **"DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PRODUCTO DE SOFTWARE QUICK MEETING"** conforme a lo establecido en el procedimiento para la obtención del Título Profesional en el Instituto Tecnológico, la División de Estudios Profesionales a mi cargo le otorga la:

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Debiendo entregar 2 USB del mismo, apropiadamente empastados, a la brevedad, para presentar su Acto de Recepcion Profesional.

Sin otro particular por el momento me despido.

ATENTAMENTE

*Excelencia en Educación Tecnológica
Pensar para Servir, Servir para Triunfar®*



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
TECNOLÓGICO NACIONAL
DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO
DIVISIÓN DE
ESTUDIOS PROFESIONALES

**ISRAEL JORGE SÁNCHEZ SÁNCHEZ
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES**

ccp. Archivo
CRRG/rls



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a dios por darme la salud, la fuerza y perseverancia que necesité a lo largo de la carrera, por tal motivo he logrado concluir mi carrera profesional.

Dedico este logro académico y profesional a mi padre Blaz Polvo Cruz, a mi madre Adelina Zempoalteca Pérez, a mis hermanos Erieded Polvo Zempoalteca, Omar Polvo Zempoalteca y Emmanuel Polvo Zempoalteca por ser mi principal fuente de apoyo constante e incondicional a lo largo de mi formación académica, por fomentar en mi la lucha inmutable para cumplir mis metas y sueños; esa columna en la cual me respaldé siempre, ya que gracias a ellos y sus palabras de aliento estoy concluyendo de manera exitosa esta etapa en mi vida.

Al Instituto Tecnológico de Apizaco por las oportunidades brindadas durante este lapso, que fueron bien aprovechadas. Un agradecimiento en especial a mi asesora de residencia LAE. Ma. Valeria Montiel Márquez, por su apoyo y por compartir conmigo su conocimiento y experiencia para llevar a cabo de la mejor manera mi proyecto de residencia. De igual manera a mis profesores, pues fueron ellos quienes me guiaron por cinco años en mi formación académica.

A la empresa SmartSoft America Bussines Applications S.A de C.V., que me permitió realizar mi residencia profesional con ellos, a mi asesor el Ing. Guillermo Colmenares Mendoza por compartirme el conocimiento que ha adquirido a través de su larga experiencia laboral en el área de ventas, gracias a él aprendí mucho, tanto de su carrera profesional como de su persona y valores que debemos tener como futuros profesionistas.

¡Muchas Gracias!

José Luis Polvo Zempoalteca

Índice.

AGRADECIMIENTOS	1
RESUMEN.....	2
CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	6
Introducción.....	6
Descripción de la empresa.....	8
Funciones a realizar en el área de ventas.....	9
Organigrama.....	10
Problemas a resolver.....	11
Planteamiento del problema	11
Objetivo general del proyecto.....	12
Objetivos específicos.....	12
Justificación.....	13
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	14
Plan de negocios.....	14
Estructura de un Plan de Negocios	16
Índice	18
Resumen Ejecutivo	18
Mercadeo y Competencia	19
Producto y/o servicio.....	19
Fabricación.....	19
Proyecciones financieras.....	20
Resumen Ejecutivo.....	21
Descripción del negocio.....	21
Descripción del mercado.....	22
Plan Gerencial.....	22
Plan de Operaciones.....	23
Plan de Marketing y Publicidad.....	23
Ventas y Distribución	23
Aspectos financieros.....	24

Anexos	25
Título y Carátula.	26
Índice.	26
Resumen Ejecutivo.	27
Descripción de la Compañía.	27
Mercado y Competencia.	27
Producto / Servicio.	27
Mercadotecnia: ventas y promociones.	27
Financiamiento	28
Apéndice.	28
Consideraciones Legales.	28
Administración.	28
Plan Operativo.	28
Definición del Producto o Servicio.	28
Plan de Marketing.	29
El Plan de Operaciones.	29
Plan de Organización.	30
CAPITULO III: DESARROLLO.	32
Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.	32
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.	34
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	56
CAPITULO VI COMPETENCIAS DESARROLLADAS	58
ADAPTABILIDAD	58
CONTROL	58
COMPROMISO	58
TOLERANCIA AL ESTRÉS	59
INTEGRIDAD	59
PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN	59
CAPITULO VII: FUENTES DE INFORMACIÓN.	59
CAPITULO VIII: ANEXOS	61

RESUMEN.

Smartsoft America Bussines Applications S. A. De C. V. empresa 100% tlaxcalteca se dedica a la creación de productos con altos estándares tecnológicos y al desarrollo de softwares y aplicaciones, es donde se realizó el proyecto “Desarrollo y ejecución del plan de negocios para el producto de software Quick Meeting” en el área de ventas.

En Smartsoft America Bussines Applications se creó el software de Quick Meeting, herramienta dinámica, flexible y fácil de usar para la planificación de eventos que orienta a las personas a organizar encuentros de negocios entre (Empresas, Compradores y Proveedores).

El origen de este software se dio mediante un análisis de la planeación y la organización de encuentros de negocios B2B.

Quick meeting proporciona una solución segura y eficiente a aquellas personas que estén planeando eventos.

Este proyecto nos ayudará a verificar la viabilidad, ofertar y a posicionar el producto mediante la estructura que posee un plan de negocios.

El manejo del punto de equilibrio ayudará a determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no tener perdidas. En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y los gastos, al aumentar el nivel de ventas se obtiene utilidad, y al bajar se produce pérdida.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DEL PROYECTO.

Introducción.

En los últimos años se ha producido un importante crecimiento en el uso de las Plataformas de Negocio, debido a una serie de factores dentro de los cuales podremos resaltar los cambios en los hábitos para interactuar.

Los negocios entre clientes y proveedores, el incremento de los organizadores y la incorporación y fortalecimiento de los eventos, han originado la necesidad de optimizar la realización de encuentros cara a cara entre empresas y proveedores, mediante la estructuración de agendas previamente establecidas.

Por ello Smartsoft America Business Applications proporciona a la sociedad en general una herramienta dinámica, flexible y fácil de usar para planear eventos y llevar a cabo la administración de los encuentros de negocio.

Quick Meeting es una plataforma en línea que facilita el acceso de las personas a un evento por medio de un registro donde les permite visualizar la información detallada del programa y generar una agenda.

Administra el encuentro de negocios de manera efectiva por medio de un portal que agiliza el registro y maximiza la oportunidad de negociación entre empresarios.

Este manual proporciona los detalles y requerimientos para el uso de la plataforma Quick Meeting.

La plataforma fue diseñada para el encuentro de negocios B2B en los diferentes eventos nacionales que se realicen en cualquier estado de la república mexicana.

El presente nombre del proyecto “**Desarrollo y ejecución del plan de negocios para el producto de software Quick Meeting**” se realizó en la empresa Smartsoft America Business Application, en al área de ventas.

Smartsoft America Business Application es una empresa tlaxcalteca, en la cual se crean productos con altos estándares tecnológicos, actualmente en el mercado cuenta con productos que dan solución a las necesidades de sus clientes con sistemas enfocados a la Industria 4.0, softwares y diferentes Apps disponibles en Android y en IOS. Destacando el desarrollo de software a la medida, como un servicio con calidad internacional.

Para la elaboración del Plan de Negocios se toman en cuenta las bases teóricas de diferentes autores. Un plan de negocios es poder realizar sus actividades y cuantificarlas, a través de aspectos de administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos.

El Plan de negocios reflejará si el software de Quick meeting es viable y para verificar si reúne los requisitos necesarios para satisfacer las necesidades de los organizadores de eventos.

El presente documento deberá contar con una metodología adecuada, que permita que las investigaciones necesarias se realicen de manera exitosa.

Descripción de la empresa.

Nombre: Smartsoft America Business Applications S.A. de C.V.

Domicilio: Calle Adolfo López Mateos SN, Texcacoac, Chiautempan, Tlax.

Teléfono: +52 246 4668338

Giro: Industrial.

Actividad: Creacion y venta de Softwares y Aplicaciones.

SmartSoft America Business Applications.

En SmartSoft America BA, aplicamos el motor del cambio desde la fundación de la empresa en mayo de 2009, creamos productos con altos estándares tecnológicos, actualmente en el mercado contamos con productos que dan solución a las necesidades de nuestros clientes con sistemas enfocados a la Industria 4.0, de Internet de las Cosas, para PyMES, para el sector gubernamental, también para logística y diferentes Apps disponibles en Android y en IOS. Destacando el desarrollo de software a la medida, como un servicio con calidad internacional.

Misión de la empresa.

Somos una empresa de Investigación, Innovación, y Desarrollo Tecnológico enfocado a crear y mejorar productos y servicios de Software e Industria 4.0 de calidad que permitan incrementar el desempeño, competitividad y satisfacción de nuestros clientes.

Visión de la empresa.

Ser una organización de clase mundial que brinde productos y servicios de Software e Industria 4.0 cumpliendo con los más altos estándares de calidad, compromiso y eficiencia en beneficio de nuestros clientes, tomando como base la investigación, innovación y el desarrollo tecnológico.

VALORES.

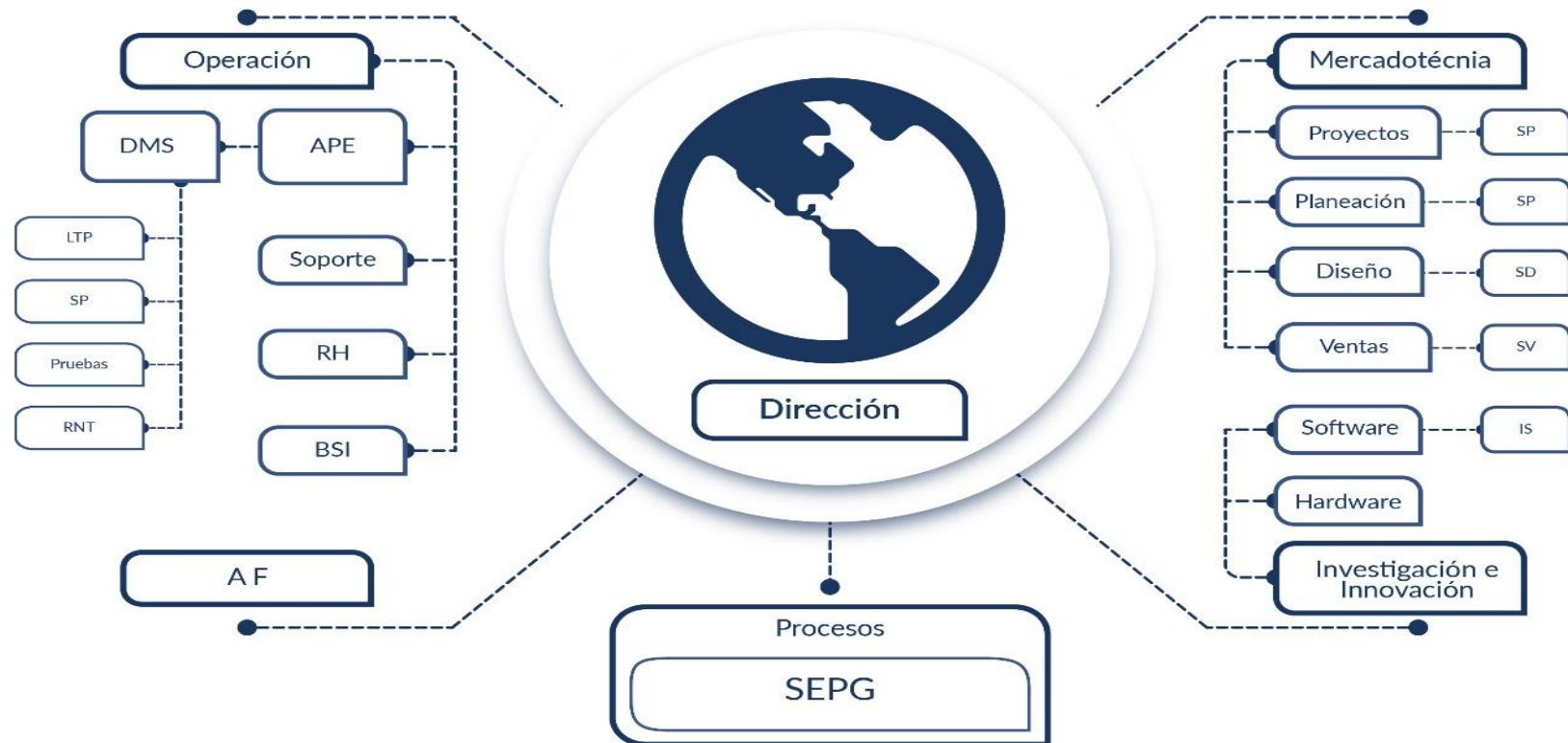
- Honestidad
- Responsabilidad
- Tolerancia
- Servicio
- Eficiencia
- Calidad

Funciones a realizar en el área de ventas.

Encargado de la aplicación I Choice.

- Búsqueda de prospectos.
- Concretar ventas.
- Revisión en el proceso en la orden de venta solicitada y dar comunicado al cliente del status de su material solicitado.
- Servicio postventa

Organigrama.



Problemas a resolver.

1. Crear un plan de negocios que ayude a identificar la rentabilidad del software.
2. Crear una presentación general del producto.
3. Reforzar la comunicación con el área de desarrollo.
4. Dar a conocer el producto de manera completa a nuestros clientes internos para que estos logren su venta.
5. Cotizaciones del software.
6. Crear un diagrama de ventas.

Planteamiento del problema

El siguiente proyecto se realizará en el área de ventas, debido a que no se cuenta con un proceso formal en el área para realizar las ventas de este software, siendo difícil identificar las actividades clave de este software, la constante falta de información por parte de las áreas dificulta el trabajo de la creación del plan de negocios.

La creación de un plan de negocios para Quick Meeting ayudará a la empresa a tener excelentes ingresos mediante la venta de licencias mensualmente, para lograr ese objetivo se debe trabajar con las áreas relacionadas o los participantes de la creación de Quick Meeting, logrando así crear una plataforma robusta con información que la respaldará para las ventas futuras.

Objetivo general del proyecto.

Crear un plan de negocios para iniciar la gestión, cotización y distribución del producto Quick Meeting, conocer la rentabilidad de éste, para beneficio de nuestra empresa

Objetivos específicos.

- Crear la infografía general de Quick Meeting.
- Mejorar la comunicación de los creadores de Quick Meeting con el área de ventas.

Análisis del problema

Antes de seleccionar el problema, se hizo un previo análisis para dar con la problemática mostrada en el presente proyecto.

Para poder llegar a la problemática se tomó en cuenta la falta de información del software Quick Meeting y en esa investigación se observó que teniendo la información correcta de este software y con las pruebas efectuadas este tendrá un gran valor en el mercado cubriendo las necesidades de los futuros clientes.

Justificación

El estudio del problema planteado constituye una necesidad para la empresa con los cambios metodológicos que se generan en la actualidad es necesario satisfacer las necesidades de los clientes, y por lo tanto documentar de forma correcta el software y agilizar las ventas con mayor prioridad, utilizando eficientemente los recursos de la empresa. La compañía tiene la capacidad para atender el mercado global, su eficiente distribución de software y aplicaciones han creado un gran valor para la empresa dentro del mercado.

El plan de negocios implementado ayudará a las áreas involucradas en el proceso de venta, ya que tendrán conocimiento de información detallada sobre el software Quick Meeting. Uno de los beneficios que se obtienen con nuestra plataforma ayudará a planear eventos, ya que no es una tarea fácil especialmente cuando la iniciativa del organizador es generar experiencias de alta calidad. Es por eso que surge Quick Meeting herramienta dinámica, flexible y fácil de usar para la planificación de eventos que orienta a las personas a organizar encuentros de negocios entre Empresas, Compradores y Proveedores.

Alcances:

- Proporcionar una solución segura y eficiente a aquellas personas que estén planeando eventos

Delimitaciones.

- Participación continúa del cliente para obtener la información necesaria para actualizaciones futuras al software.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se de tallaran los conceptos básicos, así como los componentes de un plan de negocios, analizando las teorías de varios autores para así poder realizar un plan de negocios que ayude a determinar la factibilidad del software Quick Meeting.

Los planes de negocios han sido creados para ayudar a los emprendedores a visualizar y plasmar mejor sus ideas, aterrizándolas correctamente y darles rumbo, servir como apoyo para darle a la empresa mayores probabilidades de éxito.

De acuerdo con García y Alcerrea (2000), es muy importante para todo emprendedor contar con una herramienta que le permita desarrollar, implementar y evaluar la factibilidad de implementar una idea para así disminuir riesgos. Esta herramienta es una de negocios, la cual ayudara a presentar de una manera tangible la idea.

Plan de negocios

Todos los autores coinciden en que un plan de negocios es un documento que permite conocer la información necesaria para analizar, evaluar y poner en marcha un proyecto, así como para buscar financiamiento de los inversionistas.

Un plan de negocios es poder realizar sus actividades y cuantificarlas, a través de aspectos de administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos. Pérez Sandi (2002)

El plan de negocios puede utilizarse tanto para la creación de una empresa como para una ya existente ya que éste permite analizar y evaluar las operaciones de la misma y así poder reorientarlas.

Existen muchas definiciones de un plan de negocios, pero finalmente todos los autores coinciden en que un plan de negocios es un documento que permite

conocer la información necesaria para analizar, evaluar un proyecto y ponerlo en marcha, así como para buscar financiamiento de los inversionistas.

Según comenta Stutely el plan “Expone un método para llevar a cabo cierta actividad en cierto periodo en el futuro” y esto puede realizarse para cualquier actividad y en cualquier periodo de tiempo (2000)

Watson y Wise (1997) proponen utilizar el plan de negocios como parte de un proceso continuo para tener un mayor control de lo que se realiza en la empresa.

Longenecker, Moore y Petty (2001), definen un plan de negocios como “un documento escrito que establece la idea básica que subyace en un negocio y determina también los aspectos o consideraciones que tienen que ver con su inicio. Para los negocios nuevos, un plan de negocios posee 4 objetivos básicos:

- Identificar la naturaleza y contexto que representa una oportunidad de negocios.
¿Por qué existe tal naturaleza?
- Presentar el enfoque que se pretende tomar para desarrollar la oportunidad
- Identificar los factores que más posibilidades tengan para determinar si se tendrá éxito.
- Servir como herramienta para captar recursos para el Financiamiento.

“Un plan de negocio es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio”. Si es preparado por una empresa existente sirve para asegurarse de que el crecimiento futuro se maneje adecuadamente: si es para un negocio nuevo, ayuda a evitar errores muy costos. El plan también sirve para obtener Financiamiento.

Rodríguez (2001) engloba el plan de negocios en lo que él llama “Planes de acción” refiriéndose a ellos como una orientación que dirige alguna área funcional de la empresa y del cual se derivan las decisiones, acciones y procedimientos de la dirección superior. En pocas palabras los planes de acción abarcan el propósito y

la directriz. Vistos en forma integral, forman la base para las decisiones de toda la empresa. De esta manera las funciones administrativas de acción y control se logran por medio de los planes de acción.

Hay muchas razones por las cuales es necesario realizar un plan de negocios, un ejemplo son las ocho razones de Gumpert para escribir un plan de negocios (cf. Watson y Wise, 1997), las cuales son:

1. Convencerse a uno mismo de la idea antes de realizar un compromiso financiero y personal significativo.
2. Obtener un préstamo al banco.
3. Atraer inversionistas potenciales.
4. Convencer a otras compañías con las cuáles desee formar alianzas.
5. Explicar cómo funciona su empresa a las compañías con las cuales le gustaría establecer contratos a largo plazo.
6. Atraer empleados.
7. Ayudar a las fusiones o a las adquisiciones.
8. Asistir a los directivos para establecer metas y planeación a largo plazo.

Estructura de un Plan de Negocios

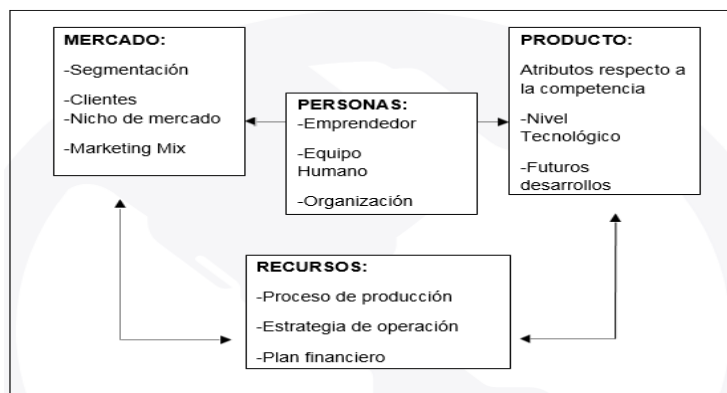
Hay muchos autores que mencionan como debemos redactar y estructurar el plan de negocios, y dan una guía para elaborarlo, sin embargo, la mayoría de estos coinciden en que para elaborar un plan de negocios es necesario ser creativo y personalizarlo de acuerdo a las necesidades de cada empresa y a quién irá dirigido.

También, debe ser un documento que atraiga la atención del lector y sea fácil de leer, debe de ser conciso y consta de dos partes fundamentales: una descripción del negocio y mercado, y la otra donde se tratan aspectos financieros.

Para M. Ollé y otros (1998), al crear una nueva empresa es necesario tomar en cuenta cuatro elementos importantes como son: el mercado, producto, las personas y los recursos, tal como se muestra en la tabla 2.1

Tabla 2.1

“Elementos imprescindibles para una nueva empresa”



Plan de Negocios de Pérez-Sandi (2002)

El redactar un plan de negocios es como elaborar el currículum de la empresa ya que es como una referencia que entre otras cosas ayuda a conseguir inversiones, así como para convencerse de la idea, definir y examinar detalladamente todos los aspectos para crear la empresa.

Plan de Negocios

- Título y carátula
- Índice
- Resumen ejecutivo
- Mercado y competencia
- Producto y /o servicio
- Fabricación
- Proyecciones financieras
- Título y carátula

Es la portada, incluye el nombre de la compañía, nombre de los socios, dirección, teléfono de la empresa y logotipo.

La caratula es la primera página del plan de negocios y debe contener la siguiente información:

Nombre de la compañía, dirección, número telefónico, número de fax y dirección electrónica.

Logotipo de la compañía.

Nombres, puestos, direcciones, y números de teléfono de los propietarios y ejecutivos.

Fecha en que se emitió el plan de negocios

Número de la copia (para llevar el control de cuántos ejemplares están en circulación)

Nombre de la persona que lo preparó, si es que es diferente de los propietarios y los ejecutivos clave.

Índice

En esta parte se marcarán los puntos que seguirán al resumen ejecutivo a fin de consultar y encontrar rápidamente la información. Ofrece un listado secuencial del plan, con números de página. En otras palabras, el contenido no es más que un índice de las partes que contiene el documento del plan de negocios.

Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo es determinante para captar la atención del inversionista en un minuto. Debe transmitir un cuadro claro y conciso de la aventura propuesta y, al mismo tiempo, crear un sentido de entusiasmo respecto de sus posibles. Esto significa que debe ser escrito y si es necesario reescrito para que sea claro y cree interés. Esto significa que el resumen ejecutivo viene al principio del plan de negocios, ofrece un panorama general de todo el plan y debe escribirse hasta el

final del proceso. Este documento ayuda a vender la idea del negocio, resumiendo tres rubros fundamentales, como son:

La definición de la empresa: Naturaleza del negocio y descripción del mismo.

El ambiente: Estrategias, análisis, desarrollo, operación, mercadotecnia y administración, responsables y directivos, personal y organización.

Factores financieros: Estados financieros de resultados, de flujos de efectivo y balance general. En suma, informa quién está a cargo del proyecto, sus directivos, la experiencia y capacidades de los miembros que conforman el negocio. Habla acerca de la naturaleza del negocio, forma legal de operación, cantidad y propósito del préstamo solicitado, participación del prestatario y los beneficios que se ofrecen.

Abarca cinco áreas: la técnica, la mercadotecnia, la financiera, humana y administrativa. Ofrece un concepto de la empresa, presenta los objetivos y el producto con detalle.

Mercadeo y Competencia

Describe a sus clientes potenciales: quiénes y cuántos son y cómo llegará a ellos. Analiza la presencia o ausencia de la competencia, considerando sus ventajas y la de los competidores.

Producto y/o servicio.

Describe el producto con detalle, hasta la fijación de precios y su distribución. Si es una empresa de servicios, describe lo que ofrece, cómo lo comercializará y los niveles esperados de demanda.

Fabricación.

Detalla desde la manufactura y la materia prima y su elaboración.

Proyecciones financieras.

Información financiera, respaldos u otras fuentes, presupuesto a doce meses, ingresos a cinco años, proyección de flujo de efectivo. balance y análisis del punto de equilibrio.

Plan de Negocios de Kushell (2001)

Para Kushell el plan de negocios es la validación de su idea, es una herramienta que ayuda a reducir la incertidumbre y saber si las cifras y análisis realizados tienen sentido.

También da una guía para elaborar un plan de negocios para lo cuál se deberán seguir los puntos que se muestran a continuación:

“Plan de negocios de Kushell”

El Plan de Negocios

- I. Resumen ejecutivo
- II. Descripción del negocio
- III. Descripción del mercado
- IV. Plan gerencial
- V. Plan de operaciones
- VI. Plan de marketing y publicidad
- VII. Ventas y distribución
- VIII. Aspectos financieros
- IX. Anexos

Fuente: Kushell, 2001, pp.76-88.

Resumen Ejecutivo.

El resumen ejecutivo debe ser una breve síntesis del plan de negocios. En una o dos páginas (pero no más), deberá permitir que un tercero entienda la esencia de su negocio. En esta parte no se deben dar detalles, simplemente una síntesis de lo que se desarrollará más adelante, es la oportunidad para convencer a alguien de que lea el resto.

Aunque es una de las partes más importantes del plan y es lo que debe ir primero, el resumen ejecutivo se debe escribir al final, por una buena razón. No se puede hacer una síntesis precisa sino después de haber pensado en todos los detalles, cosa que la mayor parte de la gente no hace sino hasta después de haber elaborado sus planes de negocios.

Sin embargo, después de este resumen se deberá dar a los lectores una idea sobre qué van a encontrar en cada una de las principales secciones: Producto y /o servicio, descripción del mercado, plan gerencial, operaciones, marketing y publicidad, ventas y distribución y aspectos financieros.

Hay que utilizar esta sección a manera de abrebocas ya que la mayor parte no continuará con la lectura y con ella pueden darse cuenta que tan bien está elaborado el resto del documento.

Descripción del negocio.

A. Introducción: Hay que utilizar esta introducción para explicar rápida y concisamente la esencia del negocio, comenzando por describir qué hace, qué produce y /o que servicio ofrece, ilustrando los atributos del servicio o producto.

B. Antecedentes: Es uno o dos párrafos, donde se explica de dónde proviene la idea de la empresa. Es la oportunidad para hacer gala de la intuición y los conocimientos que se tienen del negocio.

C. Descripción del producto o servicio: Si se tienen varios paquetes, modelos o productos diferentes, hay que separar con claridad cada uno y enseguida describir las diferencias en detalle, es necesario ser específico y muy claro acerca de qué proveerá la empresa a los clientes así como indicar cuanto pagarán los clientes por cada producto o servicio

D. Constitución legal: Hay que describir la condición legal de la empresa.

Descripción del mercado.

Esta descripción del mercado debe incluir clara y específicamente cuál es el mercado objetivo y también debe poner énfasis en la necesidad que piensa satisfacer; se debe incluir la investigación de mercado realizada así como las encuestas, también se podrá incluir la segmentación de mercado en el cual se identifican los clientes potenciales para la empresa.

Segmentando a los clientes en grupos diferentes puede ayudar a identificar características de cada grupo. También hay que indicar claramente quienes son los clientes objetivo y porqué, identificar a los competidores y mostrar cuál es su participación en el mercado, cuáles son las estimaciones y cuáles sus proyecciones sobre la posible participación.

Plan Gerencial.

En esta sección se deberá describir los antecedentes, de qué manera la experiencia es pertinente para lo que hace la compañía, quién estará a cargo de cuáles funciones y cómo se remunerará a los empleados. También hay que indicar a quiénes se les pagará por comisión y quiénes devengarán un salario. Hay que hacer una lista de cargos que tendrán los miembros de la empresa y explicar sus responsabilidades.

Plan de Operaciones.

El plan de operaciones se puede realizar de dos maneras diferentes, para explicar los procesos que se utilizarán para fabricar y distribuir sus productos a los clientes o para prestar servicio a los mismos.

Se debe de crear un diagrama de flujo de operaciones que indique la planeación cuidadosa de la fabricación, entrega del producto o servicio. Hay que especificar los pasos que se seguirán desde el instante en que el cliente hace un pedido hasta que se presta el servicio final y se recibe el pago.

Plan de Marketing y Publicidad.

El plan de marketing es muy importante ya que es la forma en que el cliente se entera de la existencia de la empresa, por lo tanto hay que identificar que métodos de marketing o publicidad se utilizará como divulgación.

También hay que identificar en orden de importancia descendente, los canales de marketing más confiables y describirlos brevemente, se debe ser específico y mencionar los contratos ya asegurados o las relaciones establecidas que se tengan para comercializar los productos. Así mismo, se debe identificar a cuántos clientes se espera llegar a través de cada canal. Si se puede canjear espacio publicitario o promover el producto o servicio en intercambio con otra empresa.

Ventas y Distribución

En esta sección se describe como se piensa vender el producto, es decir, si será a través de una organización, tiendas locales, en la escuela, por correo, etc. y los arreglos a los que se llegaron con los vendedores deberán ser detallados también, así como la forma en que se recolectarán los pagos, las fechas, si será pago anticipado, en el punto de venta, mediante facturación, etc.

Aspectos financieros

Para comenzar esta sección se debe realizar una breve descripción de cuál será el costo de establecer y capitalizar la empresa, de cómo se planea ganar dinero, cuáles son los ingresos y los costos.

Además deberá contener la siguiente información financiera crucial: Costos por unidad, costo de productos vendidos, estados de ingresos, estadísticas históricas, balances y un análisis del punto de equilibrio. Si se busca conseguir un préstamo bancario o capital de riesgo, existen pautas muy estrictas que se deberán seguir.

El estado de ganancias es de gran importancia para todo documento financiero ya que después de las proyecciones financieras es lo primero que la mayor parte de la gente querrá revisar en esta sección y muchas veces de todo el plan.

Un estado de ganancias indica cuánto ha ganado la empresa durante un período específico (por lo general un año o un mes). Básicamente se trata de un estado financiero que identifica cuánto dinero ha generado, cuánto ha gastado y cuánto le queda como resultado. Es un documento que no se debe maquillar para que parezca más atractivo, porque es el mejor indicador de estabilidad financiera de la empresa.

Si aún no se han tenido ganancias, se deberá elaborar un estado de ganancias pro-forma, en el cuál se calculan cuánto dinero se gastará y ganará en un período determinado como se muestra en la tabla 2

Tabla 2.5 “Formato para elaborar el estado de ganancias”

Estado de ganancias	
Ventas	\$10,000
CBV (Costos de Bienes Vendidos)	\$3,000
Utilidad Bruta	\$7,000
Gastos Variables	\$1,000
Gastos Fijos	\$2,000
Ganancia antes de impuestos	\$4,000
Impuestos (25%)	\$1,000
Utilidad Neta	\$3,000

Anexos

Los anexos pueden incluir elementos que suministran información adicional para los lectores. Estos podrían incluir artículos publicados en la prensa, cuadros y gráficas, folletos, fotografías, contratos, documentos legales y otros. Al utilizar este tipo de información adicional lo único que se tiene que recordar es:

Asegurarse de referenciarlos con números en el texto plan.

Rotular claramente cada anexo.

Colocarlos en la parte final en el mismo orden en que figuran en el plan.

Separar la sección de anexos de la misma manera en que separaría cualquier otra sección del plan.

Plan de Negocios Estándar de Watson y Wise (1997)

En el plan de negocios cada sección es una descripción detallada o bien representa un panorama de la empresa. La organización del mismo depende del tipo de

empresa y el orden de cada parte así como su desarrollo dependerá de la empresa. En la tabla 2.6 se muestra el plan de negocios estándar propuesto por estos autores.

Plan de Negocios Estándar

1. Título y carátula
2. Índice
3. Resumen ejecutivo
4. Descripción de la compañía
5. Mercadeo y competencia
6. Producto / servicio
7. Mercadotecnia: ventas y promociones
8. Financiamiento
9. Apéndice

Título y Carátula.

La carátula es la presentación, como la portada, donde se muestra el nombre de la compañía,, dirección, contactos personales y número telefónico.

Índice.

Los lectores del pan de negocios muchas veces no lo leen en el orden que tiene sino que se van al sumario, a los detalles o al resumen, por lo que el índice ayuda al lector a saber por dónde empezar.

Resumen Ejecutivo.

Esta es quizá la parte más importante del plan ya que es la parte que más leen. Algunos lectores utilizan esta sección para evaluar si vale la pena o no seguir leyendo. Contiene cuatro áreas: la técnica la mercadotecnia, la financiera y administrativa.

Descripción de la Compañía.

En esta parte se describe la estrategia, los objetivos y la visión sobre el equipo administrativo así como la experiencia, las capacidades y destreza del mismo.

Mercado y Competencia.

En esta sección del plan de negocios, se describe a los clientes potenciales del negocio, así como la consideración de la competencia y cómo se manejará la misma.

Producto / Servicio.

Se debe describir el producto detalladamente, así como el proceso, desde la materia prima, manufactura, los precios y distribución. En el caso de una empresa de servicios será necesario describir el servicio que ofrece, la comercialización del mismo y sus precios. También se deberá especificar la demanda esperada y cómo será satisfecha.

Otro punto importante para esta sección es que se debe incluir si el producto y/o servicio se protegerá con una patente o marca registrada.

Mercadotecnia: ventas y promociones

En esta parte se describirá con detalle como será la promoción del producto, es decir, si será por promociones, que tipo de publicidad se utilizará, cuál medio es el apropiado para el producto o servicio, si se utilizarán encuestas, así como si se contará con la asesoría de una agencia de publicidad.

Financiamiento

La parte de financiamiento es la que contiene toda la información financiera proyectada, como el flujo de efectivo, ingresos o pérdidas y el balance general; en él se puede incluir cualquier respaldo o fuentes financieras. En cuanto a la información del financiamiento se deberá contemplar el equipo que necesite financiamiento.

Apéndice.

Para cualquier material extra que no se ajuste a las secciones del plan de negocios pero que sea útil se podrá incluir en el apéndice. Algunos de estos materiales pueden ser, currículum vitae de los miembros del equipo administrativo, cartas de clientes satisfechos, gráficas, reglamentos, etc.

Consideraciones Legales.

Esta sección es un apartado especial donde se deberá incluir cualquier tema legal que no se presente en otras secciones del plan de negocios.

Administración.

También como sección especial se podrá describir la estructura administrativa de la empresa si es que no está incluida en otra sección.

Plan Operativo.

Este incluye los detalles de cómo elaborar el producto o bien puede aparecer en la parte de producto.

Definición del Producto o Servicio.

Debemos saber qué innovación aporta el nuevo producto o servicio que lo haga claramente diferente de los ya existentes en el mercado. La innovación no está ligada a sofisticados proyectos de alta tecnología sino también puede ser entendida como un nuevo concepto de producto, una nueva forma de distribución o una presentación diferente del servicio.

Plan de Marketing.

El nuevo negocio debe basarse en una clara orientación al cliente ya que las necesidades de éstos son la única razón de la existencia de un negocio.

Una buena definición del negocio es clave para el éxito inicial y futuro de la nueva empresa ya que es la base para todas las actividades de marketing y comerciales de la empresa y es lo que asegura la coherencia interna.

El plan de marketing define la estrategia y la dirección en la que la que se deben enfocar los esfuerzos para generar ventas. Es igualmente importante que genere la confianza de los posibles inversionistas en la posibilidad de convertir una idea y los recursos en una fuerte posición de mercado y, en consecuencia, en un flujo continuo de beneficios.

Debe de especificar como llegar al cliente, las herramientas de las que dispone el emprendedor para llegar al mercado, la estrategia de precios, promoción y distribución. Las ventas dependerán de la eficacia de la estrategia de marketing.

El Plan de Operaciones.

El plan de operaciones es una parte fundamental del plan de empresa o de negocios y sus objetivos básicos son:

- 1) Establecer los procesos de producción/ logísticos /de servucción más adecuados para fabricar/ comercializar/ prestar los productos/ servicios definidos por el plan
- 2) Definir y valorar los recursos materiales y humanos necesarios para poder llevar a cabo adecuadamente los procesos anteriores.
- 3) Valorar los parámetros básicos asociados a los procesos y recursos, y comprobar que son coherentes con los condicionantes y limitaciones esenciales impuestos por el entorno, la definición del negocio, las estrategias generarles del mismo y otros componentes del plan de empresa.

Plan de Organización.

Otros temas importantes a considerarse para la realización del Plan de Empresa son:

- a) Motivación en general y las motivaciones personales del emprendedor.
- b) Cómo seleccionar al personal.
- c) Formación de un equipo de trabajo.

El Plan económico y financiero.

Muchos emprendedores, tienen una visión de la función financiera como un freno a la creatividad y a la innovación, como un mal necesario y, de ahí, el descuido por estos temas que trae como consecuencia el fracaso.

Activo Fijo: representa la inversión inicial que permite poner en marcha un negocio.

El activo fijo inicial representa el inmobiliario material, pero también el inmaterial, es decir, todos aquellos gastos de puesta en marcha del negocio que tendrán un efecto largo en el tiempo y que puedan amortizarse en varios períodos.

La definición del activo circulante inicial, debe considerar todos los aspectos relacionados en los planes anteriores, poniendo especial énfasis en las condiciones de mercado y el saldo de tesorería de gestión de la empresa.

Una vez que hemos decidido la estructura del activo inicial, se debe revisar una vez más si los elementos que lo componen son suficientes para cumplir con los objetivos de mercado que se han propuesto; si esto es así, entonces se podrá comprobar si realmente este activo es capaz de producir la riqueza necesaria para cubrir la estructura de gastos fijos necesaria.

Los gastos de la estructura fija son fundamentales porque darán la idea del margen de contribución que deberá generar la actividad para poder cubrirlos y producir los

resultados económicos positivos; si al precio de venta de cada producto se le descuentan todos los costos variables directamente relacionados con las ventas, se origina el margen de contribución unitario.

El volumen de ventas por el margen de contribución unitario determina el margen de contribución igual a los costos fijos, entonces se alcanza el punto de equilibrio (punto muerto, umbral de rentabilidad, etc.) Si se consigue superar el punto de equilibrio con el nivel de ventas propuesto, quiere decir que el plan de inversiones y la estructura de gastos propuesta son, en principio, viable económicamente. En caso de que no fuera así, se debe ajustar la relación margen de contribución / costos fijos, incrementando la primera o disminuyendo la segunda.

CAPITULO III: DESARROLLO

Procedimiento y descripción de las actividades realizadas.

1. Selección del nombre del proyecto.

Para esta actividad se escogerá el nombre apropiado para el proyecto.

Mismo que indicara de lo que se hablará en dicho proyecto

2. Identificación de la necesidad de tener un software inteligente.

En esta actividad se analizarán las necesidades de las empresas, estudiantes y clientes organizadores de foros empresariales. O actividades similares

3. Delimitación y justificación del proyecto.

Se plantearán los alcances del proyecto, así mismo se explicarán las razones del por qué se realiza el plan de negocios

4. Objetivos del proyecto.

Se plasmará el objetivo general y los específicos que se esperan alcanzar con el proyecto

5. Marco teórico.

Se indagará en diferentes fuentes de información para obtener definiciones y conceptos claros, precisos y específicos sobre qué es o debe llevar nuestro proyecto.

6. Desarrollo del Plan de negocios.

Se desarrollarán cada una de las etapas que debe llevar dicho plan.

7. Revisión de proyecto con asesor externo.

Se hará una revisión minuciosa del proyecto con asesor interno.

8. Revisión de proyecto con asesor interno.

Se hará una revisión minuciosa con la asesora interna.

9. Correcciones al proyecto.

Se harán las correcciones que se identificaron con cada uno de los asesores

10. Revisores de fuentes de información.

Se revisará que cada una de las fuentes este en formato APA y que estas sean confiables.

11. Conclusiones.

Se realizará la conclusión e dicho proyecto. La experiencia adquirida.

12. Revisión final.

Se hará la revisión final con ambos asesores ya con cada una de las mejoras sugeridas en la tarea 7 y 8.

:

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En este capítulo se mostrara de manera completa la estructura del plan de negocios que servirá como una guía para la venta del software Quick Meeting, cumpliéndose así el objetivo general del trabajo.

Conocer los aspectos más relevantes que influyen en la implementación del negocio, el análisis de la viabilidad del proyecto y proponer la cotización del software Quick Meeting servirá como guía al ejecutivo de ventas y así pueda concretar ventas.

En General Smartsoft America Business Applications S. A. de C. V. implementara el plan de negocios que se presentará a continuación:

SmartSoft America Business
Applications S.A. De C.V.

PLAN DE NEGOCIOS



NOMBRE DEL PRODUCTO:
“Quick Meeting”

Resumen Ejecutivo

Nombre y descripción concreta de producto:

“Quick Meeting”

Plataforma en línea que facilita el acceso de las personas a un evento por medio de un registro ya sea empresas, estudiantes o visitantes, les permite visualizar la información detallada del programa y generar una agenda. Administra el encuentro de negocios de manera efectiva por medio de un portal que agiliza el registro y maximiza la oportunidad de negociación entre empresarios. Quick Meeting es una plataforma para la administración de eventos con B2B, permite ofertar uno o más eventos al mismo tiempo, controlarlos desde un mismo navegador, facilitando el acceso de las personas al evento por medio de un registro de perfil configurable que permite visualizar la información detallada del programa y generar una agenda.

Quick meeting cuenta con las siguientes características:

- Coordina y favorece el encuentro de negocios entre empresarios (b2b).
- Visualización de las empresas participantes.
- Envío masivo o particular de invitaciones desde la plataforma.
- Genera reportes que te permiten medir el impacto alcanzado.
- Facilita la administración de las agendas a los participantes.

- El sistema permite que los participantes gestionen su propia agenda de negocios dándole el rol de modulador al administrador.
- Le permite cumplir con su programa de actividades y el objetivo del evento.

Necesidad, Problemática u oportunidad identificada

El estudio del problema planteado constituye una necesidad para la empresa con los cambios metodológicos que se generan en la actualidad es necesario satisfacer las necesidades de los cliente, y por lo tanto documentar de forma correcta el software y agilizar la venta es la mayor prioridad, utilizando eficientemente los recursos de la empresa.

La compañía tiene la capacidad para atender el mercado global, su eficiente distribución de software y aplicaciones han creado un gran valor para la empresa dentro del mercado.

Los beneficios que se obtienen con nuestra plataforma ayudará a planear eventos ya que no es una tarea fácil, especialmente cuando la iniciativa del organizador es generar experiencias de alta calidad.

Es por eso que surge Quick Meeting herramienta dinámica, flexible y fácil de usar para la planificación de eventos que orienta a las personas a organizar encuentros de negocios entre Empresas, Compradores y Proveedores.

Quick meeting proporciona una solución segura y eficiente a aquellas personas que estén planeando eventos a nivel nacional.

Descripción de la innovación.

Quick Meeting es una herramienta mexicana y brinda al cliente:

Mayor productividad: Reuniones sin limitaciones, interfaz despejada, comunicación clara.

Incremento de sus Ventas: Reuniones ilimitadas en línea significa más tiempo para reunirse con clientes y menos gastos de desplazamiento, por lo que podrá cerrar tratos un 20% más rápido.

Seguridad: Toda información incluida en la plataforma cuenta con contraseñas y datos personales de usuarios que están completamente protegidos.

Código QR: Cada usuario al descargar la app cuenta con un código QR personal, al escanear el código de algún usuario aparece en automático la información del perfil buscado.

Personalizable: Se adapta a las necesidades y requerimientos del evento.

Soporte técnico: brindamos asesoría y atención telefónica impartida por profesionales para un servicio de calidad.

Análisis de Competencia

Competencia directa

Converve	más de 500 participantes	
	Price EUR	Events p.a.
	E 7.500,00	one event
	E 5.635,00	2-5 events
	E 4.950,00	more that 5 events
	• No cuenta con servicios adicionales • módulo de pago • servicios en sitio • Después de realizar el pedido se cobrará la tarifa por evento	
	• Cuenta con una versión móvil. • Módulo de registro • Módulo de agenda de reuniones • Búsqueda de requerimientos para agendar reuniones • Programaciones de mensajes / reuniones • Búsqueda de participantes • Reportes Facilita la creación de redes en línea entre los asistentes • Reuniones de negociación b2b • Programa de compradores alojados • Expositores • Ferias comerciales	

	Características	Aplicación móvil para eventos	Página web
EVENTTIA	*Registro Online y Tickets *Cupones de descuento y entradas *Gestiona tu lista de invitados *Lanzamiento de encuestas *Facilita el pago *Gestiona Facturas *Envía Correos *Genera Badges y escarapelas *registro t seguimiento de asistentes *Administra el programa del evento *Administrador de tareas *Colaboración en equipo y gestión de permisos *Involucra a tus asistentes antes del evento *Crea distintos perfiles para Networking *Controla el tiempo y la duración de la reunión *Genera oportunidades de negocio *Notifica a tus asistentes *Genera Formulario para el Networking *Diseña agendas modulares *Assign meeting space	*Aplicación progresiva *Perfil de asistente *Notificaciones por SMS *Agendas personalizadas *Ponentes *Mapa *Preguntas y respuestas *Encuestas en vivo	*Crear páginas web únicas *Usa plantillas de diseño *Construye un diseño receptivo *Comunica tu identidad *Realiza actualizaciones en tiempo real *Personaliza la URL *Monitoreo de los datos detallados

Schedule Once	BASIC	PROFECCIONAL	EMPRESA
	1 página de reserva por usuario *	2 páginas de reserva por usuario *	3 páginas de reserva por usuario *
	• Reservas ilimitadas • Sistema multiusuario • Soporte completo de zona horaria • Reserva con aprobación • Reserva automática • Integración de calendario • Recordatorios y seguimientos • Notificaciones SMS • Cancelar / reprogramar la política • Reasignación de reserva • Localización • Integración de zapier • Integración de pagos	• Múltiples tipos de eventos • Páginas maestras • Formularios de reserva personalizados • Temas personalizados • Integración de sitios web • Redireccionamiento automático • Enlaces personalizados • Paquetes de sesión • Sesiones de grupo • Clientes • Informes • Infusionsoft la integración • Integración de zoom • Integración de GoToMeeting	• Múltiples métodos de distribución • Grupos de recursos • Reuniones de panel • Notificaciones personalizadas • Integración de formularios web • Correo electrónico de tu dominio • Dominio de reserva personalizado • Políticas de seguridad personalizadas • Cumplimiento de la ley HIPAA • Recursos de la reunión • Texto editable de la interfaz del cliente • Integración de la API • Integración de salesforce • Integración de WebEx

Go To Meeting		
STARTER	PRO	PLUS
10 participantes	150 participantes	250 participantes
• Audio web • Pantalla compartida • Reuniones ilimitadas • Acceso telefónico a conferencias • Vídeo en alta definición con 11 cámaras web • Seguro • Atención al cliente ininterrumpida • Aplicaciones móviles	• Audio web • Pantalla compartida • Reuniones ilimitadas • Acceso telefónico a conferencias • Vídeo en alta definición con 25 cámaras web • Seguro • Atención al cliente ininterrumpida • Aplicaciones móviles • ¡Nuevo! Bloqueo de reuniones • Sala personal de reuniones • Grabaciones ilimitadas • Herramientas de dibujo • Ratón y teclado compartidos • Directorio activo	• Audio web • Pantalla compartida • Reuniones ilimitadas • Acceso telefónico a conferencias • Vídeo en alta definición con 25 cámaras web • Seguro • Atención al cliente ininterrumpida • Aplicaciones móviles • Nuevo, Bloqueo de reuniones • Sala personal de reuniones • Grabaciones ilimitadas • Herramientas de dibujo • Ratón y teclado compartidos • Directorio activo • InRoom Link

Attendium	Básico mensual	Prima mensual	Deluxe mensual
Principales características: • Lista de invitados • Invitaciones • Analítica • Permisos • Importaciones y exportaciones • Fuera de línea habilitada	Invitados ilimitados	Invitados ilimitados	Invitados ilimitados
	5 dispositivos activos a la vez	10 dispositivos activos a la vez	60 dispositivos activos a la vez
	135 USD	270 USD	675 USD

Ventaja Competitiva

Quick Meeting es una plataforma que contribuye a la planeación de eventos y a diferencia de sus competidores ofrece:

Registro

Genera un usuario y contraseña

facilita el registro y los segmenta por perfil:

Empresario

Comprador

Proveedor

Estudiantes o Visitantes

Coordina y favorece el encuentro de negocios entre empresarios (b2b).

Visualización de las empresas participantes.

Envío masivo o particular de invitaciones desde la plataforma.

Genera reportes que te permiten medir el impacto alcanzado.

Facilita la administración de las agendas a los participantes.

El sistema permite que los participantes gestionen su propia agenda de negocios dándole el rol de modulador al administrador.

Le permite cumplir con su programa de actividades y el objetivo del evento.

Agenda

Visualiza de manera detallada las actividades programadas del evento.

Le permite enviar una solicitud de reunión.

Visualizar sus invitaciones enviadas y recibidas, así como, descargar la agenda.

Mesas

Las citas de las reuniones se realizan bajo la modalidad uno a uno teniendo un tiempo asignado para cada encuentro.

El arreglo de las mesas de negociación se establece de manera estratégica con la finalidad de contar con un ambiente de privacidad para poder establecer en sesiones cortas un intercambio de información que permita determinar el potencial de hacer negocios entre las empresas.

Empresario

Se presenta un formulario el cual solicita al empresario información básica de la empresa y del representante que asistirá al evento, al finalizar su registro obtendrá un usuario y contraseña que le permitirán acceder al sistema.

El empresario deberá indicar el perfil que desempeñará en el evento este puede ser “Proveedor o Comprador”, esto con el finalidad de que el sistema les muestre a las empresas que van de acuerdo con sus preferencias.

El empresario deberá de indicar el día o los días que asistirá al Encuentro de Negocios para el manejo de su agenda durante su estancia en el evento.

En caso de que el empresario no quiera participar solo deberá indicarlo al llenar el formulario y no será tomado en cuenta para el encuentro de negocios.

En general Quick meeting a comparación con su competencia muestra atributos con superioridad que hacen que sea una plataforma única.

Está diseñado de manera accesible, con la finalidad de cubrir con los requerimientos del cliente, es decir; en caso de que requiera alguna personalización se le puede incluir.

Debido a que es un producto intangible no cuenta con empaque, pero si dentro de la plataforma cuenta con una imagen representativa dependiendo al evento que se vaya a realizar.

FODA

Amenazas	Oportunidades
• Productos sustitutos. • Plataformas genéricas. • Precios no competitivos. • Competencia cada vez más fuerte y con inversiones agresivas en difusión. • Alternativas gratuitas. • Empresas competidoras.	• Empresas organizadoras de encuentros de negocio. • Existencia de mercados emergentes a los que enfocar los productos. • Eventos en toda la republica mexicana todo el año.
Fortalezas	Debilidades
• Aprovechamiento en cuestión a tiempos. • Seguridad de la información. • Personalización de la plataforma con los requerimientos del cliente. • Calidad del servicio. • Precios competitivos. • Coordina a proveedores y compradores. • Cuenta con App para usuarios. • Código QR por participante que descargue la App.	• Falta de posicionamiento en el mercado • Soporte técnico ineficiente • Falta de publicidad • Falta de ejecutivo de ventas del software

Análisis de entornos

Análisis del Entorno Externo

Económico

Con el desarrollo de Quick Meeting los clientes tendrán una reducción en cuanto a sus gastos económicos:

Reducción de gastos de desplazamiento.

Se pueden reunir varias veces clientes o compradores sin gastar neumáticos y así mismo se reducen los gastos de viaje y acelere el progreso.

Reducción de tiempos Muertos.

Con plataforma puedes agendar tus reuniones y así se ahorra tiempo para emplearlo en otras actividades que puedan incrementar tus ingresos.

Con el encuentro de negocios es más fácil cerrar tratos.

Social

En los últimos años se ha producido un importante crecimiento en el uso de las Plataformas de Negocio, debido a una serie de factores dentro de los cuales podríamos resaltar los cambios en los hábitos para interactuar y hacer negocios entre clientes y proveedores, el incremento de los organizadores y la incorporación y fortalecimiento de los eventos, lo que han originado la necesidad de optimizar la realización de encuentros cara a cara entre empresas y proveedores, mediante la estructuración de agendas previamente establecidas.

Por ello Smartsoft proporciona a la sociedad en general una herramienta dinámica, flexible y fácil de usar para planear eventos y llevar a cabo la administración de tus encuentros de negocio.

Tecnológico-Ambiental.

Actualmente, el mundo se encuentra inmerso en el paradigma de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, herramientas que hoy en día, son los elementos esenciales para el desarrollo social y el crecimiento económico, en particular, la infraestructura de TIC (Tecnologías de la información y Comunicación) ha traído mucha inversión y generado importantes ingresos y oportunidades de empleo.

Esto sucede no sólo por los ingresos que esta actividad puede generar y porque su principal insumo es el capital humano, sino por el impacto transversal que el uso de las TI puede tener en todos los sectores económicos, desde la manufactura hasta las actividades agrícolas, así como en la educación, la salud, el gobierno, la seguridad, los derechos humanos y el desarrollo individual.

Quick Meeting proporciona a las empresas de organización de eventos tecnología de punta que permiten elevar la productividad y, por lo tanto, lograr una economía más competitiva.

Estructura Ideológica.

Carácter

Para identificar los caracteres respondemos a las siguientes preguntas:

¿Qué necesidad cubre mi producto?

Administra, coordina y favorece el encuentro de negocios de manera efectiva por medio de un portal que agiliza el registro y maximiza la oportunidad de negociación entre los empresarios.

Facilita la administración de las agendas a los participantes

Permite cumplir con su programa de actividades y el objetivo del evento.

¿Quién lo compra?

Aquellas personas que tienen la inquietud y realizan eventos empresariales, cabe mencionar que el perfil del cliente suele ser de mujeres y hombres de entre 25 y 50 años; y por tratarse de eventos corporativos y encuentro de negocios, estos clientes suelen ser gerentes, encargados de mercadotecnia, o personal de Recursos Humanos, así como también pueden pertenecer a un comité organizador o a una dependencia del sector turístico.

¿Por qué lo adquiriría?

Porque es hecho por recurso humano mexicano y además proporciona soporte técnico telefónico que ayuda al cliente a mejorar el uso de la plataforma para la planeación y control de su evento y el sistema es:

Innovador

Buena interacción y/o funcionalidad

Gratuito para descargar la app

Seguro (Muestra exactamente lugares, mesas, así como horarios para agendar reuniones o citas)

Puedes realizar conferencias y ofrecer productos dentro de la plataforma

¿Dónde se podrá tener acceso a Quick Meeting?

Para usuarios por medio de tiendas virtuales como la App Store y Play Store para descarga gratuita.

Para el administrador por medio de la plataforma Quick Meeting donde podrá administrar y controlar los datos del evento.

¿Por qué es mejor mi oferta que la de mis competidores directos?

Quick Meeting a diferencia de sus distribuidores ofrece:

Personalización: Se adapta a las necesidades y requerimientos de los clientes.

Soporte telefónico con el mejor servicio: brindamos asesoría y atención telefónica impartida por profesionales para el servicio de calidad.

Registro: Genera un usuario y contraseña, facilita el registro y los segmenta por perfil: o Empresario • Comprador • Proveedor o Estudiantes o Visitantes.

Coordina y favorece el encuentro de negocios entre empresarios (b2b)

Agenda: Visualiza de manera detallada las actividades programadas del evento. Le permite enviar una solicitud de reunión. Visualizar sus invitaciones enviadas y recibidas, así como, descargar la agenda.

Mesas: Las citas de las reuniones se realizan bajo la modalidad uno a uno teniendo un tiempo asignado para cada encuentro. El arreglo de las mesas de negociación se establece de manera estratégica con la finalidad de contar con un ambiente de privacidad para poder establecer en sesiones cortas un intercambio de información que permita determinar la afinidad y potencial de hacer negocios entre las empresas.

Objetivos

General

Aumentar las ventas de la plataforma Quick Meeting por medio de distribuidores que se encuentren en puntos estratégicos del país buscando posicionarse como la eficaz en administrar eventos y encuentros de negocio

Específico

1.- Aumentar la popularidad de la plataforma Quick Meeting para la organización de encuentros de negocio obteniendo un mejor posicionamiento y prestigio a nivel regional.

2.- Realizar estrategias de marketing en las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, Pagina web, Instagram) y así conseguir un aumento en ventas para expandir el mercado objetivo.

3.- Contar con un modelo de calidad en los procesos de software para asegurar que Quick Meeting responda bien a las exigencias de los clientes y cumpla con los estándares requeridos, obteniendo una fidelización por parte de los clientes.

4.- Crear una red de distribuidores a nivel regional de la aplicación Quick Meeting con el fin de conseguir ventas en los estados de Querétaro, León, Monterrey y Puebla para tener presencia y ventas en esos estados.

5.- Brindar soluciones adecuadas a los requerimientos de negocios a nuestros clientes, usando el conocimiento y buenas prácticas para la organización de sus foros y/o encuentro de negocios.

Plan de Marketing

Estrategia General de Marketing

Para la estrategia de marketing del producto Quick Meeting el área de diseño, venta y planeación se verán comprometidos a realizar las siguientes actividades:

Área de Diseño: Realizará las estrategias de marketing como:

Demos

Infografías

Videos

Estudio de Mercado

Publicidad en redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn etc.

Área de Planeación: Efectúan estrategias de acuerdo al costo

Plan de negocios

Estudio de la competencia

Comisión a distribuidores

Promoción de precios

Área de Ventas: Desempeñan estrategias para la búsqueda de clientes e ingresos del producto

Creación de plan de ventas

Cartera de clientas

Búsqueda de distribuidores

Contratos

Segmentación de mercado

Mercado Meta

El mercado meta estará dirigido a empresas que tengan la necesidad de planear eventos en gran parte de los esfuerzos de la empresa se ajustarán al segmento objetivo (hombres y mujeres de 25 a 55 años).

Las industrias que más organizan eventos son: Automotriz y de consumo, aunque también hay interesantes oportunidades en el mercado, educativo, e incluso en el sector gobierno.

Otro sector en el que se enfoca Quick Meeting, es la organización de expos, encuentros de negocios y ferias, donde hemos encontrado un área de oportunidad.

Mezcla de Marketing

Producto

Quick Meeting es una excelente herramienta que permite administrar el encuentro de negocios entre compradores y proveedores.

Para el administrador Quick meeting:

- Facilita el registro de las empresas y las personas que asisten al evento.
- Coordina el encuentro de negocios entre varios empresarios: Networking.
- Informe detallado de las empresas y asistentes al evento.
- Visualización de los detalles de las mesas donde se efectuarán las reuniones.
- Envía recordatorio a los empresarios de las reuniones para su confirmación o rechazo.

Para el empresario ofrece:

- Administración de agenda personal
- Solicita reuniones con otros empresarios
- Visualiza los perfiles de las empresas que asisten al evento
- Cuenta con una versión móvil.

Precio

En cuanto a Quick meeting se establecen los siguientes precios:

Los siguientes costos son establecidos durante un lapso de 6 meses para la Configuración, capacitación en uso de la plataforma y soporte.

Evento	Participantes	Precio por participantes	Importe	I.V.A.	Total
1	En eventos con 50 participantes	\$260	\$13,000.00	\$2,080.00	\$15,080.00
2	En eventos con 100 participantes	\$240	\$24,000.00	\$3,840.00	\$27,840.00
3	En eventos con 200 participantes	\$220	\$44,000.00	\$7,040.00	\$51,040.00
4	En eventos con 300 participantes	\$200	\$60,000.00	\$9,600.00	\$69,600.00
5	En eventos con 400 participantes	\$180	\$72,000.00	\$11,520.00	\$83,520.00
6	En eventos con 500 participantes	\$160	\$80,000.00	\$12,800.00	\$92,800.00
7	En eventos con 1,000 participantes	\$140	\$140,000.00	\$22,400.00	\$162,400.00
8	En eventos con 2,000 participantes	\$120	\$240,000.00	\$38,400.00	\$278,400.00
9	En eventos con 5,000 participantes	\$100	\$500,000.00	\$80,000.00	\$580,000.00
10	En eventos con 10,000 participantes	\$80	\$800,000.00	\$128,000.00	\$928,000.00

Planes de Pago

El plan de pago el cliente debe dar un anticipo mínimo del 50% al vendedor de Smartsoft para que este pueda tener acceso a la plataforma y empezar a utilizar los servicios de Quick Meeting.

Canal de Distribución

Para una expansión de ventas regional se requiere el apoyo de distribuidores que colaboren en la presencia de ventas de Quick Meeting en varios estados.

La manera en la que se hará llegar al segmento objetivo será a través de una red de distribuidores, los cuales serán una pieza clave para lograr la venta de Quick Meeting, así como de la posición de la marca.

Se considera que como mínimo se tenga a 7 distribuidores en 7 estados importantes donde la distribución económica es estable, los estados son los siguientes:

N.	Entidad Federativa	N. de Habitantes	N. de Distribuidores 2019-2020
1	México	16 187 608	1
2	Ciudad de México	8 918 653	1
3	Veracruz	8 112 505	1
4	Puebla	6 168 883	1
5	Guanajuato	5 853 677	1
6	Querétaro	2 038 372	1
7	Nuevo León	5 119 504	1
Total, Distribuidores			7

De esta manera se le va hacer llegar la plataforma a los clientes, nos dará la oportunidad de atender sus inquietudes y así brindarle una mejor atención.

Para esta red de distribuidores se determina el siguiente esquema de comisiones:

Promoción

Hoy en día se busca más que un excelente producto, para estar al día con nuestra competencia y lograr el éxito en las ventas, es por ello que para dar a conocer y difundir la plataforma se proponen las siguientes promociones:

- Venta personal, en donde se podrá informar, persuadir y convencer, lo que implicaría una relación más directa con los clientes, mostrar más a detalle los atributos de la plataforma.
- Crear un directorio de todas las secretarías de turismo y de economía a nivel nacional.
- Crear volantes y folletos informativos, describiendo las características principales de la Plataforma.
- Relaciones públicas, acudir a eventos y/o ferias con la finalidad de realizar Networking.
- Marketing digital utilizando las redes sociales más populares; Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.
- Red de Distribuidores y Alianzas Comerciales: Incrementando el margen de utilidad y el posicionamiento de Quick Meeting
- Eventos especiales para promoción: Regalos en temporadas especiales, descuentos, etc.
- Crear una cartera de clientes con los posibles prospectos que puedan hacer uso de la plataforma.
- Spots de radio y televisión para ampliar la popularidad de Quick Meeting.

Personas

Nuestro cliente ideal son aquellas personas que tienen la inquietud y realizan eventos empresariales, cabe mencionar que el perfil del cliente suele ser de mujeres y hombres de entre 25 y 55 años; y por tratarse de eventos corporativos y encuentro de negocios, estos clientes suelen ser gerentes, encargados de mercadotecnia o personal de Recursos Humanos, así como también pueden pertenecer a un comité organizador o a una dependencia del sector turístico.

Por lo que la Plataforma promueve los contactos entre empresarios, instituciones y organizaciones que desean entrevistarse para realizar negocios, desarrollar relaciones asociativas o alianzas estratégicas.

Además, les ofrecemos a nuestros clientes la mejor alternativa y confianza a través de nuestro compromiso, pasión, responsabilidad e innovación, presentando distintas alternativas y soluciones que permiten responder a los diferentes requerimientos y presupuestos de los organizadores, brindando un servicio personalizado, teniendo en cuenta altos estándares de calidad y servicio.

Proyección de Ventas

Para la proyección de ventas de Quick Meeting se necesita vender por lo menos 2 licencias al mes y la proyección de ventas se destina de esta manera:

Distribuidores a conseguir	Número de licencias al mes por distribuidor	Costo de cada licencia	Proyección mensual
7	2	\$ 52,200.00	\$ 730,800.00

Punto de Equilibrio

Se utiliza la siguiente fórmula para definir el punto de equilibrio:

$P.E.Q = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio de Venta Unitario}} \right)}$

$$P.E.Q = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio de Venta Unitario}} \right)}$$

Dónde:

CFT=\$600,000.00

CVU= \$22,610.33

PVU= \$222,610.33

ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Precio de Venta	\$333.054.10
Costo Variable Unitario	\$65.754.10
Margen de Contribución	\$267.300.00
Costos Fijos del Período	600.000.00
Punto de Equilibrio Unidades por Período	22
Utilidad Esperada	
Punto de Equilibrio en unidades monetarias	600.000.00
Nivel de producción para alcanzar la utilidad	600.000.00
Nivel de producción para alcanzar la utilidad en unidades monetarias	1,200.000

Conclusión: El punto de equilibrio de Quick Meeting es de 22 unidades, es decir se necesita vender por lo menos 22 licencias de Quick meeting con un precio de 50,000.00 para generar un punto de equilibrio y a partir de las 20 el proyecto empezara a generar utilidades.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

La realización del plan de negocios sirvió como una guía para la futura para la venta del software Quick Meeting, cumpliéndose así el objetivo general del trabajo.

Se cumplieron los objetivos específicos de investigación a lo largo del desarrollo del proyecto, que consistían en el desarrollo de un plan operativo, administrativo y financiero para este software.

Conocer los aspectos más relevantes que influyen en la implementación del negocio, el análisis de la viabilidad del proyecto y proponer la cotización del

software Quick Meeting servirá como guía al ejecutivo de ventas y así pueda concretar ventas.

El desarrollo del plan de negocios resultó ser una herramienta de mucha utilidad para el software Quick Meeting. La planeación ayudó a determinar las debilidades y fortalezas del proyecto, abriendo campo para futuras consideraciones, con la finalidad de que se pueda desarrollar la venta de la forma más apropiada y eficiente posible.

Se desarrolló el modelo de plan de negocio propuesto por Longenecker, Moore y Petty; ya que se consideró un plan muy completo, con los elementos necesarios para determinar la viabilidad del proyecto.

El desarrollo de un plan de negocios es un tema complejo, durante el desarrollo del trabajo se pudieron definir aspectos clave para la realización del proyecto, tales como el administrativo y operativo.

Lo que se buscó principalmente con este plan de negocios fue identificar y conocer la factibilidad que puede obtener Quick Meeting en el mercado.

Uno de los aspectos más importantes a considerar del plan de negocios es la calidad del servicio ya que, se pretende que con este producto los organizadores de eventos queden satisfechos.

El hecho de que el plan de negocios se encuentre bien estructurado y

detallado es de gran importancia ya que, de otra forma, se corre el riesgo de que el software no cumpla con las expectativas y no sea exitoso.

La propuesta de una capacitación es un tema muy importante en este plan de negocios ya que es el instrumento que permitirá que el ejecutivo de ventas esté familiarizado con el sistema y modo de trabajo.

A lo largo del trabajo se pudo observar cuán importante es la planeación en los negocios, ya que existen aspectos que en muchas ocasiones no se tomarían en cuenta, quizás por no ser considerados de importancia, sin embargo, contando con el plan de negocios estructurado, se puede ir definiendo con más detalle la funcionalidad del software, lo cual, finalmente, permitirá que ésta tenga más posibilidades de ser exitosa.

CAPITULO VI COMPETENCIAS DESARROLLADAS

ADAPTABILIDAD

Capacidad para permanecer eficaz dentro de un medio cambiante, así como a la hora de enfrentarse con nuevas tareas, retos y personas

CONTROL

Capacidad para tomar decisiones que aseguren el control sobre métodos, personas y situaciones.

COMPROMISO

Crear en el propio trabajo o rol y su valor dentro de la empresa, lo cual se traduce en un refuerzo extra para la compañía, aunque no siempre en beneficio propio.

TOLERANCIA AL ESTRÉS

Mantenimiento firme del carácter ante acumulación de tareas o responsabilidades, lo cual se traduce en respuestas controladas frente a un exceso de cargas.

INTEGRIDAD

Ser claros y concisos con la información, es decir no ocultar la situación real

PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN

Capacidad para realizar de forma eficaz un plan apropiado de actuación personal o para terceros con el fin de alcanzar un objetivo.

CAPITULO VII: FUENTES DE INFORMACIÓN.

- BOVEDA V., Juan Ángel, Diseñando mi propia empresas, Centro de Atención a la Pequeña y Mediana Empresa CAPYME Asunción, 2001.
- CHIAVENATO, Idalberto. Vamos abrir un negocio? Makron Books, 1995. 140 p., il.
- Como administrar una pequeña empresa: manual metodológico. [Belo Horizonte]: SEBRAE MG, [19--]. Como elaborar un plan de negocios / Organizado por Flávio Lúcio BRITO; colaboradores
- Haroldo MOTA DE ALMEIDA, Luiz Antonio Nolasco DOS SANTOS, Mauro DE SOUZA
- HENRIQUES. - Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004.
- DOLABELLA, Fernando. O segredo de Luísa. Estructura del plan de negocios, 1999. 312 p., il.
- FUNDACION ROBERTO MARINHO. Aprender a emprender. [S.l]: SEBRAE,2001. 160 p. il.

- MENDONZA, Carlos Alberto Veríssimo de; PINTO, Paulo César Ferreira.
- Gestión estratégica: Série Contabilizando o sucesso. SEBRAE, 2003. 47 p.
- Plan de negócio. 2. Plan de marketing. 3. Plan operacional. 4. Plan financiero. I.
- Brito, Flávio Lúcio. II ALMEIDA, Haroldo MOTA DE. III. SANTOS, Luiz Antônio NOLASCO DOS. IV. HENRIQUES, Mauro DE SOUZA. V. SEBRAE/MG. VI. Título
- SEBRAE Pequenos negócios: gerencial básico. [Belo Horizonte]: SEBRAE MG, [19--].
- FRANCO CONCHA, P. Planes de Negocios: Una Metodología Alternativa. 2003
- MAITLAND, Iain. Cómo Confeccionar un Plan de negocio en una Semana. 2004. Ediciones Gestión 2000.
- [3] LUDEVID, M; OLLÉ, M. Cómo crear su propia empresa. Factores claves de Gestión. 1994.
- FERNÁNDEZ, Pablo. Valoración de Empresas. Gestión 2000.
- FAUS, Josep. Valoración de Empresas, un enfoque pragmático. Biblioteca IESE Ed Folio.
- AMAT, Oriol. EVA, Valor Económico Agregado. Ed Norma.
- GARCÍA S., Oscar León. Valoración de Empresas, Gerencia del Valor y EVA.
- SALINAS O., José. Análisis de Decisiones en entornos inciertos, cambiantes y complejos.
- STERN, Joel M. y SHIELY, John S. El Desafío del EVA. Grupo Editorial Norma.

CAPITULO VIII: ANEXOS



make it simple, make it smart

Santa Ana Chiautempan, Tlax., 17 de enero del 2020

Asunto: Carta autorización uso de información

MTRO. SERGIO OCTAVIO ROSALES AGUAYO
DIRECTOR DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE APIZACO

PRESENTE

Por medio de la presente se da respuesta a la solicitud de no inconveniencia para utilización de información recibida con fecha del 17 de enero del 2020 donde el interesado **C. José Luis Polvo Zempoalteca**, quien participo en el proyecto **"DESARROLLO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PRODUCTO DE SOFTWARE QUICK MEETING"**, en un periodo del 28 de agosto al 30 de diciembre de 2019, bajo el esquema de Residencias Profesionales, de la Ingeniería en Administración del INSTITUTO TECNOLÓGICO de APIZACO, con N° de Control **14370742** De acuerdo a la naturaleza de la información y el contrato de confidencialidad (**NDA**) convenida con el Cliente **SmartSoft America Business Applications S.A. de C.V.** se extiende la autorización bajo los siguientes términos:

No se Autoriza mostrar, publicar, divulgar o mencionar en medios impresos, electrónicos o de cualquier índole: Carteras de clientes, información personal de los clientes, ventas que genere el proyecto, ni documento de derechos de autor, proyecciones financieras, plan estratégico del proyecto.

Se le autoriza: Mencionar la metodología de la implementación del proyecto, herramientas y técnicas usadas y hasta 2 capturas de pantalla de dicho Proyecto.

SmartSoft America Business Applications S.A. de C.V. podrá ejercer las acciones penales que se deriven de la violación del contenido de esta carta, en cualquier tiempo, sin perjuicio de las sanciones administrativas ó civiles a que haya lugar.

A petición del interesado y para fines de Titulación con plan de estudio **IADM-2010-213** exclusivamente; se extiende la presente carta a los 17 días del mes de enero del año en curso.

ATENTAMENTE


L.A. Brenda López Tuxpan
Responsable de Recursos Humanos y Ambiente de Trabajo
SmartSoft America Business Applications S.A. de C.V.

c.c.p.- interesado

c.c.p.- Archivo de la empresa

Prolongación Antonio
Díaz Varela No. 222
Col. Buenos Aires

Santa Ana Chiautempan
Tlaxcala, México
Tel: (246) 466 8338

www.smartsoftamerica.com.mx

Página 1 de 1