

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
EQUINOCCIAL**

**Facultad de Ciencias Económicas y  
Negocios**

**Escuela de Mercadotecnia**

**Tesis previo a la obtención del título de  
Ingeniería en Mercadotecnia**

**Tema**

**Plan de comercialización del “Sistema de  
Rastreo” dirigida a las compañías de  
correos paralelos del Ecuador**

**“Amelia Tracking”**

**Elaborado por: Franklin Rodríguez  
Directora de Tesis: Ing. Wendy Carrión**

**Quito, Junio 2011**

## **Hoja de responsabilidad**

Del contenido de la siguiente tesis se responsabiliza el autor.

---

Franklin Rodríguez Parreño

## **Certificación**

Certifico que la presente tesis ha sido desarrollada por el Señor Franklin Rodríguez Parreño.

---

Ing. Wendy Carrión

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mis dos hijos Juan Francisco y Mathew, que son la inspiración de mí ser, con su cariño y amor hacen que todo sea posible, llenando de satisfacción mis éxitos.

## **Agradecimiento**

Esta tesis pudo ser realizada gracias al apoyo y cooperación de las personas que a continuación se detallan, las mismas que fueron parte importante para la culminación de este proyecto.

Primero doy gracias a Dios quien ilumina y guía nuestra familia, el que ha estado en momentos difíciles y gracias a su divina sabiduría me ha permitido junto a mis seres más queridos vivir en un entorno de amor y felicidad.

A mis dos hijos que son la verdadera ser de mi vida, a Juan Francisco por su gran lección de vida y dedicación en alcanzar sus objetivos, te quiero mucho, a Matthew por su forma de ser tan emprendedor con su carisma y amor que comparte, hace que la vida sea tan bonita.

A mi querida y amada esposa Kathy por acompañarme todo este tiempo, por su comprensión, su gran labor de madre y esposa, por el amor que día a día me brinda hace que nuestra familia sea muy especial.

A José Luis mi hermano quien apoyo este proyecto, por ser el creador de esta solución y que estuvo muy cerca durante el desarrollo de la misma.

A Wendy mi directora de tesis, por el apoyo brindado, por compartir su experiencia traducida en el éxito de este proyecto.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, por brindarme todo el conocimiento necesario para convertirme en un profesional de alto nivel, apoyando al crecimiento de nuestro país.

# ÍNDICE

## CAPÍTULO I

1.- El problema de la investigación	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Formulación del Problema	1
1.2.1 General	1
1.2.2 Especifico	1
1.2.3 Justificación	2
1.2.4 Limitaciones	2
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Objetivo General	3
1.3.2 Objetivo Específico	3
1.4 Marco Teórico	3
1.5 Formulación de Hipótesis	5
1.6 Método del Proceso de Investigación	6
1.6.1 Método Histórico Lógico	6
1.6.2 Método Inductivo	6
1.6.3 Método Deductivo	6
1.6.4 Técnicas e instrumentos de investigación	6

## CAPÍTULO II

2.- Antecedentes	8
2.1 Reseña Histórica	8
2.2 Empresas de correos paralelos del Ecuador	11
2.3 Características de la industria	11
2.4 FODA	20
2.4.1 FODA Empresa Courier	20
2.4.2 FODA Sistema de Rastreo “Amelia Tracking”	23

## **CAPÍTULO III**

3.- Estudio del mercado	26
3.1 Investigación Exploratoria	26
3.2 Objetivos	26
3.2.1 Objetivo General	26
3.2.2 Objetivos Específicos	26
3.3 Entrevista	26
3.3.1 Tipo de Entrevista	27
3.3.2 Proceso de la Entrevista	27
3.4 Investigación Descriptiva	33
3.4.1 Método Deductivo	33
3.4.2 Histórico Comparativo	34
3.4.3 Analítico Sintético	34
3.5 Objetivos de la investigación	34
3.5.1 Objetivo General	34
3.5.2 Objetivo Especifico	34
3.5.3 Planteamiento de Hipótesis	35
3.5.4 Encuesta – Diseño	35
3.5.5 Tamaño de la muestra	39
3.6 Observación	39
3.7 Tabulación y Diagnóstico	40
3.7.1 Tabulación de preguntas	41
3.7.2 Diagnóstico	70

## **CAPÍTULO IV**

4.- Plan de Comercialización	74
4.1 Propuesta	74
4.2 Mercado	74
4.2.1 Delimitación del Mercado	76
4.2.2 Característica del Mercado	77
4.2.2.1 ASEME	77

4.2.2.2 ACOPRI	77
4.3 Producto	78
4.3.1 Características del producto	78
4.3.2 Ventajas del Producto	80
4.3.3 Servicio	81
4.3.3.1 Características del Servicio	81
4.4 Precio	82
4.5 Plaza	83
4.5.1 Ubicación de Oficina Matriz	83
4.5.2 Distribución	84
4.5.3 Facturación	85
4.5.4 Patentes	86
4.6 Promoción	89
4.6.1 Estrategia de Promoción	89
4.6.2 Material Promocional	92
4.6.3 Planes de Acción	93
4.6.4 Presupuesto	97

## **CAPÍTULO V**

5. Conclusiones y Recomendaciones	104
5.1 Conclusiones	104
5.2 Recomendaciones	105
5.3 Bibliografía	106



# ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro # 1: Listado de Empresas de Correos Paralelos del Ecuador	11
Cuadro # 2: Desarrolladores de Software por Ciudad	12
Cuadro # 3: Pregunta 1 - ¿Actualmente su empresa tiene soluciones tecnológicas (Software) para soportar sus procesos?	41
Cuadro # 4: Pregunta 2 - ¿Podría ayudarnos indicando en qué áreas mantienen estas soluciones tecnológicas (software)?	42
Cuadro # 5: Pregunta 3 - ¿De estas soluciones tecnológicas (software) cuál usted considera que le ayuda dar valor agregado?	43
Cuadro # 6: Pregunta 4 - ¿Hace cuánto tiempo implementó una solución de estas soluciones tecnológicas?	44
Cuadro # 7: Pregunta 5 - ¿Su empresa incluye en su presupuesto anual este tipo de inversiones?	45
Cuadro # 8: Pregunta 6 - ¿En caso de ser afirmativa la pregunta anterior. Qué cantidad de dinero estima usted que destina su empresa esta inversión?	46
Cuadro # 9: Pregunta 7 - ¿Actualmente su empresa tiene una solución de rastreo de sus envíos?	47
Cuadro # 10: Pregunta 8 - En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, esta aplicación fue	48
Cuadro # 11: Pregunta 8.1 - ¿Mantiene algún servicio de mantenimiento y soporte?	49
Cuadro # 12: Pregunta 8.2 - ¿Qué empresa le brinda el servicio?	50
Cuadro # 13: Pregunta 8.3 - ¿Cuáles son las razones por las que eligió esta empresa?	51
Cuadro # 14: Pregunta 8.4 - ¿Hay algún aspecto que le gustaría mejorar a su actual software?	52
Cuadro # 15: Pregunta 9 - ¿En caso de no tener una solución de rastreo, su empresa estaría interesada en adquirir una de estas?	53
Cuadro # 16: Pregunta 9 - En caso de ser negativa su pregunta nos podría indicar, ¿Por qué no?	54

Cuadro # 17: Pregunta 10 - ¿Qué debería hacer nuestra empresa para que usted adquiriera un software de rastreo?	55
Cuadro # 18: Pregunta 11- ¿Qué otras aplicaciones usted estaría interesado en adquirir?	56
Cuadro # 19: Pregunta 12 Asesoramiento	58
Cuadro # 20: Pregunta 12 Experiencia y Conocimiento	59
Cuadro # 21: Pregunta 12 Tecnología de Punta	60
Cuadro # 22: Pregunta 12 Infraestructura	61
Cuadro # 23: Pregunta 12 Precio	62
Cuadro # 24: Pregunta 12 Mantenimiento	63
Cuadro # 25: Pregunta 12 Soporte Técnico	64
Cuadro # 26: Pregunta 12 Cumplimiento de Plazos	65
Cuadro # 27: Pregunta 12 Soporte	66
Cuadro # 28: Pregunta 13 - ¿Qué tipo de servicio post venta es de su preferencia?	67
Cuadro # 29: Pregunta 14 - ¿Cuándo usted está interesado en comprar una solución tecnológica. Cómo lo busca?	68
Cuadro # 30: Pregunta 15 - ¿Tiene usted alguna suscripción con alguna de estas empresas especializadas?	69
Cuadro # 31: Pronóstico de la Demanda	73
Cuadro # 32: Listado de Socios de ASEME y ACOPRI	75
Cuadro # 33: Delimitación de Mercado por ciudad de Empresas Courier	76
Cuadro # 34: Listado con dirección de Empresas Courier	85
Cuadro # 35: Planes de Acción Marketing Mix	93
Cuadro # 36: Planes de Acción Marketing Mix	94
Cuadro # 37: Planes de Acción Marketing Mix	95
Cuadro # 38: Planes de Acción Marketing Mix	96
Cuadro # 39: Detalle de la Inversión Inicial	97
Cuadro # 40: Costos compañía de empleados	98
Cuadro # 41: Detalle mensual por 12 meses de gastos, ingresos	100
Cuadro # 42: Detalle anual de gastos, ingresos, Año 1 y Año 2	101
Cuadro # 43: Resumen Financiero Proyecto Amelia Tracking	102

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1: Proceso de Manejo de Información entre involucrados	9
Gráfico # 2: Antigüedad de Empresas Desarrolladoras de Software por Ciudad	13
Gráfico # 3: Tamaño de Empresas: Empresas Grandes	13
Gráfico # 4: Tamaño de Empresas: Pymes	14
Gráfico # 5: Pregunta 1 - ¿Actualmente su empresa tiene soluciones tecnológicas (Software) para soportar sus procesos?	41
Gráfico # 6: Pregunta 2 - ¿Podría ayudarnos indicando en qué áreas mantienen estas soluciones tecnológicas (software)?	42
Gráfico # 7: Pregunta 3 - ¿De estas soluciones tecnológicas (software) cuál usted considera que le ayuda dar valor agregado?	43
Gráfico # 8: Pregunta 4 - ¿Hace cuánto tiempo implementó una solución de estas soluciones tecnológicas?	44
Gráfico # 9: Pregunta 5 - ¿Su empresa incluye en su presupuesto anual este tipo de inversiones?	45
Gráfico # 10: Pregunta 6 - ¿En caso de ser afirmativa la pregunta anterior. Qué cantidad de dinero estima usted que destina su empresa esta inversión?	46
Gráfico # 11: Pregunta 7 - ¿Actualmente su empresa tiene una solución de rastreo de sus envíos?	47
Gráfico # 12: Pregunta 8 - En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, esta aplicación fue	48
Gráfico # 13: Pregunta 8.1 - ¿Mantiene algún servicio de mantenimiento y soporte?	49
Gráfico # 14: Pregunta 8.2 - ¿Qué empresa le brinda el servicio?	50
Gráfico # 15: Pregunta 8.3 - ¿Cuáles son las razones por las que eligió esta empresa?	51
Gráfico # 16: Pregunta 8.4 - ¿Hay algún aspecto que le gustaría mejorar a su actual software?	52
Gráfico # 17: Pregunta 9 - ¿En caso de no tener una solución de rastreo, su empresa estaría interesada en adquirir una de estas?	53

Gráfico # 18: Pregunta 9 - En caso de ser negativa su pregunta nos podría indicar, ¿Por qué no?	54
Gráfico # 19: Pregunta 10 - ¿Qué debería hacer nuestra empresa para que usted adquiriera un software de rastreo?	55
Gráfico # 20: Pregunta 11 - ¿Qué otras aplicaciones usted estaría interesado en adquirir?	56
Gráfico # 21: Pregunta 12 Asesoramiento	58
Gráfico # 22: Pregunta 12 Experiencia y Conocimiento	59
Gráfico # 23: Pregunta 12 Tecnología de Punta	60
Gráfico # 24: Pregunta 12 Infraestructura	61
Gráfico # 25: Pregunta 12 Precio	62
Gráfico # 26: Pregunta 12 Mantenimiento	63
Gráfico # 27: Pregunta 12 Soporte Técnico	64
Gráfico # 28: Pregunta 12 Cumplimiento de Plazos	65
Gráfico # 29: Pregunta 12 Soporte	66
Gráfico # 30: Pregunta 13 - ¿Qué tipo de servicio post venta es de su preferencia?	67
Gráfico # 31: Pregunta 14 - ¿Cuándo usted está interesado en comprar una solución tecnológica. Cómo lo busca?	68
Gráfico # 32: Pregunta 15 - ¿Tiene usted alguna suscripción con alguna de estas empresas especializadas?	69
Gráfico # 33: Pantalla SICE	71
Gráfico # 34: Consulta de información a través de internet Amelia Tracking	79
Gráfico # 35: Planos oficina	84
Gráfico # 36: Pantallas sistema Amelia Tracking	90
Gráfico # 36: Pantallas sistema Amelia Tracking	92
Gráfico # 37: Material Promocional	83

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad se puede decir que a nivel nacional existen alrededor de 57 empresas de correos paralelos autorizados por la aduana, las mismas que en un porcentaje importante carecen de un sistema que les permitan ofrecer a sus clientes el Rastreo de todos sus envíos tanto a nivel local, nacional e internacional.

Se considera así que las empresas transnacionales han implementado en su proceso estas herramientas tecnológicas que han permitido diferenciarse del resto y ser más competitivos.

Trabajando con una de estas compañías Courier se desarrolla una solución tecnológica en base a sistema web, permitiendo apoyar en la comunicación de la empresa con su usuario final.

Amelia Tracking es una solución tecnológica que está enfocada en la gestión de compañías de correos paralelos, es decir empresas que están dedicadas a transporte logístico.

Ayudando a estas compañías a mantener el control de sus envíos que pueden ser transportados dentro y fuera del país, por ende ofrecer un valor agregado importante a sus clientes incrementando su competitividad.

Dentro de las recomendaciones es poner en práctica el proyecto y crear una empresa implementando el plan de comercialización del software y atender este nicho de mercado. Adquirir experiencia para que inicialmente colocar el Sistema de Rastreo Amelia Tracking y posteriormente ir evaluando las necesidades puntuales de los clientes y generar más aplicaciones adicionales a esta que se pueden dar, como por ejemplo un sistema de apoyo para el manejo del proceso de Aduanas.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

Plan de comercialización del “Sistema de Rastreo”, dirigida a las compañías de correos paralelos del Ecuador.

### **1.1 Planteamiento del Problema**

En la actualidad se puede decir que a nivel nacional existen alrededor de 57 empresas de correos paralelos con autorización de la aduana, las mismas que en un porcentaje importante carecen de un sistema que les permitan ofrecer a sus clientes el Rastreo de todos sus envíos tanto a nivel local, nacional e internacional.

Se considera así que las empresas transnacionales han implementado en su proceso estas herramientas tecnológicas que han permitido diferenciarse del resto y ser más competitivos.

Una herramienta como esta puede marcar una diferencia muy importante ya que le permite tener informado al cliente permanentemente.

### **1.2 Formulación del Problema**

**1.2.1 General.-** En gran porcentaje de las compañías de correos paralelos carecen de un sistema para el rastreo de sus envíos.

#### **1.2.2 Específico.-**

1.- Los usuarios de las compañías de correos paralelos requieren saber dónde están sus envíos.

2.- ¿Cómo están actualmente las compañías de correos paralelos ofreciendo rastreo a sus actuales clientes?

3.- ¿Su actual proceso para mantener informado a su cliente requiere de inversión o genera gastos a la empresa?

### **1.2.3 Justificación:**

Se ve que hay un gran incremento de compañías de correos paralelos en Ecuador con la finalidad de ofrecer servicios en transporte de correspondencia y carga tanto a nivel local, nacional e internacional, la gran mayoría de estas empresas están enfocadas en ofrecer una tarifa más baja para competir y captar envíos. Claro está que el negocio más rentable es el transporte internacional ya que se importan mercaderías para consumo, materia prima, repuestos para maquinaria destinada a la producción o repuestos para la industria automotriz, entre otros. Cabe destacar que las compañías de correos paralelos de mayor infraestructura cuentan con tecnología de punta, permitiéndoles diferenciarse de sus competidores ya que ofrecen a sus clientes un servicio de rastreo y por ende seguridad en sus envíos. Este sistema fue desarrollado para una empresa pensando en las actuales necesidades del negocio logístico apoyando a la empresa a marcar características diferenciadores y volviéndoles más competitivas, cabe destacar que esta aplicación fue creada en plataforma web con facilidad de implementación ofreciendo beneficios para estas empresas y sus clientes, con una inversión competitiva.

Este servicio beneficiará a sus clientes finales permitiéndoles conocer todo el detalle de la trayectoria de sus envíos. Brindando información oportuna, en línea convirtiéndoles en empresas más competitivas y enfocadas a las necesidades del cliente, creando un valor agregado importante para competir.

### **1.2.4 Limitaciones:**

La inversión inicial en cuanto a tecnología se refiere, puede ser alta, en un comienzo se debe adquirir servidores, equipos de comunicaciones de protección de intrusos, etc. Toda esta inversión la debe realizar cada una de las empresas de correos paralelos.



### **1.3 Objetivos:**

#### **- 1.3.1 General.-**

Diseño de un plan de comercialización del “Sistema de Rastreo” dirigida a las compañías de correos paralelos del Ecuador.

#### **- 1.3.2 Específicos.-**

1.- Realizar un diagnóstico de la situación actual a través de análisis FODA de las compañías de correos paralelos

2.- Conocer a través de la Corporación Aduanera Ecuatoriana los Courier paralelos autorizados.

3.- Realizar una investigación de las compañías de correos paralelos del Ecuador para ver la factibilidad de implementación de este sistema.

4.- Diseñar el plan de comercialización para el software Amelia Tracking

### **1.4 Marco Teórico.-**

El Comercio Exterior de un país es parte fundamental para su desarrollo económico y social, permitiendo ofertar y demandar productos y servicios a nivel internacional que en la actualidad lo llamamos globalización; como aporte en esta actividad existen un sin número de empresas enfocadas en apoyar la logística de estas empresas que demandan el transporte de materia prima, producto terminado en fin un sin número de necesidades.

A través del tiempo se han desarrollado empresas transportistas en diversos medios como son: marítimo, aéreo, terrestre, que se diferencian por brindar servicios especializados por categorías distinguidas por: productos, industrias o perecederos, etc.

Estas cumplen con una parte importante de la cadena de suministros de las empresas complementando a su proceso y su razón de ser, permitiendo a estas ser más eficaces y productivas, como por ejemplo:

Una ensambladora de autos, debe importar los Complete Knock Down (CKD) Sistema logístico mediante el cual se consolidan en un almacén todas las piezas necesarias para construir un automóvil, y se envían según los programas de fabricación, (respetando modelos, extras, etc), luego estos deben ser distribuidos a los concesionarios tanto a nivel nacional como internacional, siendo un proceso crítico dentro de la cadena de suministros.

Adicionalmente también se desarrollaron empresas de transporte que están más enfocadas en el transporte de documentos, correspondencia o pequeñas muestras, llamados Courier o compañías de correos paralelos, que asisten a la empresas con comunicación o el despacho de muestras que pueden ser para aperturas de mercados, muestras de piezas que sirvan para investigación y desarrollo.

También se identifica empresas dedicadas al transporte de distribución local y nacional, aportan con un eslabón de la cadena de suministros, permitiendo ubicar los productos tangibles, material POP en sus filiales, subsidiarias, concesionarios, distribuidores, etc. De acuerdo como esté constituido el canal de distribución de cada empresa.

Como se ve desde hace 3 décadas se han venido desarrollando empresas transportistas, que aportan al comercio exterior, apoyando notablemente a la cadena de valor de sus demandantes de cualquier industria tales como: High Tech, Automotriz, Retail, Farmacéutica, entre otras.

De acuerdo a esta reseña histórica se ve un crecimiento importante de compañías que están enfocadas en transporte de mercaderías, por vía aérea y terrestre sin estar apoyados con tecnología que le permita diferenciarse, muchas de estas marcaron prioridad en conseguir un mejor precio para el mismo.

---

Fuente (CKD) Wikipedia – categoría automoción

José Luis Rodríguez crea un sistema de rastreo ofreciendo una solución a una empresa familiar de correo paralelo (Trans Air System) y como tema de su tesis para conseguir su Ingeniería en Sistemas de la ESPE, sumada la experiencia de empresas transnacionales que invirtieron en tecnología de punta permitiendo a sus clientes mantener una mejor Rastreo y creando un valor agregado.

Se observa la oportunidad en comercializar este software, porque aportará notablemente a las empresas transportistas y así cumplir con las demandas de sus clientes, incrementando su competitividad y negocios a corto y largo plazo.

### **1.5 Formulación de la Hipótesis.-**

Más del 50% de las compañías de correos paralelos del Ecuador no cuentan con un sistema de rastreo. El mismo que contribuirá con su propuesta de valor.

#### **Variable Independiente.-**

Plan de comercialización de una solución informática de rastreo, dirigida para compañías de correos paralelos.

#### **Variable Dependiente.-**

- Aportar a la cadena de suministros de las empresas de correos paralelos
- Más competitividad
- Mayor Eficiencia en la cadena de valor

#### **Indicadores importantes:**

- Número de envíos realizados por día
- Número de entrega antes de 2 horas
- Número de paradas por mensajero
- Número de rutas para entrega

#### **Verificación de la hipótesis:**

La hipótesis se verificará con los resultados de la investigación de mercado a través de la encuesta.

## **1.6 MÉTODO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN**

### **1.6.1 Método Histórico Lógico.-**

Este estudio permitirá realizar comparaciones, verificando la situación social, económica y cultural. Estableciendo datos más reales para la implementación de su análisis. En la zona a realizar la comercialización.

### **1.6.2 Método Inductivo.-**

Con este método obtenemos conclusiones que parten de hechos particulares para aplicarlos en hechos generales.

### **1.6.3 Método Deductivo.-**

Con este método se puede recoger los datos generales para llegar a conclusiones particulares.

### **1.6.4 Técnicas e instrumentos de investigación.-**

En este proyecto se usará dos técnicas:

- Encuesta.- Se realizará una encuesta a las empresas de correos paralelos basada en la información suministrada por ASEME (Asociación Ecuatoriana de Mensajería) y ACOPRI (Asociación Ecuatoriana de Correrios Paralelos)
- Consulta o expertos.- De igual manera se establecerá un cronograma de entrevista a expertos ( FEDEXPOR, COMEXI)

**Población.-** La población será la de empresas de correos paralelos que operan actualmente en Ecuador.

**Población meta definida.-** 57 empresas registradas en ASEME y ACOPRI

**Tabulación y procesamiento de datos.-** Todos los datos recabados serán procesados y analizados a través del software estadístico SPSS.

**Tratamiento estadístico.-** El análisis estadístico estará compuesto por varios puntos entre los más importantes (Media, Mediana, Análisis de dos variables)

**Análisis de resultados obtenidos.-** Interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación. Los objetivos propuestos, la hipótesis y las teorías planteadas en el marco teórico.

Identificar las implicaciones de la investigación realizada para futuras teorías e investigaciones. Además en el análisis confirmar si el estudio respondió o no, a las hipótesis o preguntas planteadas para desarrollar los objetivos de estudio. Para la explicación se utilizará gráficos e histogramas y transformarlos en información para la toma de decisiones.

# **CAPÍTULO II**

## ANTECEDENTES

### 2.1.- Reseña Histórica

Un estudiante de ingeniería de sistemas plantea como tema de su plan de tesis la creación de un software que brindará a las empresas de correos paralelos (Pymes) una solución informática que aportará a la cadena de valor de éstas, se facilita el acercamiento con una empresa de esta industria Trans Air System S.A. (TAS) fundada el 21 de abril de 1994 con el propósito de ofrecer un servicio de Courier.

Esta empresa se encuentra domiciliada en la ciudad de Guayaquil con oficinas en las ciudades de Quito, Miami así como también tiene convenios con otras agencias de carga en los países de: México, España, Alemania, Panamá, Costa Rica, Perú, Colombia, Brasil, Chile entre otras.

Trans Air System S.A. a través de su gestión empieza por el año 2006 con un crecimiento importante en la importación de mercaderías basados en las necesidades exigentes de sus usuarios, una de sus oportunidades de mejora identificada es el rastreo en línea que en aquel tiempo esta se manejaba a través de su departamento de servicio al cliente de una forma manual. Retrasando así toda información para con sus clientes.

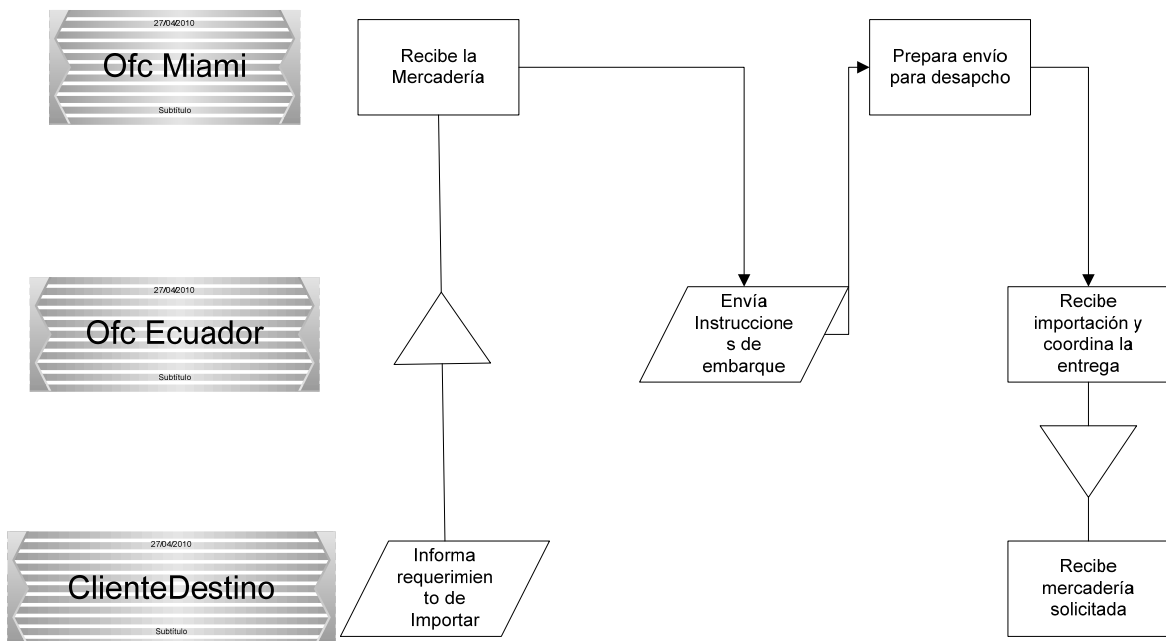
Esta dificultad incidía en el crecimiento de la empresa por tanto surge la necesidad de buscar una solución de rastreo de envíos muy similar a la que empresas como DHL, FEDEX, UPS, mantienen y así soportar su proceso de atención al cliente.

Actualmente en Ecuador se identifica un mercado creciente de empresas Courier que brindan servicios a nivel Local, Regional, Nacional e Internacional, pero son muy pocas aquellas que poseen la infraestructura tecnológica para el rastreo de envíos.

Todas las oficinas y representantes de TAS se encuentran en permanente contacto entre ellas por medio de uso de herramientas de Internet (Mail, Messenger, Skype, entre otras). El proceso de rastreo de un envío entre las ciudades de MIAMI a QUITO, empieza con la confirmación del envío a través de un mail con un documento adjunto “Alertas” de la oficina en Ecuador; entendiendo como “Alertas” la información concerniente a los datos del remitente y destinatario, así como también detalle de la mercadería a ser transportada (Contenido, Peso, Medidas, Restricciones, Valor declarado).

La oficina en el país de origen a su vez responde con la confirmación de que la mercadería se encuentra en bodega y lista para ser embarcada, previo a instrucciones de embarque a través de cualquier aerolínea disponible, una vez despachada la mercadería, la oficina en origen confirma nuevamente la información del envío.

Gráfico # 1





Partiendo de este proceso nos surge preguntas como:

- ¿Qué pasa si el mail no llega a tiempo?
- ¿Quién controla que los correos electrónicos sean enviados a las personas correctas y no a otras?
- Tiene el formato de “Alertas” toda la información
- Al momento de brindar información al cliente que pasa si no encuentra el mail

Partiendo de estas preguntas es evidente que un cliente obligadamente tiene que contactarse con servicio al cliente de la empresa.

- ¿Qué sucede cuando un cliente desea saber de sus paquetes fuera del horario de atención de las oficinas?
- ¿Cómo se atiende a varios clientes que simultáneamente desean saber sobre sus paquetes?

Esto se puede arreglar creando un portal Web donde los clientes puedan revisar el envío de sus paquetes a cualquier hora y desde cualquier lugar.

Siendo está una oportunidad identificada para apoyar con una solución tecnológica que les permita mantener una propuesta de valor y competir con empresas transnacionales que mantienen una gran participación de mercado.

Dada a la sinergia que existió se desarrolla está solución sistemática con un objetivo más adelante de poder comercializarla a empresas de correos paralelos que carezcan de la misma.

## 2.2.- Empresas de correos paralelos del Ecuador

Cuadro # 1

<b>NOMBRE</b>	<b>Dirección</b>	<b>CIUDAD</b>
CENTRO AEREO TRANS-EXPRESS	Paul Ribert N30-117 y José Orton	Quito
COPACOURIER S.A.	República del Salvador # 361, Edif. Aseguradora del Sur, PB	Quito
PASAR DEL ECUADOR S.A	Tomás de Berlanga 339 entre Shyris y 6 de Dic.	Quito
DHL EXPRESS ECUADOR S.A.	Av. Eloy Alfaro y de los Juncos	Quito
INSA - INTERNATIONAL SHIPPING & STORAGE CIA. LTDA.	Eloy Alfaro S/N y Calle de las Anonas	Quito
LATIN TRAVEL CIA. LTDA.	Amazonas y Jorge Washington, C.C Espiral	Quito
MESSEXPRESS DEL ECUADOR S.A.	Iñaquito N35-155 E Ignacio San María	Quito
SERVIENTREGA S.A.	Av. 6 de Diciembre S/N y los Cedros	Quito
WORLD COURIER DEL ECUADOR S.A.	Paez 370 y Robles, Oficina 302	Quito
TRANSSKY S.A.	Voz Andes 376 y América Ed. Aguilar PB 5to piso	Quito
URBANO EXPRESS	Tulipanes 822 y Av. De las Palmeras	Quito
GEOMIL GEORGE MILENI	Av. Rodrigo de Chávez 396 y Pedro de Alfaro	Quito
PROFITCARGO CIA. LTDA.	Quito: Av. 10 de Agosto #4651 y Las Retamas	Quito
PRONTO ENVIOS CIA. LTDA.	Quito: Av. Amazonas # 477 y Roca. - Gye: Carchi y Padre Solano esquina.	Quito
SERVIRRAP S.A.	Fernando Dávalos OE3-240 y Av. La Prensa	Quito
WORLD WIDE TRADING-OPERATION	Av. La Prensa # 2391	Quito
AERONET	P. Carbo # 1106 y Colon	Guayaquil
AMAZONAS CARGO EXPRESS	Pichincha # 334 y Luque Piso 2 Ofc. 206.	Guayaquil
BALLADARES ENTEPRISES S.A.	Norte:C.c. El Terminal Bloque E ofc. # 23 // Centro: 1 Mayo #402 y José de Antepara	Guayaquil
BARCONSA	Garzocentro 2000, 2º Etapa ofic. # 509	Guayaquil
DELGADO COURIER CIA. LTDA	Cda. Adace, calle 7y calle A	Guayaquil
DONOSO EXPRESS CIA. LTDA.	García Avilés 110 y V. M. Rendón	Guayaquil
ECUATORIANA DE VIAJES TRAVES VIAJES	Luque # 618 y Boyacá	Guayaquil
EUROENVIO S.A.	Malecón 1710 y Sucre	Guayaquil
EXPRESO ECUATORIANO, ECUAWORLD S.A.	Roca # 208 y Rocafuerte	Guayaquil
EXPORT- IMPORT- LIBERTY	Mendiburo # 110 y Rocafuerte	Guayaquil
GALLEGOS COURIER	P. Carbo y 10 de Agosto C.C. Paseo del Parque Local # 5 Matriz	Guayaquil
H.A. SERVICE	Cdla. Kennedy Norte 1era etapa Mz. 103, Condominio Ana María Ofic. # 2	Guayaquil
J Y B TRAVEL CARGO EXPRESS S.A.	Chile 303 y Luque Edif. Torre Azul Mezzanine	Guayaquil
LEMAR TRAVEL EXPRESS S.A.	Av. 9 de Octubre # 424 Edif. Gran Pasaje Piso # 10 Ofic. # 1011	Guayaquil
L.G.F. EXPRESS S.A.	F. Campos # 233 Y L. De Garaicoa	Guayaquil
MACOB COURIER SERVICE	Las Monjas # 129 y V. Emilio Estrada 2 Piso	Guayaquil
MISANTI S.A.	Av. De las Américas - Simón Bolívar Mz. 4 Villa # 53 Frte. Bodegas de Fervacargo	Guayaquil
ORDÓÑEZ EXPRESS CIA. LTDA.	Tulcan # 921 e/ Velez y Hurtado	Guayaquil
PAZOSTRAVEL S.A.	Av. San Jorge 512 y Peatonal 12 - 1er Piso Cdla. Nva. Kennedy	Guayaquil
PICOSAN CARGO EXPRESS	Colon # 438 L. Garaicoa Edif. Santa Martha 1er Piso Ofic.# 109	Guayaquil
REPAN S.A.	Av. Las Américas a 300 mts. Norte Zona de Carga. Al frente de la exportación de UPS.	Guayaquil
ROJAS EXPRESS S.A.	Velez # 205 y Chile (Edif. Vivar) Piso # 1 Ofic. # 14	Guayaquil
ROMERO TRANSFER & COURIER	Av. F. De Orellana y A. Borges	Guayaquil
SOL COURIER	Edif. World Trade Center Local #8	Guayaquil
SUREXPRESS S.A.	Hurtado # 220 y J. De Antepara	Guayaquil
TECNOCARGA CIA. LTDA.	Av de las Américas 403 entre 4ta y 5ta.	Guayaquil
TRANS AIR SYSTEMS S.A.	Av. J. Roldos C.C. Bosque Centro Local # 10-11	Guayaquil
JIMMY' S EXPRESS COURIER	P. Carbo # 113 entre Junin y Roca	Guayaquil
COSTECUA EXPRESS	Cuenca: Calle Sucre 760 y L. Cordero .	Cuenca
CONFIEXPRESS CIA. LTDA.	Presidente Córdova 4-92 y Mariano Cueva	Cuenca
CORPUAUSTRO S.A.	Mariano Cueva S/N y Bolívia	Cuenca
FREIREXPRESS TRAVEL CIA. LTDA.	Cuenca: Pasaje H.Miguel# 101M.Lamar -	Cuenca
KOKO CARGO EXPRESS	Sangurima # 885	Cuenca
QUISHPEXPRESS CIA. LTDA.	Calle Hermano Miguel 5-96 y Bolívar	Cuenca
SAMINIK' S S.A.	Lamar 10-56	Cuenca
SERVICE EXPRESS ARBOLEDA	Ambato: Bolívar # 1054 y Tomás Sevilla (esquina)	Ambato

## 2.3.- Características de la Industria

El Software ha demostrado en el mundo ser un motor del crecimiento económico de los países, un inyector para el aumento de productividad y un generador plazas de trabajo.

Se lo considera “la industria de todas las industrias”, debido a que su progreso incide en el valor agregado y competitividad de otras como son Banca, Municipios, Mensajería, Educación, etc.

Actualmente en el Ecuador se encuentran consolidando la necesidad de fortalecer las relaciones y entorno, gracias a Servicios y Organizaciones de Apoyo aumentado su participación en el mercado y el aportando a la productividad del país.

La Asociación Ecuatoriana de Software (AESOFT), realizó su primer estudio de la industria del software del Ecuador, en el que presente entre otros datos el perfil de empresas de desarrollo de software:

Número de Empresas:	223
Monto de Ventas:	\$ 62 millones
Número de Empleos Directos:	2600
Número de Empleos Indirectos:	3988
Aporte Fiscal:	\$ 21.6 millones
Exportaciones:	\$ 10.7 Millones

Sus ventas de Software equivalen al 0.35% del PIB

Sus ventas de Software corresponden al 2.1% de los ingresos no petroleros

Sus ventas al exterior representan el 1.1% de las exportaciones no petroleras

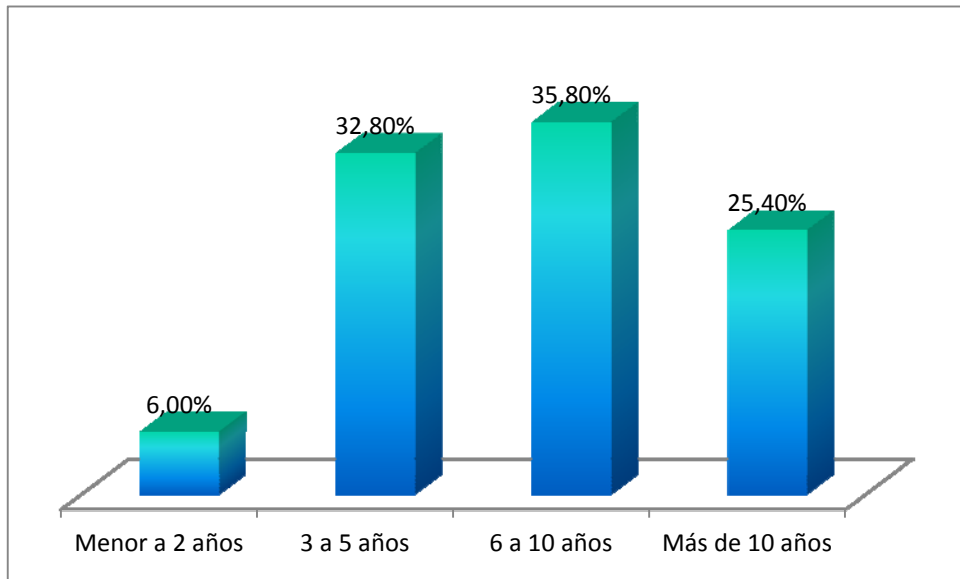
La industria del software contrata al 0.12% de la fuerza laboral formal del país.

Cuadro # 2

<b><i>Desarrolladores de Software por Ciudad</i></b>		
	Total Empresas	Total Empleados
Quito	181	2454
Guayaquil	25	469
Cuenca	6	39

## Antigüedad de las empresas

Gráfico # 2

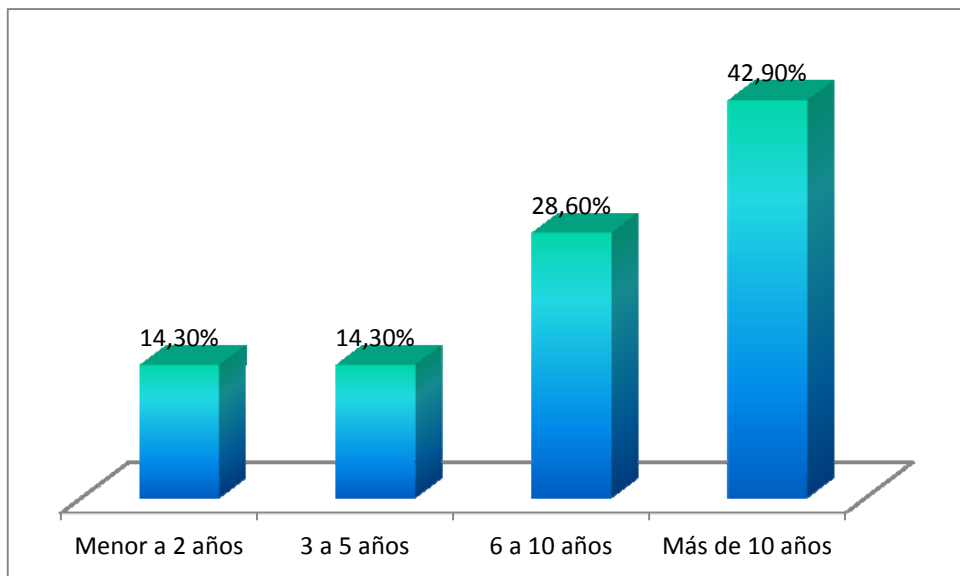


## Tamaño de las empresas

Empresas Grandes.-

Se considera una empresa grande a toda empresa que integra sistemas y/o desarrolla/comercializa software (propio o de terceros) y cuya facturación anual promedio es mayor a \$U.S. 500 Mil.

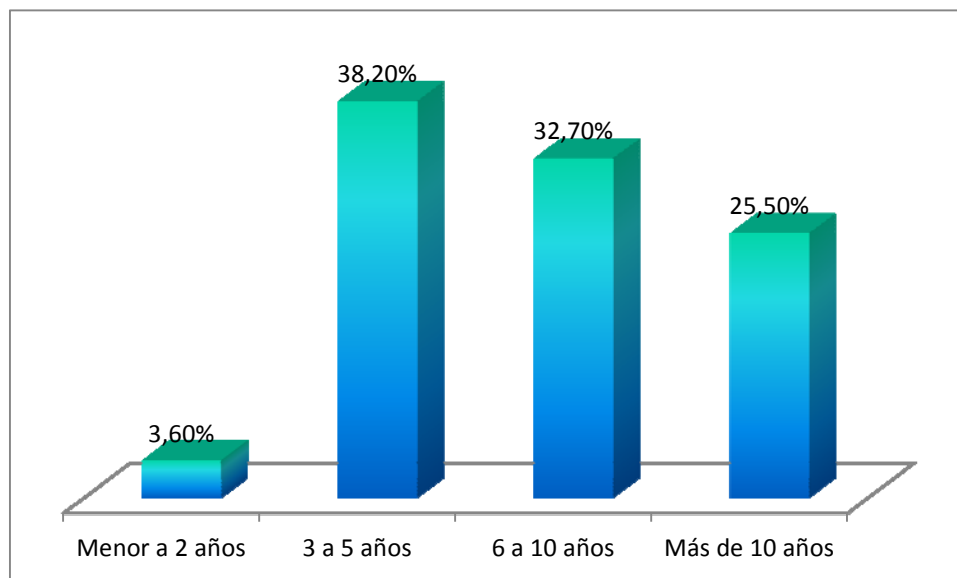
Gráfico # 3



## PYMES.-

Se considera una empresa Pymes toda empresa que integra sistemas y/o desarrolla/comercializa software (propio o de terceros) y cuya facturación anual promedio es menor a \$U.S. 500 Mil.

Gráfico # 4



La industria de desarrollo de software desde hace aproximadamente 30 años ha venido integrándose en todos los procesos de las empresas; en los últimos años es importante reiterar que en el país se han destacado profesionales con mucho talento, tanto es así que han sido exportados a países como USA, Comunidad Europea y parte de países de la Comunidad Andina.

Efectivamente en Ecuador se ha producido muy buenos productos como COBIS (Enfocado en la industria bancaria), otro que podemos mencionar es de Recursos Humanos que está siendo implementado en otros países.

En la entrevista con el Gerente General de Kruger & Kruger, mencionan un producto para HOLCIM que apoya en su proceso de medio ambiente, el cual está siendo implementado a nivel latinoamericano.

Esto da muestra que en Ecuador existe un gran potencial en el desarrollo de buenos productos en el ámbito tecnológico.

## **ECUADOR EXPORTA TECNOLOGÍA INFORMÁTICA**

Publicado el 16/Octubre/1995 | 00:00 Diario HOY

Quito (Ecuador). 16 oct 95. Lo común en nuestro país es importar bienes de capital, artículos con componentes electrónicos de alta tecnología, software, etc.; lo corriente, es contratar personal extranjero altamente especializado en calidad de consultores, para poner a marchar proyectos en materias específicas o realizar análisis complejos de los temas más diversos. Pero Ecuador si cuenta con ejemplos empresariales nada comunes y nada corrientes, como es la exportación de un sistema abierto de información bancaria, software de última generación, llamado COBIS, que produce MACOSA. Sobre él y la empresa que lo produce, conversamos con Robert Moss, gerente general de MACOSA, una empresa 100 % nacional.

## **LA TECNOLOGÍA BINACIONAL EN EU**

Publicado el 19/Diciembre/1996 | 00:00

Quito. 19 dic 96. La compañía Multisoft logró que Ecuador adquiriera un sitio de prestigio en la tecnología mundial, al comercializar para la Marina de Estados Unidos, un programa de computación que permitirá hacer transacciones bancarias de todo tipo desde los barcos en alta mar -incluso en situaciones difíciles como las guerras.

SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación) apoya el desarrollo de software libre, este concepto nos dice que muchos de los productos estarán en internet sin costo, especialmente por razón que estos cada vez ya son un commodity (productos o servicios muy comunes y sin valor agregado), claro está que cuando se trata de un producto muy especializado realmente se vuelve muy caro y se debe tratar de industrializarlo y hacer economía de escala.

Como vemos actualmente y en un futuro el negocio no está en la venta de un software, más bien radica en el asesoramiento, ofreciendo una solución global que soporte en todos los procesos, buscando más eficiencia y productividad.

---

Fuente: Diario Hoy, 16 Octubre 1995, Publicación

Explored, 19 Diciembre 1996, Archivo Digital

En el Ecuador se puede identificar algunas tendencias de consumo con referencia a la industria del software entre las principales:

-Informal donde la propuesta de valor es el precio sin tomar en cuenta algunos aspectos como experiencia, calidad, asesoramiento, en este grupo integran profesionales del ramo o empleados de la misma compañía en desarrollo de software y la adquisición de software piratas.

-Formal donde la propuesta de valor está en el asesoramiento, crear basados en las necesidades actuales de los clientes y proyectándolas a un futuro incluyendo relación con el resto de sus empresas.

Efectivamente por todas estas razones y los cambios tan frecuentes en el desarrollo de la tecnología, la visión de Kruger y Kruger va cambiando, de la producción de software al asesoramiento de soluciones.

Es decir, entender el negocio de sus clientes, su cadena de suministros y bajarlos a una aplicación para soportar todos sus procesos, que estén relacionados unos a otros, permitiéndoles ser más ágiles en la toma de decisiones, ya que hoy por hoy el manejo de información hace esto posible.

Otro detalle importante que menciona Miguel Rivera es la inversión inicial, para emprender un negocio de software este no requiere adquirir; maquinaria, materia prima, suministros, bodegas, oficinas, entre otras, como es el caso de otros negocios, por la sencilla razón, el conocimiento es el principal motor de esta empresa y tan solo con reunir a dos o tres talentos basta para crear, y luego vender. Tal es el caso que comenta que cuando él inicio su inversión no superó los USD 5.000,00.

Dadas las experiencias de comercialización se comenta que el tiempo que toma puede prolongarse a un período de 3 o más meses, a razón de ser un producto intangible que tienen mucha ilusión, desde el punto de vista del cliente que siempre desea una solución para un requerimiento específico.

Por eso en este negocio el posicionamiento, experiencia, especialización y trayectoria permite diferenciarse de los demás compañías en desarrollo de software marcando un liderazgo activo, normalmente esto pregonan las empresa grandes de desarrollo de software, adicionalmente se encuentra otras alternativas de quienes desarrollan o crean estas soluciones entre las que se puede mencionar: Personas naturales que han estudiado Ingeniería o Tecnología en Sistemas.

Se ve a futuro que las empresas cada vez van reduciendo sus departamentos de sistemas y estos a su vez serán reducidos y manejadas por empresas que se especializan, zapatero a tus zapatos, el mismo hecho de mantener un costo fijo cuando este puede ser variable y le permite enfocarse en el giro de negocios es importante. (Comenta Rivera)

La consultoría, es el negocio de mañana! Debido al incentivo por parte de SENESCYT del sistema libre (open source), todos van a tener accesibilidad de conseguir software en el internet completamente gratis, el pero está, en cómo lo van a ser correr, allí ingresan estas empresas para poder bajarlo a la realidad de cada empresa y poder facturar por este servicio.

Incluso como instrucción del gobierno ecuatoriano actual, todas entidades públicas están obligadas a buscar el sistema libre, donde se abren oportunidades de negocio ya que el asesoramiento permitirá potenciar esta solución.

Entre una de las sugerencias para el desarrollo de una solución tecnológica para los clientes, es importante confirmarles el apoyo de hardware que deben tener ya que en ocasiones se requiere de mínimos (infraestructura) para un mejor funcionamiento.

Algo interesante de mencionar en el proceso de negociación es compartir el costo de aprendizaje con el cliente, para poder ampliar el tema; en la posición de consultoría la empresa debe aprender y entender toda la cadena de suministros



de sus cliente para así poder ofrecer una solución hecha a la medida o en muchos casos la integración de los procesos.

En resumen, en la industria del software hay que ser muy creativo, inventivo, ya que nos permite desarrollar soluciones para crear valor a las empresas y de esta manera incrementar sus volúmenes de venta.

Kruger & Kruger como una de las empresas más importantes de la industria en desarrollo de software, ve en los futuros profesionales talentos que serán el soporte en el desarrollo de nuevas soluciones, esta empresa por ejemplo busca y los integran en su nómina, en el mercado se ve un gran número de profesionales que oferta sus servicios tecnológicos causando un mercado desleal por los precios que piden y por consiguiente una competencia desleal.

José Luis comenta su tendencia de estudiar Ingeniería en Sistemas por sus aptitudes de crear, investigar y plasmar en un software ayuda para quien lo necesite.

Su visión es tener una empresa que le permita crear y desarrollar soluciones, apoyando los procesos críticos de sus clientes, poder ser una compañía reconocida en el medio y ofreciendo fuentes de trabajo.

Como parte de su crecimiento profesional paso por una empresa que se dedicaba en el apoyo de red de POS (Point of Service) para tarjetas de crédito, un ejemplo de una empresa que mantiene está red es Datafast, donde aprendió que el negocio del software no es vender un programa, sino más bien arrendar una solución para así mantener un ingreso fijo y permitir potenciarse para un futuro con nuevas soluciones que se van desarrollando.

Esta empresa fue un ejemplo del talento ecuatoriano ya que fue quien desarrolló la solución de cajeros automáticos para los barcos de la marina de los Estados Unidos. Esta empresa es Multisoft.

Durante su período de estudiante en Escuela Politécnica del Ejercito (ESPE) en la carrera de ingeniería de sistemas, plantea como tema de su plan de tesis la creación de un software que brindará a las empresas de correos paralelos (Pymes) una solución informática que aportará a la cadena de valor de éstas, se facilita el acercamiento con una empresa de esta industria Trans Air System S.A. (TAS) fundada el 21 de abril de 1994 con el propósito de ofrecer un servicio de Courier.

Su experiencia en la creación de esta solución fue en un período de 1 año entendiendo el proceso de esta empresa, analizando los puntos álgidos y requerimientos de sus clientes, como resultado tenemos este software de rastreo “Amelia Tracking” el mismo que por las características de esta puede ser adaptada en cualquier otra empresa.

Comenta que este producto es la puerta de entrada y ofrecer el desarrollo de otras soluciones permitiendo seguir su visión.

Está totalmente consciente que ahora se puede encontrar sistemas libres en el internet y la tendencia de las empresas de software es el asesoramiento, tener la habilidad de que estos programas libres puedan adaptarse a los procesos de cada cliente potencial, así como el mantenerse como un socio estratégico que crece en el desarrollo tecnológico.

Entre sus objetivos está apalancarse con su empresa en el desarrollo de soluciones tecnológicas a través de un asesoramiento a un mercado meta empresarial. Quienes siempre están buscando aplicaciones que soporten sus procesos y crear valor agregado y así ser competitivos y obtener más réditos de sus clientes.

## 2.4 FODA

### 2.4.1 FODA Empresas Courier

NIVEL					FORTALEZAS			IMPACTO		
1	2	3	4	5				A	M	B

NIVEL					OPORTUNIDADES			IMPACTO		
1	2	3	4	5				A	M	B

NIVEL					DEBILIDADES			IMPACTO		
1	2	3	4	5				A	M	B

NIVEL					AMENAZAS			IMPACTO		
1	2	3	4	5				A	M	B

#### Soportes y Justificativos.-

- **Solo una compañía Courier es transnacional.-** Franklin Rodríguez Gerente de Ventas de DHL Express del Ecuador lo ratifica, debido a que el resto de empresas son representadas por empresas locales, es decir no tienen una presencia como marca propia en Ecuador, como por ejemplo Fedex representada por PASAR, UPS representada por Laar Courier, TNT representada por Insa, mismas que cuentan con una cobertura internacional muy amplia por ser empresas Courier a nivel internacional.
- **Mayoría de empresas Courier están en un segmento PYME.-** De acuerdo a información consultada en ACOPRI (Asociación Ecuatoriana de Correos Paralelos, más del 60% de empresas son compañías familiares

enfocadas al comercio exterior, con una facturación menor a USD 3 millones al año.

- **Enfoque a inversión en sistemas financieros.-** Debido a la experiencia o de esta industria por más de 30 años de familiares del creador de esta aplicación, así como también de la investigación realizada, se puede confirmar que la mayoría de empresas priorizan un sistema contable para el buen manejo de sus finanzas.
  
- **Cambios en Leyes Aduaneras.-** El Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, considerando; que mediante Resolución 1-2008-R3 del 17 de Enero de 2008, publicada en el Registro Oficial No. 264 del Jueves 31 de Enero de 2008, el Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana expidió el REGLAMENTO ESPECÍFICO PARA EL RÉGIMEN PARTICULAR O DE EXCEPCIÓN DE TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL, CORREOS RÁPIDOS O COURIER, entre las características más importantes son:
  - o Límite de peso hasta 50Kg. Y USD 2.000,00 valor FOB
  - o Se requiere documentación previa (INEN, MIC, REGISTRO SANITARIO)
  - o Se prohíbe el fraccionamiento
  - o Declaración individual por cada guía
  - o Transmisión electrónica del DAV
  
- **Crisis Mundial.-** La crisis financiera de 2008 se desató de manera directa debido al colapso de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos en el año 2006, que provocó aproximadamente en octubre de 2007 la llamada crisis de las hipotecas subprime. Las repercusiones de la crisis hipotecaria comenzaron a manifestarse de manera extremadamente grave desde inicios de 2008, contagiándose primero al sistema financiero estadounidense, y después al internacional, teniendo como consecuencia una profunda crisis de liquidez, y causando, indirectamente, otros fenómenos económicos, como una crisis alimentaria global, diferentes

derrumbes bursátiles (como la crisis bursátil de enero de 2008 y la crisis bursátil mundial de octubre de 2008) y, en conjunto, una crisis económica a escala internacional.

El número de desempleados en el *mundo* alcanzó cerca de 212 millones en 2009 tras experimentar un incremento de 34 millones comparado con 2007, en vísperas de la crisis global, dice la OIT en su informe anual “Tendencias Mundiales del Empleo”.

Tomando como base las predicciones económicas del FMI, la OIT estima que el desempleo se mantendrá en un nivel alto a lo largo de 2010. En los Países Desarrollados y la Unión Europea, se espera que otras 3 millones de personas se queden sin trabajo este año. En otras regiones, se espera que el nivel actual se estabilice o disminuya levemente.

- **Restricción en la Importación.-** Mediante resolución número 466 de COMEXI, publicada en el suplemento al Registro Oficial número 512 de 22 de Enero del 2009, Ecuador aplicó una medida de salvaguardias por Balanza de Pagos con carácter de temporal, por un año, para equilibrar en parte los problemas de su sector externo. Entre estas medidas hubieron: Restricciones (productos que no pueden ser importados como arroz), Salvaguardias (30% a 35% adicional al Ad Valorem), Cupos para ciertos productos (70% del promedio de importación de los últimos tres años).

## 2.4.2 FODA Sistema de Rastreo “Amelia Tracking”

NIVEL					FORTALEZAS			IMPACTO		
1	2	3	4	5				A	M	B

NIVEL					OPORTUNIDADES			IMPACTO		
1	2	3	4	5				A	M	B

NIVEL					DEBILIDADES			IMPACTO		
1	2	3	4	5				A	M	B

NIVEL					AMENAZAS			IMPACTO		
1	2	3	4	5				A	M	B

### Soporte y Justificativos.-

#### Amelia Tracking fue creada basada en la necesidad de una empresa PYME.-

José Luis Rodríguez desarrollo esta aplicación como tema de tesis y apoyado por Trans Air System, compañía de correos paralelos.

#### Años de experiencia en la creación de Amelia Tracking.-

Familiares del creador de esta aplicación están ligados en la industrias de logística por más de 30 años, 22 años de su hermano en DHL Express Ecuador, 12 años su hermana en Laar Courier, 20 años de su cuñado en DHL, Tras Air System, Aero net.

#### Costo Competitivo.-

Debido a que esta aplicación ya está creada el precio es una variable flexible, por lo que se puede analizar y ser muy competitivo, ajustándose a las necesidades de los usuarios.

**Creador sin experiencia de comercialización.-** José Luis Rodríguez tienen su ingeniería en sistemas y no ha experimentado la comercialización de ninguna de sus aplicaciones, así como también su inversión para comercializar esta aplicación no supera los USD 5,000.00.

**Servicio Postventa.-** Una de las variables de alto impacto para el usuario al momento de adquirir un software es el servicio postventa.

**Cliente Final aprecia este tipo de sistemas que lo mantienen informado.-** Debido a la experiencia familiar en esta industria y el enfoque comercial ha permitido conversar con diferentes usuarios, confirmando que la trazabilidad es un punto muy importante y al momento de decidir la compra de transporte es considerada, incluso empresas Courier con cobertura internacional tienen dentro de sus procesos por más de 20 años.

**Open Source.-** Se puede encontrar varias opciones en internet de software gratis, como por ejemplo manejo de correspondencia, rastreo, contabilidad.

**Cambios de leyes aduaneras.-** El Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, considerando; que mediante Resolución 1-2008-R3 del 17 de Enero de 2008, publicada en el Registro Oficial No. 264 del Jueves 31 de Enero de 2008, el Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana expidió el REGLAMENTO ESPECÍFICO PARA EL RÉGIMEN PARTICULAR O DE EXCEPCIÓN DE TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL, CORREOS RÁPIDOS O COURIER, entre las características más importantes son:

- Límite de peso hasta 50Kg. Y USD 2.000,00 valor FOB
- Se requiere documentación previa (INEN, MIC, REGISTRO SANITARIO)
- Se prohíbe el fraccionamiento
- Declaración individual por cada guía
- Transmisión electrónica del DAV

Estos cambios generan que empresas Courier pierdan demanda y así salgan del mercado, algunas compañías tomaron la decisión de cerrar sus puertas y dejar sin funcionamiento tal es el caso de (Aeronet S.A., Fly Courier).



# **CAPÍTULO III**

### **3.- Estudio del mercado**

#### **3.1 Investigación Exploratoria**

Esta metodología permite levantar datos primarios o secundarios mediante un formato no estructurado o procedimientos informales de interpretación, por tanto se empleará entrevistas y encuestas para conocer las oportunidades que permitirán facilitar el plan de comercialización.

#### **3.2 Objetivos**

##### **3.2.1 Objetivo General**

Conocer los aspectos relevantes de la industria de software, desarrollo en el Ecuador de esta industria.

##### **3.2.2 Objetivos Específicos**

- Conocer el desarrollo de empresas desarrolladoras de sistemas en el Ecuador.
- Identificar aspectos tecnológicos importantes que han sobresalido en este país.
- Conocer el mercado de desarrolladores de software, sus principales competidores.
- Identificar como ven al Ecuador desde otros países en el desarrollo de software.
- Conocer si esta industria tiene apoyo del gobierno ecuatoriano.

#### **3.3 Entrevistas**

A través de esta herramienta planteamos un temario para conocer e identificar oportunidades de la industria y como proceder, nuestro objetivo es hacerlo con José Luis Rodríguez autor de esta herramienta y Miguel Rivera Gerente General

de Kruger & Kruger una de las empresa más importantes en desarrollo de soluciones tecnológicas.

### **3.3.1 Tipo de Entrevista**

El tipo de la entrevista usada para este proyecto fue “no estructurada” por ser muy flexible al momento de la misma, tan solo se plantearon los temas y tópicos que se detalla a continuación:

- Tecnología en Ecuador
- Mercados
- Proyección tecnológica
- Competencia
- Constitución legal
- Inversión
- Open Source

### **3.3.2 Proceso de la entrevista**

#### **- Fase de la preparación de la entrevista.**

La entrevista se prepara basada del problema de la investigación y los objetivos planteados.

Se plantea dos entrevistas y los siguientes temas a recabar:

- 1.- José Luis Rodríguez creador de la solución tecnológica.
  - Antecedentes del perfil del creador de “Amelia Tracking”
  - Visión
  - Por qué del sistema Amelia Tracking
  - Sus conclusiones

José Luis comenta su tendencia de estudiar Ingeniería en Sistemas por sus aptitudes de crear, investigar y plasmar en un software ayuda para quien lo necesite.

Su visión es tener una empresa que le permita crear y desarrollar soluciones, apoyando los procesos críticos de sus clientes, poder ser una compañía reconocida en el medio y ofreciendo fuentes de trabajo.

Como parte de su crecimiento profesional paso por una empresa que se dedicaba en el apoyo de red de POS (Point of Service) para tarjetas de crédito, un ejemplo de una empresa que mantiene está red es Datafast, donde aprendió que el negocio del software no es vender un programa, sino más bien arrendar una solución para así mantener un ingreso fijo y permitir potenciarse para un futuro con nuevas soluciones que se van desarrollando.

Esta empresa fue un ejemplo del talento ecuatoriano ya que fue quien desarrolló la solución de cajeros automáticos para los barcos de la marina de los Estados Unidos. Esta empresa es Multisoft.

Durante su período de estudiante en Escuela Politécnica del Ejercito (ESPE) en la carrera de ingeniería de sistemas, plantea como tema de su plan de tesis la creación de un software que brindará a las empresas de correos paralelos (Pymes) una solución informática que aportará a la cadena de valor de éstas, se facilita el acercamiento con una empresa de esta industria Trans Air System S.A. (TAS) fundada el 21 de abril de 1994 con el propósito de ofrecer un servicio de Courier.

Su experiencia en la creación de esta solución fue en un período de 1 año entendiendo el proceso de esta empresa, analizando los puntos álgidos y requerimientos de sus clientes, como resultado tenemos este software de rastreo “Amelia Tracking” el mismo que por las características de esta puede ser adaptada en cualquier otra empresa.

Comenta que este producto es la puerta de entrada y ofrecer el desarrollo de otras soluciones permitiendo seguir su visión.

Está totalmente consciente que ahora se puede encontrar sistemas libres en el internet y la tendencia de las empresas de software es el asesoramiento, tener la habilidad de que estos programas libres puedan adaptarse a los procesos de cada cliente potencial, así como el mantenerse como un socio estratégico que crece en el desarrollo tecnológico.

Entre sus objetivos está apalancarse con su empresa en el desarrollo de soluciones tecnológicas a través de un asesoramiento a un mercado meta empresarial. Quienes siempre están buscando aplicaciones que soporten sus procesos y crear valor agregado y así ser competitivos y obtener más réditos de sus clientes.

2.- Miguel Rivera Gerente General de Kruger & Kruger, empresa especializada en la creación y comercialización de soluciones tecnológicas

- Antecedentes y desarrollo de empresas que desarrollan software en el Ecuador
- Competencia
- Estrategias de negociación
- Futuro de las empresas que desarrollan software en el Ecuador

La industria de desarrollo de software desde hace aproximadamente 30 años ha venido integrándose en todos los procesos de las empresas; en los últimos años es importante reiterar que en el país se han destacado profesionales con mucho talento, tanto es así que han sido exportados a países como USA, Comunidad Europea y parte de países de la Comunidad Andina.

Efectivamente en Ecuador se ha producido muy buenos productos como COBIS (Enfocado en la industria bancaria), otro que podemos mencionar es de Recursos Humanos que está siendo implementado en otros países.

En la entrevista con el Gerente General de Kruger & Kruger, mencionan un producto para HOLCIM que apoya en su proceso de medio ambiente, el cual está siendo implementado a nivel latinoamericano.

Esto da muestra que en Ecuador existe un gran potencial en el desarrollo de buenos productos en el ámbito tecnológico.

SENESCYT (Secretaria Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación) apoya el desarrollo de software libre, este concepto nos dice que muchos de los productos estarán en internet sin costo, especialmente por razón que estos cada vez ya son un commodity (productos o servicios muy comunes y sin valor agregado), claro está que cuando se trata de un producto muy especializado realmente se vuelve muy caro y se debe tratar de industrializarlo y hacer economía de escala.

Como vemos actualmente y en un futuro el negocio no está en la venta de un software, más bien radica en el asesoramiento, ofreciendo una solución global que soporte en todos los procesos, buscando más eficiencia y productividad.

En el Ecuador se puede identificar algunas tendencias de consumo con referencia a la industria del software entre las principales:

- Informal donde la propuesta de valor es el precio sin tomar en cuenta algunos aspectos como experiencia, calidad, asesoramiento, en este grupo integran profesionales del ramo o empleados de la misma compañía en desarrollo de software y la adquisición de software piratas.

- Formal donde la propuesta de valor está en el asesoramiento, crear basados en las necesidades actuales de los clientes y proyectándolas a un futuro incluyendo relación con el resto de sus empresas.

Efectivamente por todas estas razones y los cambios tan frecuentes en el desarrollo de la tecnología, la visión de Kruger y Kruger va cambiando, de la producción de software al asesoramiento de soluciones.

Es decir, entender el negocio de sus clientes, su cadena de suministros y bajarlos a una aplicación para soportar todos sus procesos, que estén relacionados unos a otros, permitiéndoles ser más ágiles en la toma de decisiones, ya que hoy por hoy el manejo de información hace esto posible.

Otro detalle importante que menciona Miguel Rivera es la inversión inicial, para emprender un negocio de software este no requiere adquirir; maquinaria, materia prima, suministros, bodegas, oficinas, entre otras, como es el caso de otros negocios, por la sencilla razón, el conocimiento es el principal motor de esta empresa y tan solo con reunir a dos o tres talentos basta para crear, y luego vender. Tal es el caso que comenta que cuando él inicio su inversión no superó los USD 5.000,00.

Dadas las experiencias de comercialización se comenta que el tiempo que toma puede prolongarse a un período de 3 o más meses, a razón de ser un producto intangible que tienen mucha ilusión, desde el punto de vista del cliente que siempre desea una solución para un requerimiento específico.

Por eso en este negocio el posicionamiento, experiencia, especialización y trayectoria permite diferenciarse de los demás compañías en desarrollo de software marcando un liderazgo activo, normalmente esto pregonan las empresa grandes de desarrollo de software, adicionalmente se encuentra otras alternativas de quienes desarrollan o crean estas soluciones entre las que se puede mencionar: Personas naturales que han estudiado Ingeniería o Tecnología en Sistemas.

Se ve a futuro que las empresas cada vez van reduciendo sus departamentos de sistemas y estos a su vez serán reducidos y manejadas por empresas que se especializan, zapatero a tus zapatos, el mismo hecho de mantener un costo fijo

cuando este puede ser variable y le permite enfocarse en el giro de negocios es importante. (Comenta Rivera)

La consultoría, es el negocio de mañana! Debido al incentivo por parte de SENESCYT del sistema libre (open source), todos van a tener accesibilidad de conseguir software en el internet completamente gratis, el pero está, en cómo lo van a ser correr, allí ingresan estas empresas para poder bajarlo a la realidad de cada empresa y poder facturar por este servicio.

Incluso como instrucción del gobierno ecuatoriano actual, todas entidades públicas están obligadas a buscar el sistema libre, donde se abren oportunidades de negocio ya que el asesoramiento permitirá potenciar esta solución.

Entre una de las sugerencias para el desarrollo de una solución tecnológica para los clientes, es importante confirmarles el apoyo de hardware que deben tener ya que en ocasiones se requiere de mínimos (infraestructura) para un mejor funcionamiento.

Algo interesante de mencionar en el proceso de negociación es compartir el costo de aprendizaje con el cliente, para poder ampliar el tema; en la posición de consultoría la empresa debe aprender y entender toda la cadena de suministros de su cliente para así poder ofrecer una solución hecha a la medida o en muchos casos la integración de los procesos.

En resumen, en la industria del software hay que ser muy creativo, inventivo, ya que nos permite desarrollar soluciones para crear valor a las empresas y de esta manera incrementar sus volúmenes de venta.

Kruger & Kruger como una de las empresas más importantes de la industria en desarrollo de software, ve en los futuros profesionales talentos que serán el soporte en el desarrollo de nuevas soluciones, esta empresa por ejemplo busca y los integran en su nómina, en el mercado se ve un gran número de profesionales que oferta sus servicios tecnológicos causando un mercado desleal por los precios que piden y por consiguiente una competencia desleal.



#### **- Fase de la realización de la entrevista.**

Con cada uno de los entrevistados se hace contacto telefónico acordando una cita donde se efectuará al entrevista.

Al inicio de la entrevista se enuncia el objetivo y para registro de la información esta será grabada.

Continúa con los puntos establecidos en la fase de preparación.

#### **- Fase de la realización de la entrevista.**

Una vez terminada la entrevista se agradece a los entrevistados por su aporte a este proyecto y se procederá al análisis de la información que será incluida en el desarrollo de este proyecto.

### **3.4 Investigación Descriptiva**

Esta investigación está basada en métodos y procedimientos científicos para recolectar datos puros y generar estructuras de datos que describan las características (actitudes, intenciones, preferencias, hábitos de compra) de una población objetiva.

#### **3.4.1 Método Deductivo**

Dado que nuestro propósito es comercializar una solución tecnológica de rastreo, usaremos un método partiendo de un concepto general ya que está solución ha sido probada en empresas de transporte que mantienen un liderazgo a nivel internacional, siendo una herramienta diferenciadora en su industria.

Efectivamente partiremos desde este argumento para llegar a confirmar el interés de empresas de transporte de menor tamaño por una solución tecnológica para implementarla y fortalecer sus ventajas competitivas.

### **3.4.2 Histórico Comparativo**

Partiendo que esta iniciativa tecnológica inicio en el año de 1979 con la empresa de correos paralelos FEDEX, basada en una necesidad de sus clientes de mantener información de sus envíos creó (COSMOS – Customer Oriented Services and Managment Operating Systems), así como también el desarrollo de sistemas de rastreo de otras empresas tales como UPS, DHL, nos permitirá comparar y aprovechar de esta experiencia en la investigación planteada.

### **3.4.3 Analítico Sintético**

Este método de investigación nos permitirá identificar cada uno de los componentes del proceso de comercialización de soluciones tecnológicas por separado para luego sintetizarla en un todo.

## **3.5 Objetivos**

### **3.5.1 Objetivo General**

Conocer los aspectos relevantes que una empresa de correos paralelos considera al momento de adquirir una solución tecnológica.

### **3.5.2 Objetivos Específicos**

- Conocer si las empresas de correo paralelo invierten en soluciones tecnológicas.
- Identificar qué soluciones tecnológicas usan actualmente las empresas de correos paralelos.
- Conocer las soluciones tecnológicas más relevantes dentro de su proceso.
- Conocer con qué frecuencia renuevan estas soluciones tecnológicas
- Identificar con qué presupuesto anual cuentan para estas inversiones
- Confirmar si tienen actualmente una solución de rastreo de envíos.

- Identificar si las soluciones tecnológicas son desarrolladas con sus propios recursos.
- Identificar las razones de compra al momento de tomar una decisión.
- Establecer los elementos que determinan el interés de compra de una solución de rastreo.
- Conocer si la empresa está dispuesta en adquirir otra solución tecnológica.
- Conocer las principales características que busca la empresa al momento de contratar una empresa de servicios tecnológicos.
- Conocer la vía que usan para ubicar una empresa de servicios tecnológico.
- Identificar si estas empresas están suscritas a revistas especializadas en tecnología.

### **3.5.3 Planteamiento de la hipótesis**

Más del 50% de las compañías de correos paralelos del Ecuador no cuentan con un sistema de rastreo. El mismo que contribuirá con su propuesta de valor.

### **3.5.4 Encuesta - Diseño**

De acuerdo al objetivo de la investigación se plantea la siguiente encuesta.

#### **Encuesta Desarrollo de Soluciones Tecnológicas**

Nombre de la Empresa: \_\_\_\_\_

Nombre del Entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Actividad de la Empresa: \_\_\_\_\_

Esta encuesta tiene como objetivo el poder identificar oportunidades de comercialización de soluciones tecnológicas (software).

1.- Actualmente su empresa tiene soluciones tecnológicas (Software) para soportar sus procesos?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

2.- Podría ayudarnos indicando en qué áreas mantienen estas soluciones tecnológicas (software)?

Facturación _____	Cuentas por pagar _____	Cuentas por cobrar _____
Inventarios _____	Nómina y Personal _____	Gestión de Venta _____
Activos Fijos _____	Contabilidad _____	CRM _____
Rastreo _____	Aduanas _____	

3.- De estas soluciones tecnológicas (software) cuál usted considera que le ayuda a crear valor agregado?

Facturación _____	Cuentas por pagar _____	Cuentas por cobrar _____
Inventarios _____	Nómina y Personal _____	Gestión de Venta _____
Activos Fijos _____	Contabilidad _____	CRM _____
Rastreo _____	Aduanas _____	

4.- Hace cuánto tiempo implementó una solución de estas?

Menor a 6 meses \_\_\_\_\_ Entre 6 meses y 1 año \_\_\_\_\_ Entre 1 a 3 años \_\_\_\_\_

Entre 3 a 5 años \_\_\_\_\_ Más de 5 años \_\_\_\_\_

5.- Su empresa incluye en su presupuesto anual este tipo de inversiones?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

6.- En caso de ser afirmativa la pregunta anterior que cantidad de dinero estima usted que destina su empresa a esta inversión?

Menos de 1.000 \_\_\_\_\_

Entre 1.000 y 3.000 \_\_\_\_\_

Entre 3.000 y 5.000 \_\_\_\_\_

Entre 5.000 y 10.000 \_\_\_\_\_

Más de 10.000 \_\_\_\_\_

7.- Actualmente su empresa tiene una solución de Rastreo de sus envíos?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8.- En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, Esta aplicación fue:

Desarrollada por usted \_\_\_\_\_ Adquirida a la medida \_\_\_\_\_  
Adquirida en una versión Estándar \_\_\_\_\_ Rentada \_\_\_\_\_  
Otros - Indique por favor \_\_\_\_\_

8.1 Mantienen algún servicio de mantenimiento y soporte?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8.2 Qué empresa le brinda el servicio

Kruger & Kruger \_\_\_\_\_ Compusoft \_\_\_\_\_  
IBM \_\_\_\_\_ Provedatos \_\_\_\_\_  
Bayteq \_\_\_\_\_ Grupo \_\_\_\_\_  
MAS \_\_\_\_\_  
Otros - Indique por favor \_\_\_\_\_

8.3 Cuáles son las razones por las que eligió esta empresa?

Asesoría \_\_\_\_\_  
Flexibilidad de la solución \_\_\_\_\_  
Mantenimiento de acuerdo a las necesidades del mercado \_\_\_\_\_  
Soporte Técnico 7/24 \_\_\_\_\_  
Tecnología de punta \_\_\_\_\_  
Precio \_\_\_\_\_  
Por conocimiento y experiencia \_\_\_\_\_  
Referencia \_\_\_\_\_  
Acuerdo del Servicio \_\_\_\_\_  
Otros – Indique por favor \_\_\_\_\_

9.- En caso de no tener una solución de Rastreo, su empresa estaría interesada en adquirir una de éstas?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Por qué NO? Económico \_\_\_\_\_  
 Conocimiento \_\_\_\_\_  
 Necesidad \_\_\_\_\_

Otro - Indique por favor

---

10.- Qué debería hacer nuestra empresa para que usted adquiriera un software de Rastreo?

Solución a la medida \_\_\_\_\_ Asesoría \_\_\_\_\_

Experiencia en el desarrollo \_\_\_\_\_ Flexibilidad \_\_\_\_\_

Infraestructura \_\_\_\_\_ Precios bajos \_\_\_\_\_

Soporte \_\_\_\_\_

Otros - Indique por favor

---

11.- Qué otras aplicaciones usted estaría interesado en adquirir?

Facturación \_\_\_\_\_ Cuentas por pagar \_\_\_\_\_ Cuentas por cobrar \_\_\_\_\_

Inventarios \_\_\_\_\_ Nómina y Personal \_\_\_\_\_ Gestión de Venta \_\_\_\_\_

Activos Fijos \_\_\_\_\_ Contabilidad \_\_\_\_\_ CRM \_\_\_\_\_

Rastreo \_\_\_\_\_ Aduanas \_\_\_\_\_

Otro – Indique por favor \_\_\_\_\_

12.- Cite en orden de importancia las características que debe tener un proveedor de servicios tecnológicos (Software)

(Siendo 1 el más importante y el 5 menos importante)

Asesoramiento \_\_\_\_\_

Experiencia y Conocimiento \_\_\_\_\_

Tecnología de Punta \_\_\_\_\_

Infraestructura \_\_\_\_\_

Precio \_\_\_\_\_

Mantenimiento \_\_\_\_\_

Soporte Técnico \_\_\_\_\_

Cumplimiento de plazos \_\_\_\_\_

Soporte \_\_\_\_\_

Si tiene usted alguna otra característica favor indicarnos

\_\_\_\_\_

13. Cuando usted está interesado en comprar una solución tecnológica, cómo la busca?

Internet \_\_\_\_\_

Referencia \_\_\_\_\_

Proveedor actual \_\_\_\_\_

Personal propio \_\_\_\_\_

Revistas especializadas \_\_\_\_\_

Otros – Indique por favor

\_\_\_\_\_

14.- Tiene usted alguna suscripción con alguna de estas empresas especializadas?

PC Magazing \_\_\_\_\_

Keegy Ecuador

\_\_\_\_\_

PC World \_\_\_\_\_

Computer World \_\_\_\_\_

Otros – Indique por favor \_\_\_\_\_

Gracias por su gentil ayuda.

### 3.5.5 Tamaño de la muestra

El análisis se realiza a 57 empresas de acuerdo a la información encontrada en la Corporación Aduanera Ecuatoriana, ente regulador de los correos paralelos y / o agencias de carga.

### 3.6 Observación

Importante la visita a empresas de la industria para obtener información personalizada, en este caso se realiza en las empresas Aero Net y DHL.

### **3.7 Tabulación y Diagnóstico**

Para este análisis se usará el programa SPSS, permitiendo ver un análisis más completo desde el punto de vista estadístico, a través de una presentación detallada por pregunta de la encuesta.



### 3.7.1 Tabulación de las preguntas.

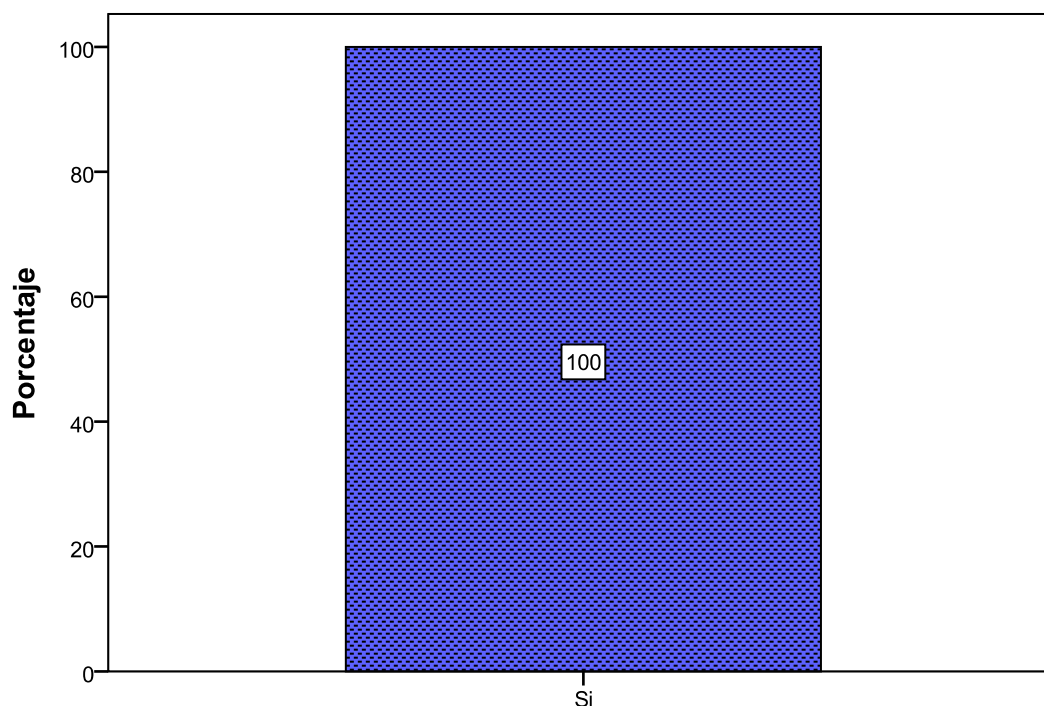
#### Pregunta 1.-

**¿Actualmente su empresa tiene soluciones tecnológicas (Software) para soportar sus procesos?**

Cuadro # 3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	57	100,0	100,0	100,0

Gráfico # 5



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

El resultado de esta pregunta confirma que el 100% de los entrevistados tiene una solución tecnológica (Software) como parte de soporte en cualquiera de sus procesos.

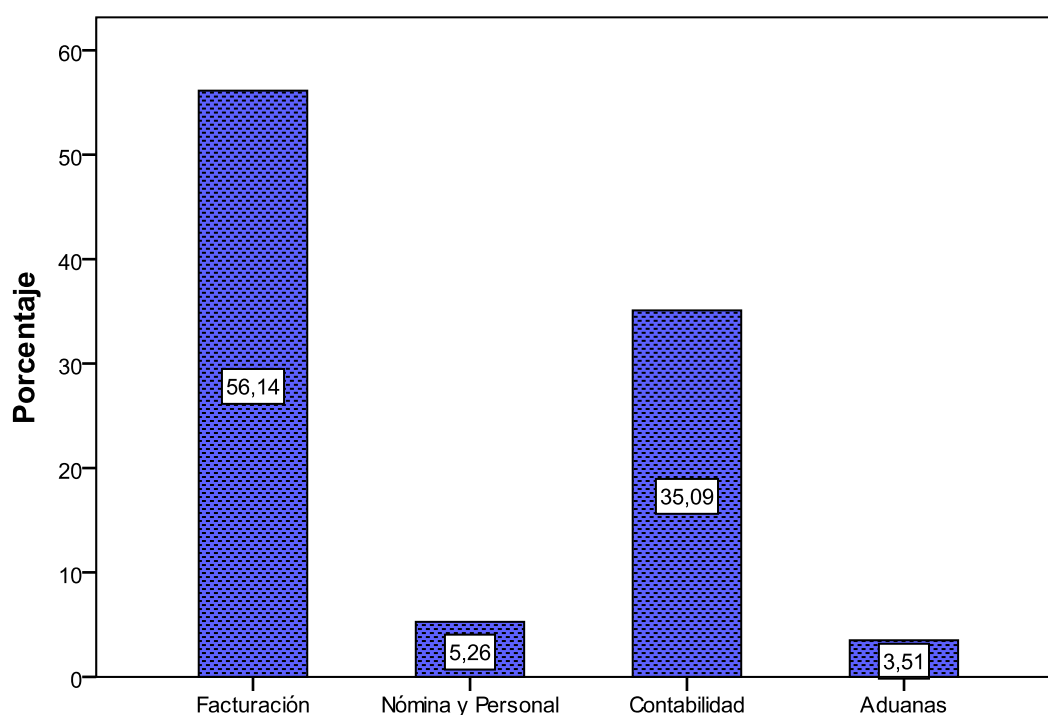
## Pregunta 2.-

¿Podría ayudarnos indicando en qué áreas mantienen estas soluciones tecnológicas (software)?

Cuadro # 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Facturación	32	56,1	56,1	56,1
Nómina y Personal	3	5,3	5,3	61,4
Contabilidad	20	35,1	35,1	96,5
Aduanas	2	3,5	3,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 6



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009

Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

El 91% de los encuestados mantienen una solución tecnológica de sus procesos del proceso financiero, tan solo el 3,5% tiene una solución para aduanas. Se podría decir que hay una gran oportunidad para explotar un sistema de aduanas o un sistema de rastreo.

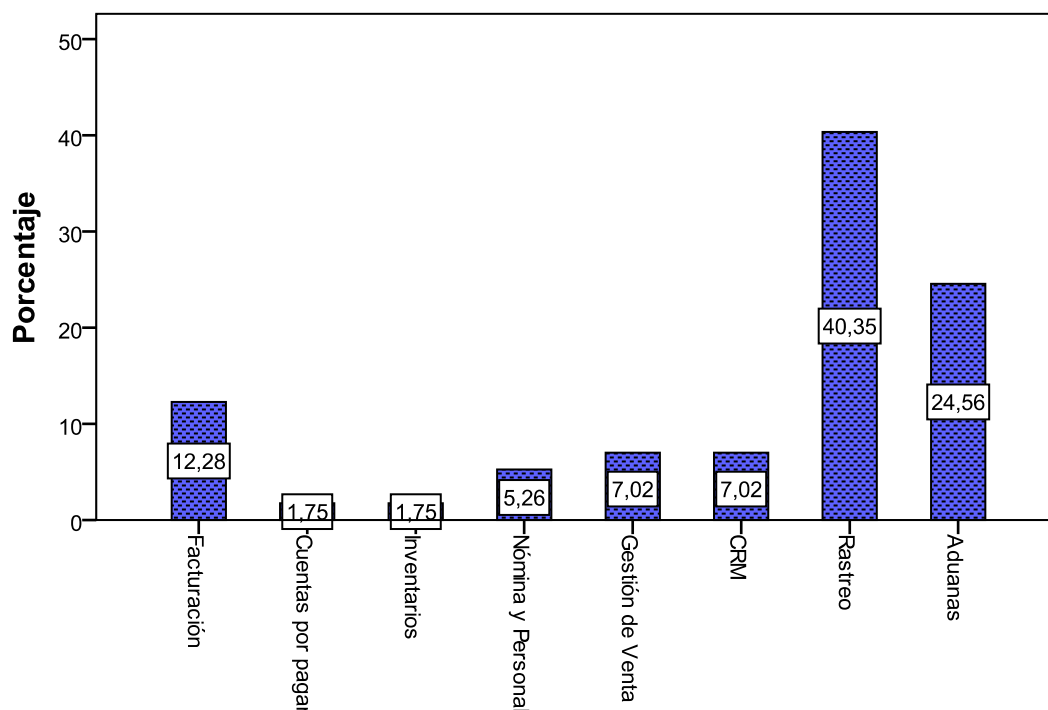
### Pregunta 3.-

¿De estas soluciones tecnológicas (software) cuál usted considera que le ayuda dar valor agregado?

Cuadro # 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Facturación	7	12,3	12,3	12,3
Cuentas por pagar	1	1,8	1,8	14,0
Inventarios	1	1,8	1,8	15,8
Nómina y Personal	3	5,3	5,3	21,1
Gestión de Venta	4	7,0	7,0	28,1
CRM	4	7,0	7,0	35,1
Rastreo	23	40,4	40,4	75,4
Aduanas	14	24,6	24,6	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 7



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

El 40,4% de los encuestados están conscientes que una solución de rastreo les permitiría incrementar su propuesta de valor, ahora otra solución complementaria es aduanas que igual tiene un 24,6% dando así un 65% que se inclinarían por una solución así.

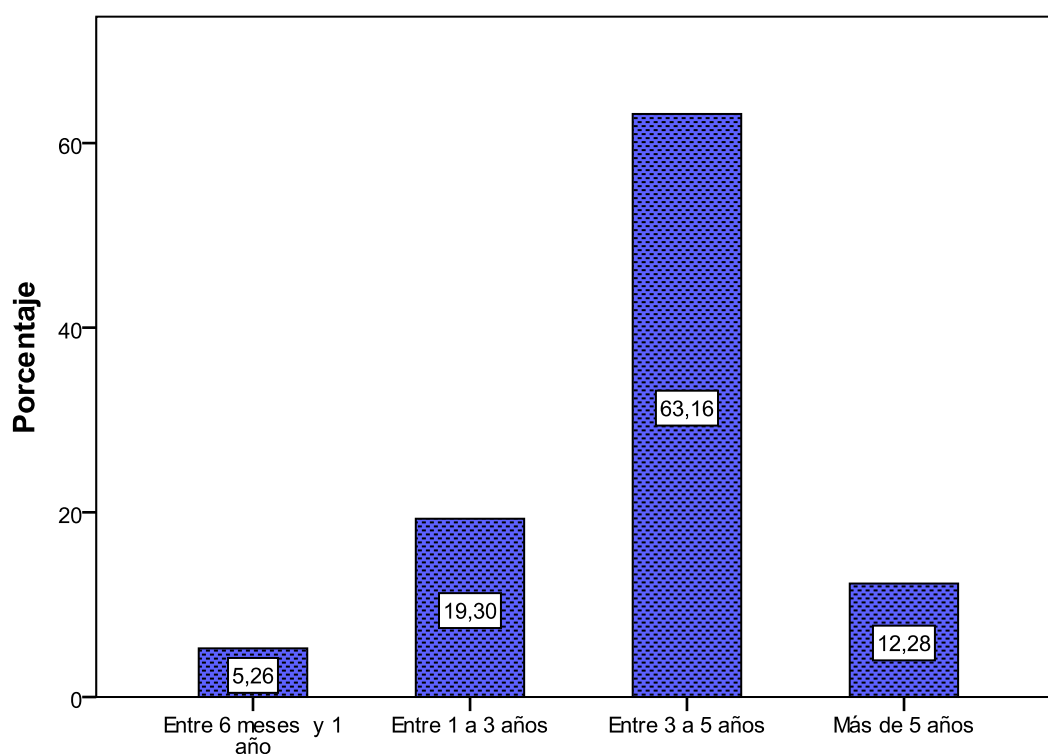
#### Pregunta 4.-

¿Hace cuánto tiempo implementó una solución de estas soluciones tecnológicas?

Cuadro # 6

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Entre 6 meses y 1 año	3	5,3	5,3	5,3
Entre 1 a 3 años	11	19,3	19,3	24,6
Entre 3 a 5 años	36	63,2	63,2	87,7
Más de 5 años	7	12,3	12,3	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 8



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Desde el punto de vista de la frecuencia, los encuestadores confirman que la última vez que instalaron una solución tecnológica fue entre 3 y 5 años con un 63,15%.

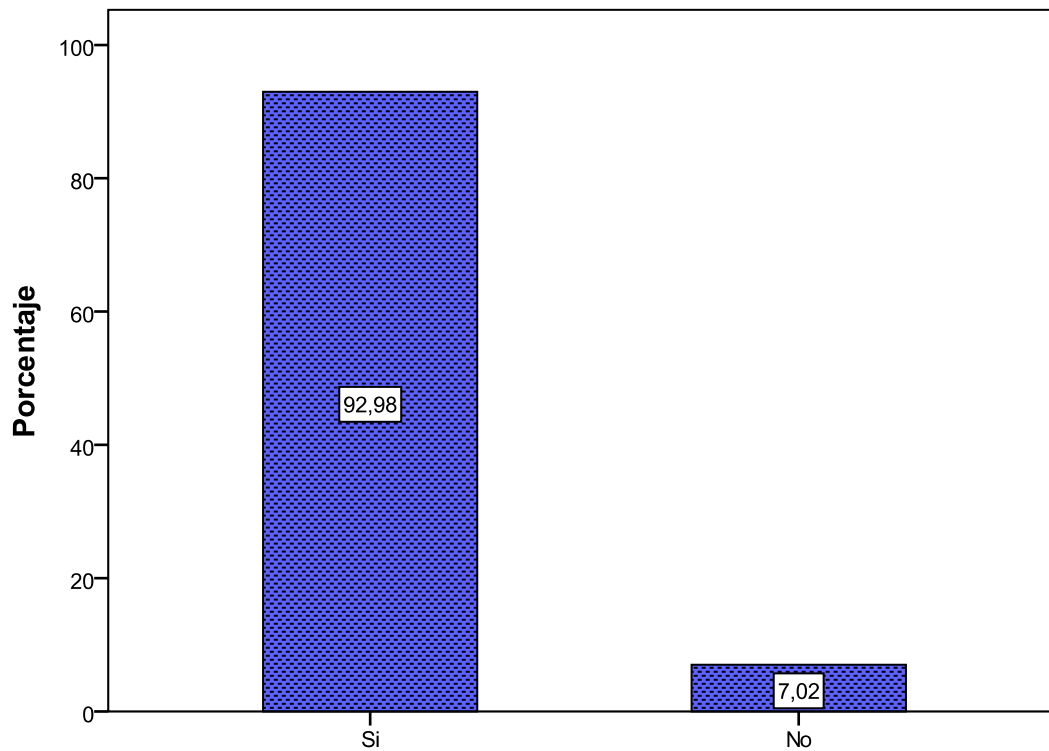
## Pregunta 5.-

**¿Su empresa incluye en su presupuesto anual este tipo de inversiones?**

Cuadro # 7

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	53	93,0	93,0	93,0
No	4	7,0	7,0	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 9



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Información a considerar al momento de plantear la demanda, nos confirman que el 92,98% de las empresas incluyen un presupuesto que está destinado a la inversión de soluciones tecnológicas.

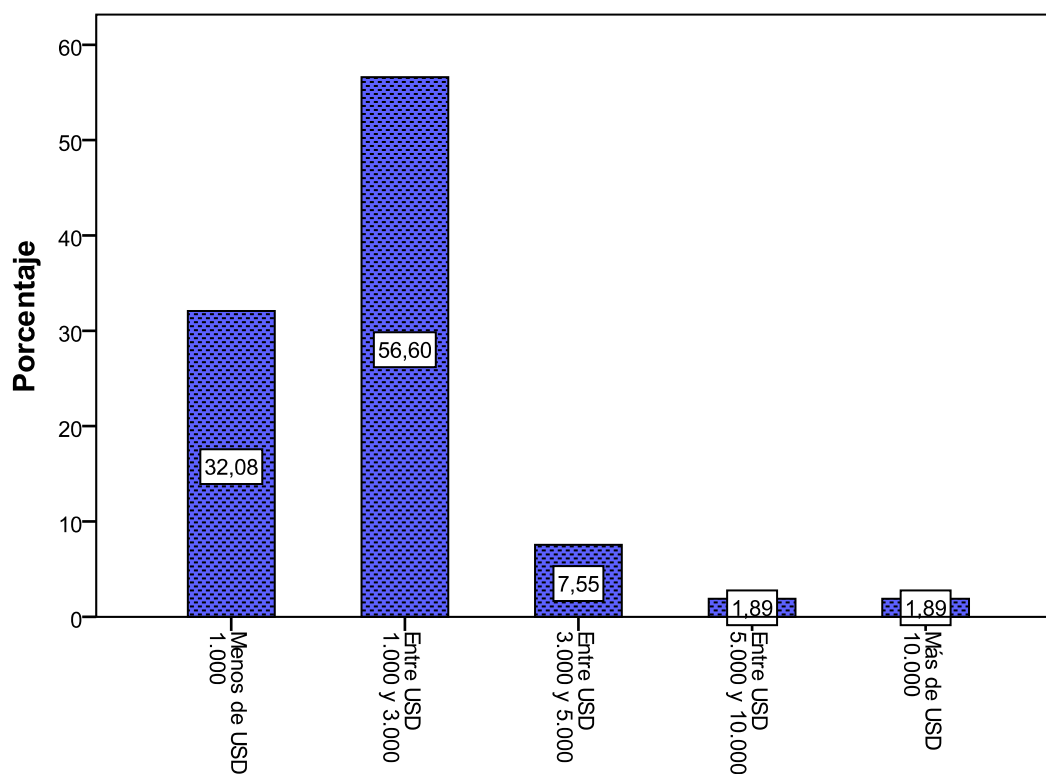
## Pregunta 6.-

¿En caso de ser afirmativa la pregunta anterior. Qué cantidad de dinero estima usted que destina su empresa esta inversión?

Cuadro # 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de USD 1.000	17	29,8	32,1	32,1
	Entre USD 1.000 y 3.000	30	52,6	56,6	88,7
	Entre USD 3.000 y 5.000	4	7,0	7,5	96,2
	Entre USD 5.000 y 10.000	1	1,8	1,9	98,1
	Más de USD 10.000	1	1,8	1,9	100,0
Total		53	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	7,0		
Total		57	100,0		

Gráfico # 10



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Continuando con la pregunta anterior para conocer el monto aproximado de inversión los encuestadores confirman en un 88,7 % está entre menos de USD 1000,00 y hasta 3000,00 dólares americanos.

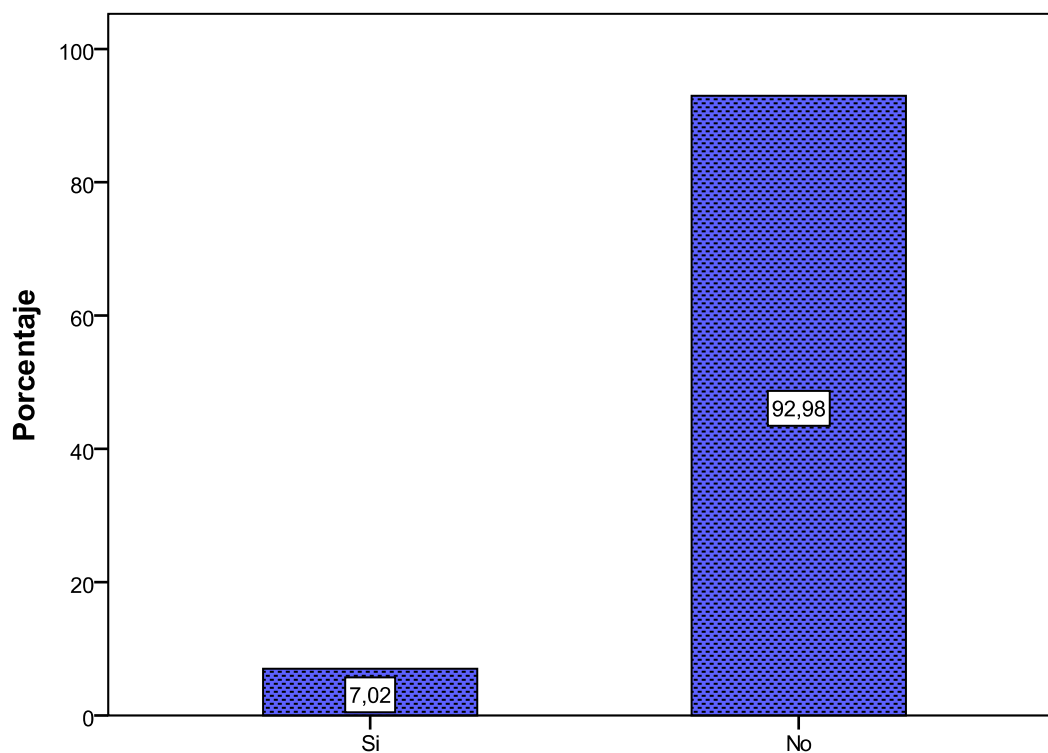
## Pregunta 7.-

**¿Actualmente su empresa tiene una solución de rastreo de sus envíos?**

Cuadro # 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	4	7,0	7,0	7,0
No	53	93,0	93,0	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 11



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Esta pregunta es una de las más importantes para el desarrollo del proyecto, identifica una clara oportunidad, el 93% de los encuestados no cuentan con una solución tecnológica de rastreo, es decir el mercado meta tiene un potencial de 53 empresas.

### Pregunta 8.-

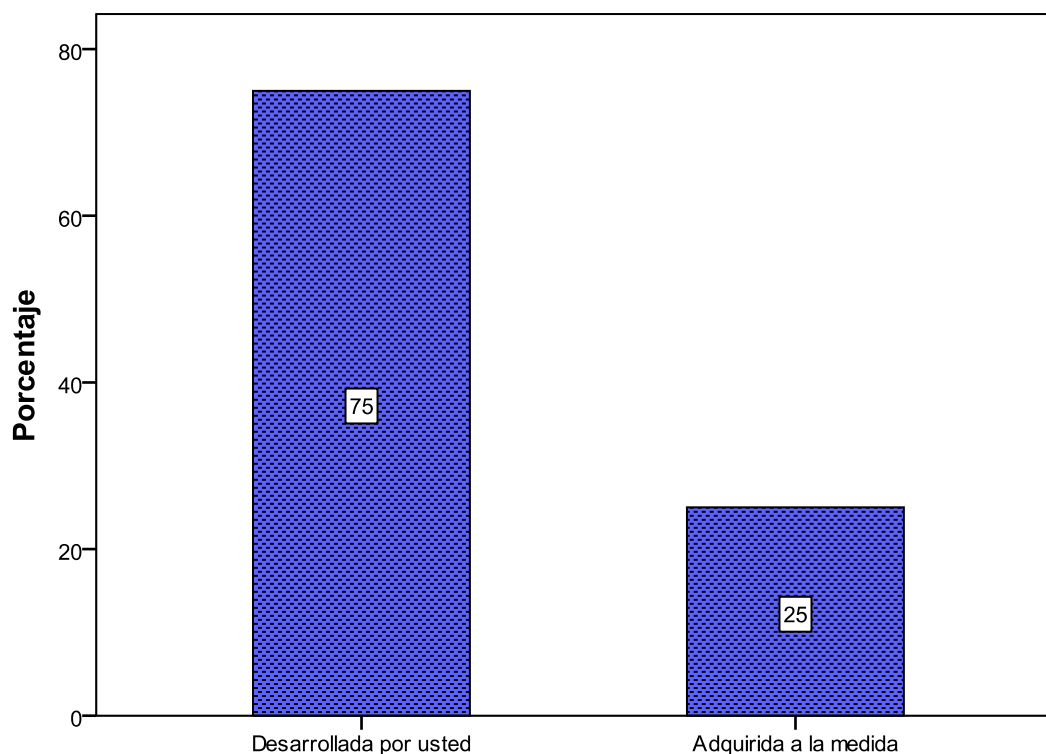
En caso de ser afirmativa la respuesta anterior, esta aplicación fue:

- **Desarrollada por usted**
- **Adquirida a la medida**
- **Adquirida en una versión estándar**
- **Rentada**

Cuadro # 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Desarrollada por usted	3	5,3	75,0	75,0
	Adquirida a la medida	1	1,8	25,0	100,0
	Total	4	7,0	100,0	
Perdidos	Sistema	53	93,0		
Total		57	100,0		

Gráfico # 12



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

De las 4 empresas que tienen sistema de rastreo el 75% fue desarrollado por su personal de sistemas, mientras que el 25% es decir 1 empresa adquirió a la medida.



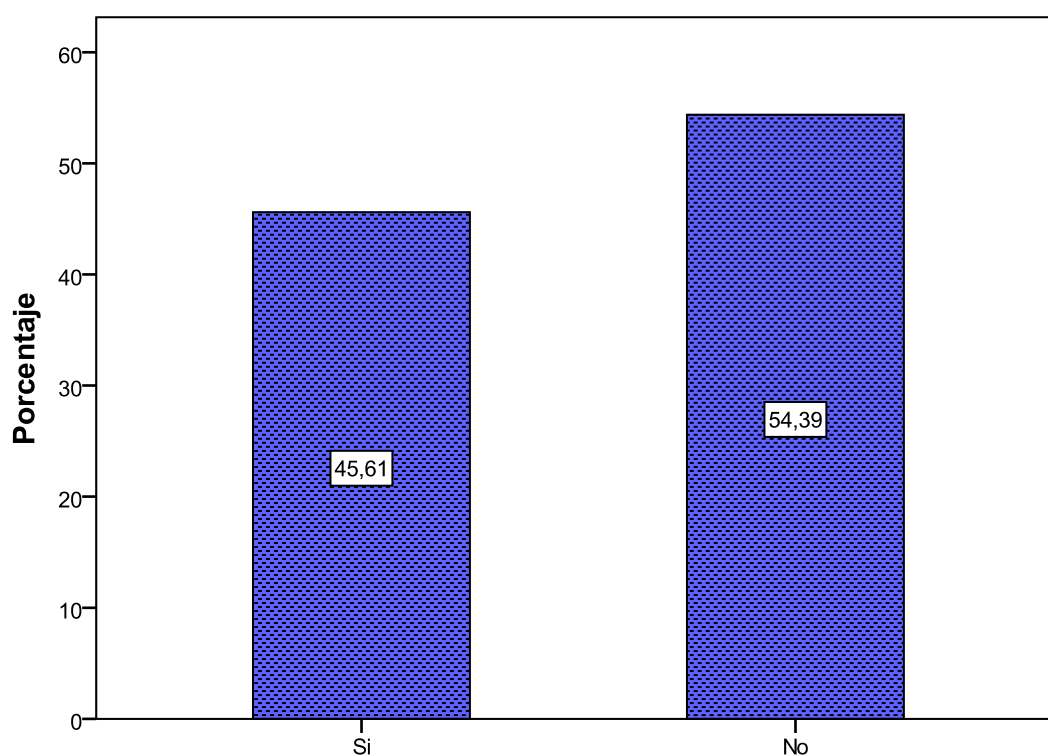
## Pregunta 8,1.-

### ¿Mantiene algún servicio de mantenimiento y soporte?

Cuadro # 11

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Si	26	45,6	45,6	45,6
No	31	54,4	54,4	100,0
Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 13



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Se consulta a todo el universo si mantienen un servicio de mantenimiento y soporte y el 45,61% confirma tenerlo, mientras que el 54,39% no.

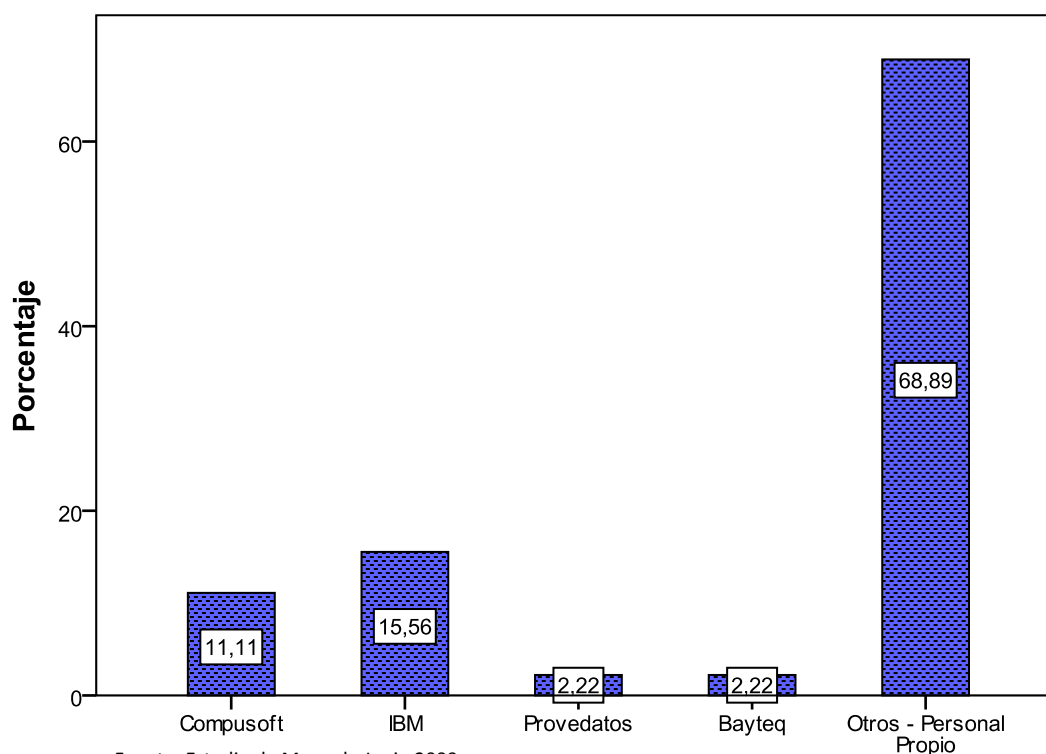
## Pregunta 8,2.-

### ¿Qué empresa le brinda el servicio?

Cuadro # 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Compusoft	5	8,8	11,1	11,1
	IBM	7	12,3	15,6	26,7
	Provedatos	1	1,8	2,2	28,9
	Bayteq	1	1,8	2,2	31,1
	Otros - Personal Propio	31	54,4	68,9	100,0
	Total	45	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	12	21,1		
Total		57	100,0		

Gráfico # 14



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Al momento de consultar que empresa es la que brinda el servicio y soporte para sus soluciones tecnológicas, los encuestados en su gran mayoría mencionan que lo hacen con personal propio. Es decir que la mayoría de los sistemas una vez entregados ellos toman la pauta para mantenimiento.

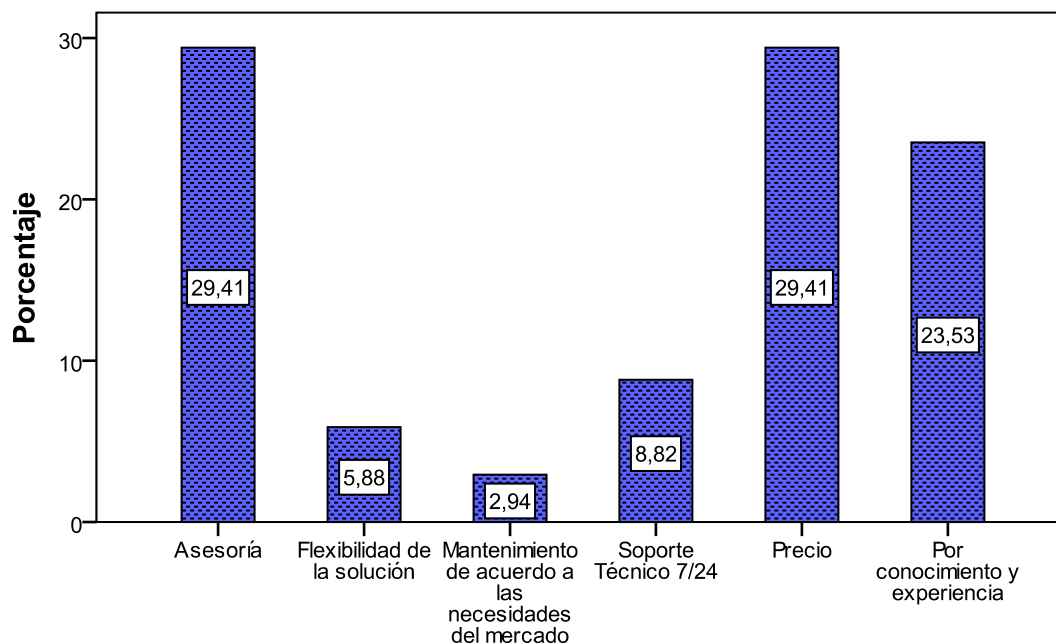
### Pregunta 8,3.-

#### ¿Cuáles son las razones por las que eligió esta empresa?

Cuadro # 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asesoría	10	17,5	29,4	29,4
	Flexibilidad de la solución	2	3,5	5,9	35,3
	Mantenimiento de acuerdo a las necesidades del mercado	1	1,8	2,9	38,2
	Soporte Técnico 7/24	3	5,3	8,8	47,1
	Precio	10	17,5	29,4	76,5
	Por conocimiento y experiencia	8	14,0	23,5	100,0
	Total	34	59,6	100,0	
Perdidos	Sistema	23	40,4		
Total		57	100,0		

Gráfico # 15



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Las variables más importantes al momento de buscar una empresa son: Precio con un 29,41% y Asesoría con un porcentaje parecido, conocimiento y experiencia con un 23,53%, por lo que se debe tomar en cuenta al momento de la propuesta comercial apoyando a la estrategia que se plantee.

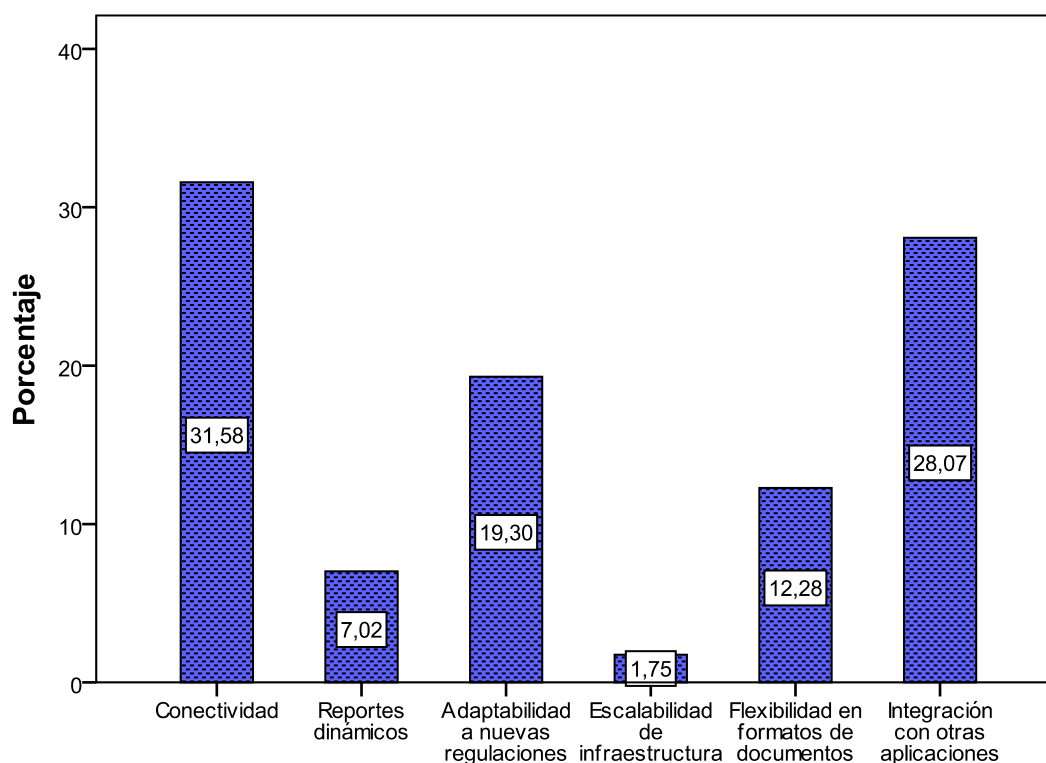
### Pregunta 8,4.-

¿Hay algún aspecto que le gustaría mejorar a su actual software?

Cuadro # 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Conectividad	18	31,6	31,6	31,6
	Reportes dinámicos	4	7,0	7,0	38,6
	Adaptabilidad a nuevas regulaciones	11	19,3	19,3	57,9
	Escalabilidad de infraestructura	1	1,8	1,8	59,6
	Flexibilidad en formatos de documentos	7	12,3	12,3	71,9
	Integración con otras aplicaciones	16	28,1	28,1	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 16



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009

Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Los encuestados comentan entre los aspectos más importantes que sus actuales software deberían tener Conectividad en un 31,6%, Integración con otras Aplicaciones con un 28,1% y Adaptabilidad a nuevas regulaciones con un 19,3%, es decir que un 79% de los mismos requieren que sus soluciones tecnológicas sean flexibles y manejables.

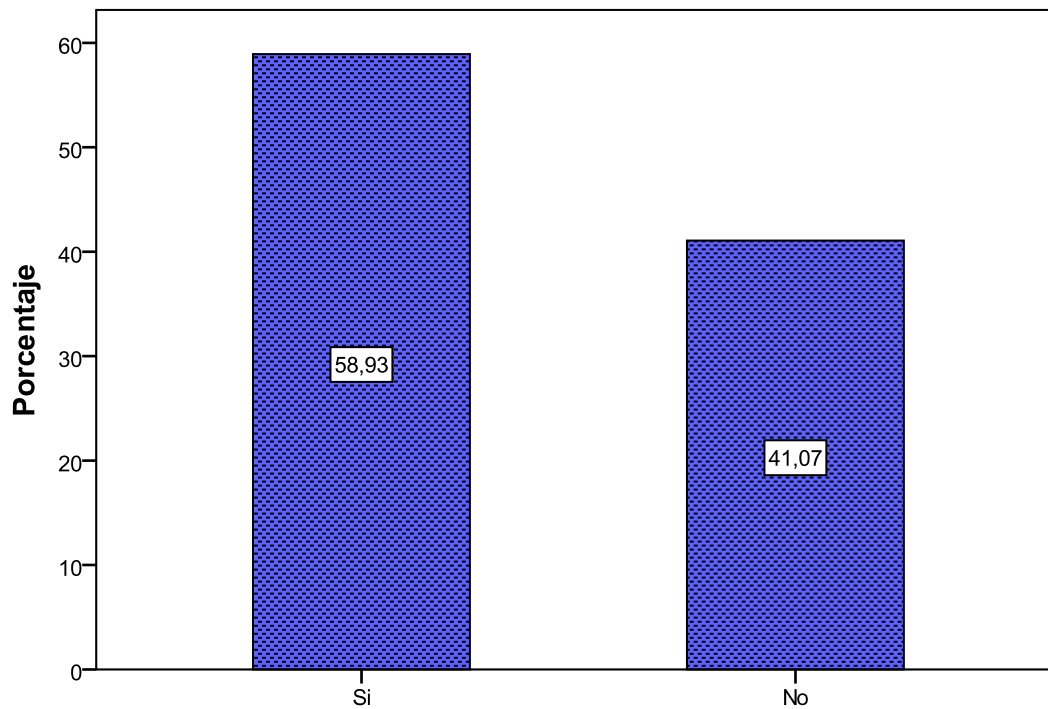
**Pregunta 9.-**

**¿En caso de no tener una solución de rastreo, su empresa estaría interesada en adquirir una de estas?**

Cuadro # 15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	33	57,9	58,9	58,9
	No	23	40,4	41,1	100,0
	Total	56	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,8		
Total		57	100,0		

Gráfico # 17



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

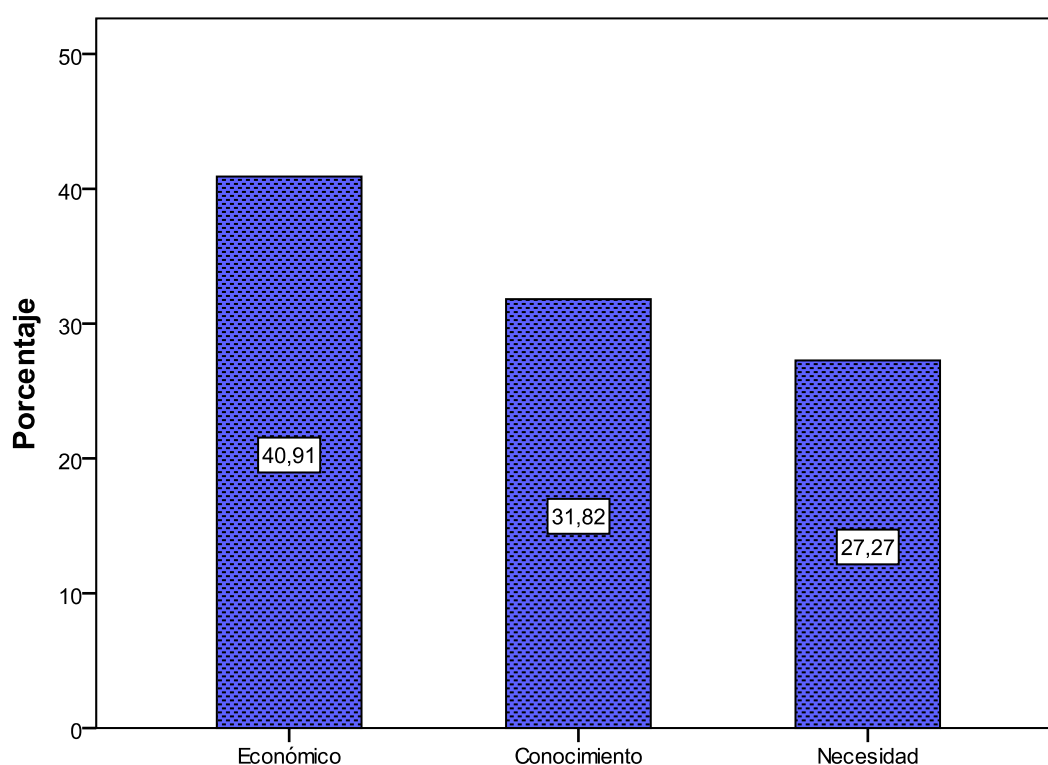
Se podría decir que 33 de 53 empresas que no tienen el sistema de rastreo estarían dispuestas en invertir en esta solución, lo cual aún se podría empezar en estas empresas para luego visitar y atacar el resto de empresas que faltan.

## En caso de ser negativa su pregunta nos podría indicar, ¿Por qué no?

Cuadro # 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Económico	9	15,8	40,9	40,9
	Conocimiento	7	12,3	31,8	72,7
	Necesidad	6	10,5	27,3	100,0
	Total	22	38,6	100,0	
Perdidos	Sistema	35	61,4		
Total		57	100,0		

Gráfico # 18



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Las compañías que dijeron no estar interesados en esta solución con un 15,8% indican que el factor económico es una de las mayores preocupaciones, seguido por un 12,3% de conocimiento.

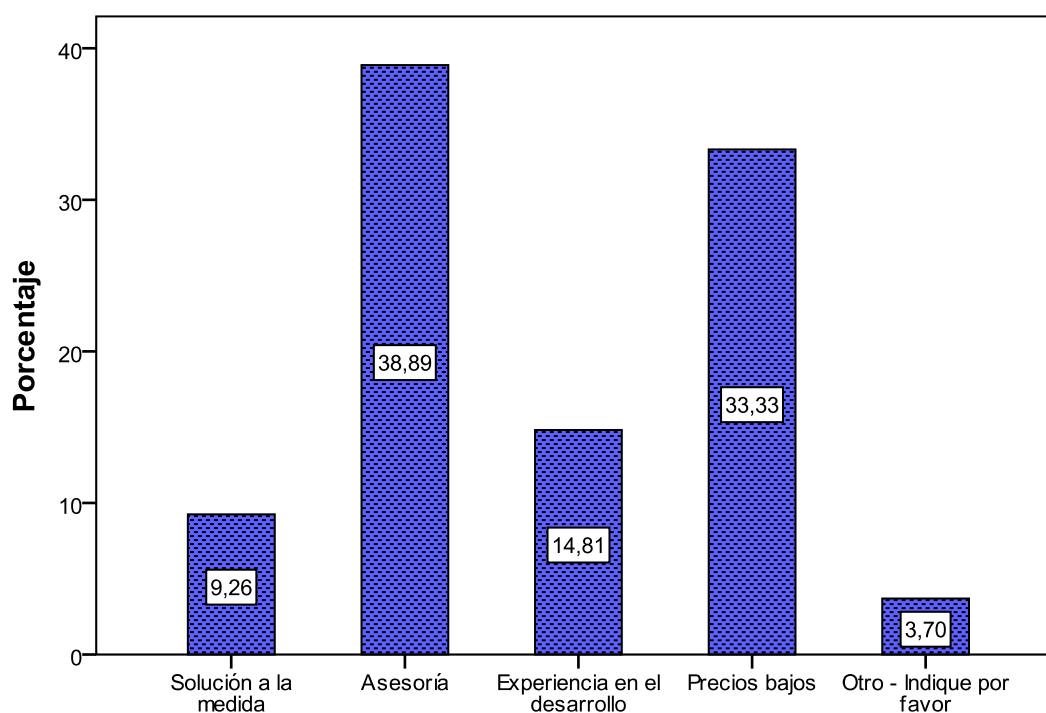
### Pregunta 10.-

¿Qué debería hacer nuestra empresa para que usted adquiriera un software de rastreo?

Cuadro # 17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Solución a la medida	5	8,8	9,3	9,3
	Asesoría	21	36,8	38,9	48,1
	Experiencia en el desarrollo	8	14,0	14,8	63,0
	Precios bajos	18	31,6	33,3	96,3
	Otro - Indique por favor	2	3,5	3,7	100,0
	Total	54	94,7	100,0	
Perdidos	Sistema	3	5,3		
Total		57	100,0		

Gráfico # 19



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Los encuestados consideran importante al momento de adquirir un software de rastreo la compañía que está vendiendo tenga entre sus principales características y beneficios, Asesoría y Precios Bajos, que consolidado entre los encuestados suman el 68.4%.

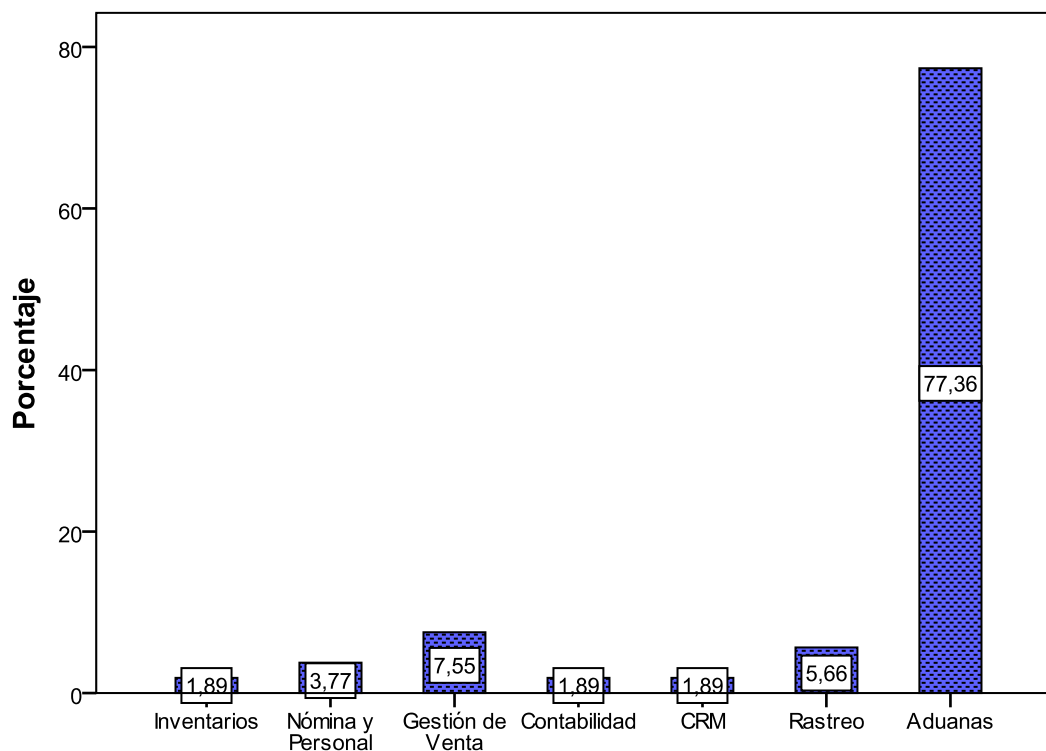
### Pregunta 11.-

### ¿Qué otras aplicaciones usted estaría interesado en adquirir?

Cuadro # 18

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Inventarios	1	1,8	1,9	1,9
Nómina y Personal	2	3,5	3,8	5,7
Gestión de Venta	4	7,0	7,5	13,2
Contabilidad	1	1,8	1,9	15,1
CRM	1	1,8	1,9	17,0
Rastreo	3	5,3	5,7	22,6
Aduanas	41	71,9	77,4	100,0
Total	53	93,0	100,0	
Perdidos				
Sistema	4	7,0		
Total	57	100,0		

Gráfico # 20



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

El 77,36% está interesado en adquirir un sistema de aduana esto debido a los últimos cambios que la Corporación Aduanera Ecuatoriana, quien se encuentra en un claro objetivo de optimizar y agilizar sus procesos apoyados en tecnología.



**Pregunta 12.-**

**¿Cite en orden de importancia las características que debe tener un proveedor de servicios tecnológicos (Software)?**

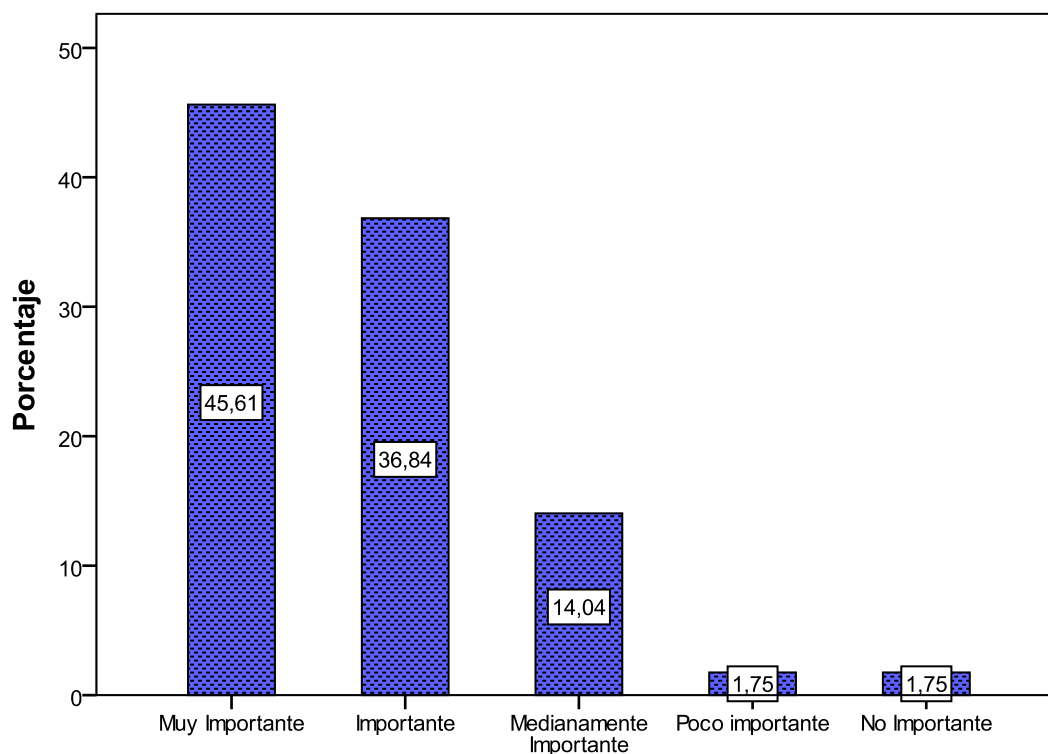
- **Asesoramiento**
- **Experiencia y Conocimiento**
- **Tecnología de Punta**
- **Infraestructura**
- **Precio**
- **Mantenimiento**
- **Soporte Técnico**
- **Cumplimiento de Plazos**
- **Soporte**
- **Si tiene usted alguna característica favor indicarnos**

## Asesoramiento

Cuadro # 19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	26	45,6	45,6	45,6
	Importante	21	36,8	36,8	82,5
	Medianamente Importante	8	14,0	14,0	96,5
	Poco importante	1	1,8	1,8	98,2
	No Importante	1	1,8	1,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 21



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

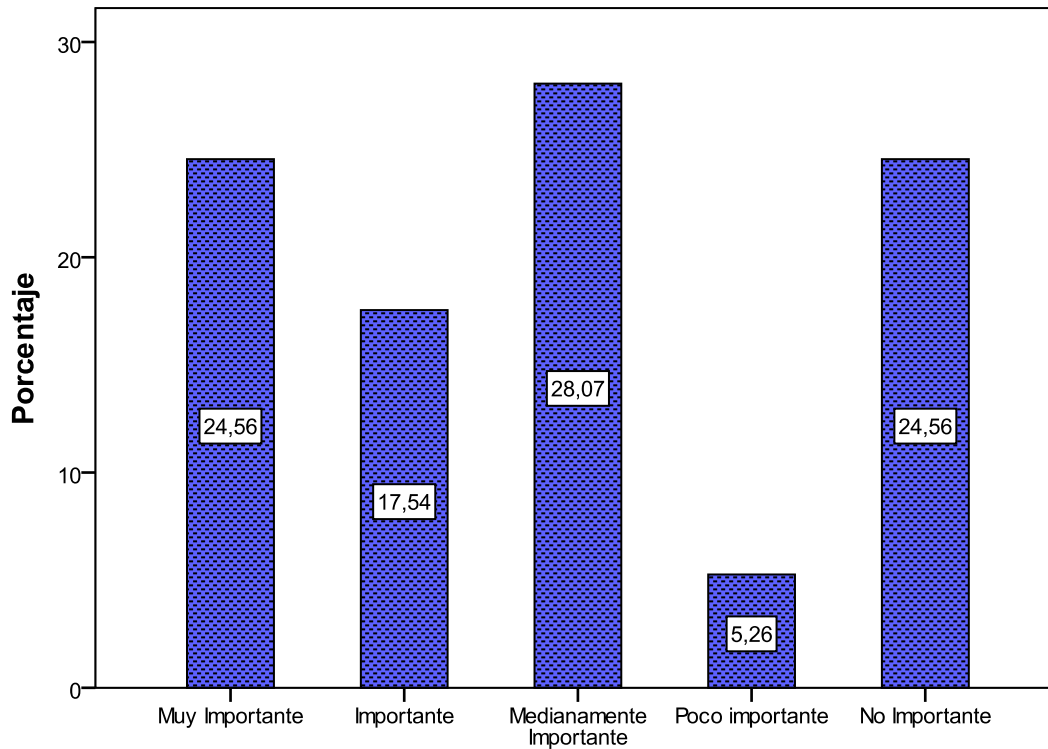
Se analiza varias características que el usuario es motivado al momento de elegir una compañía para invertir en una solución tecnológica, y el asesoramiento es una variable de importancia como se puede ver en los resultados con un 82,4% confirman que es importante.

## Experiencia y Conocimiento

Cuadro # 20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	14	24,6	24,6	24,6
	Importante	10	17,5	17,5	42,1
	Medianamente Importante	16	28,1	28,1	70,2
	Poco importante	3	5,3	5,3	75,4
	No Importante	14	24,6	24,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 22



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

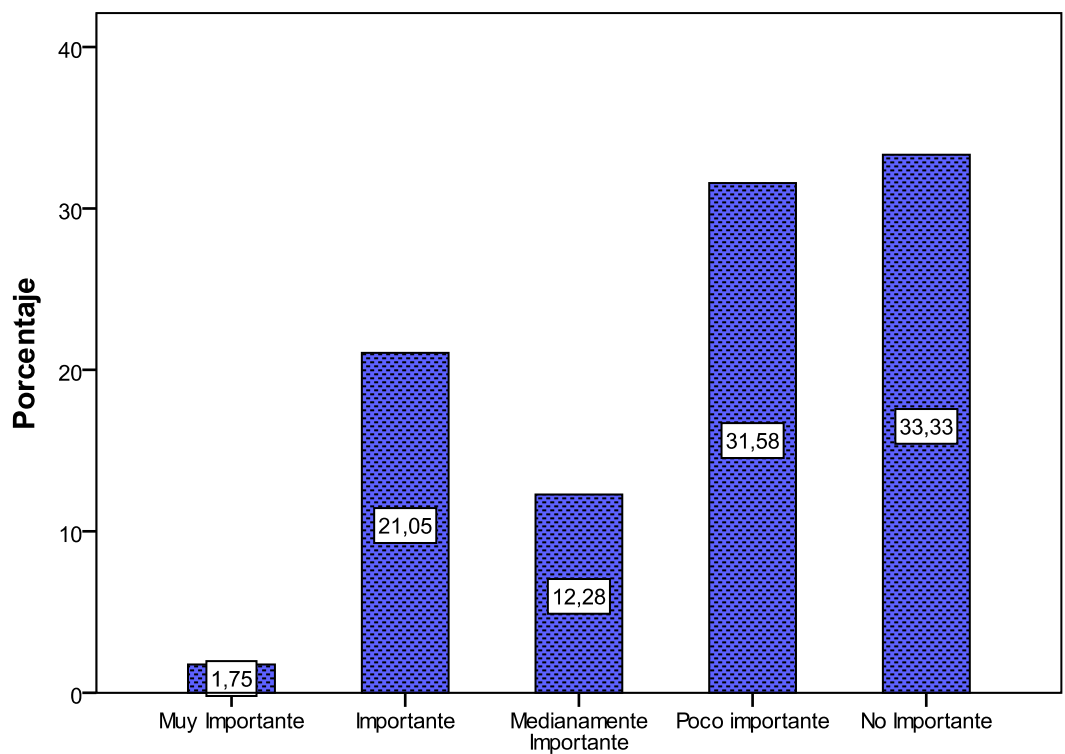
Otra variable que fue consultada es la experiencia y conocimiento, como se puede ver en el cuadro alrededor de un 42,1% dicen que es importante mientras que el resto no lo ve como una variable al momento de elegir una empresa.

### Tecnología de punta

Cuadro # 21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	1	1,8	1,8	1,8
	Importante	12	21,1	21,1	22,8
	Medianamente Importante	7	12,3	12,3	35,1
	Poco importante	18	31,6	31,6	66,7
	No Importante	19	33,3	33,3	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 23



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

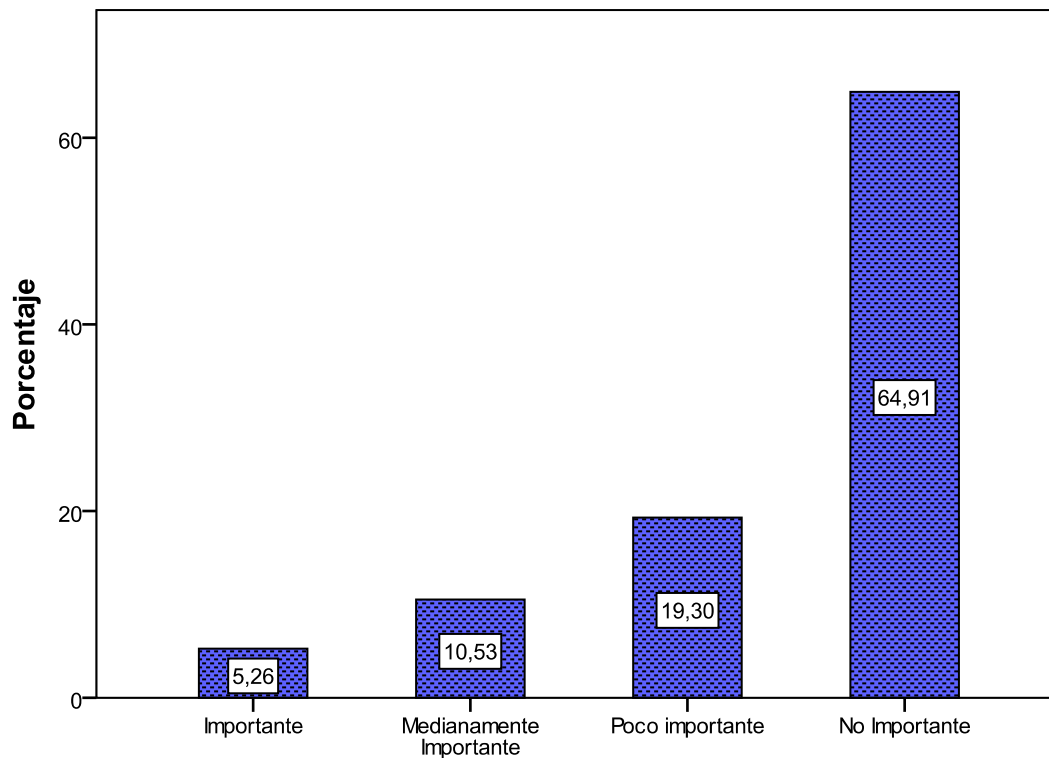
Al momento de preguntar, Tecnología de Punta, se puede decir que para los encuestados esta variable no es importante así lo confirma el 64,89%.

## Infraestructura

Cuadro # 22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Importante	3	5,3	5,3	5,3
	Medianamente Importante	6	10,5	10,5	15,8
	Poco importante	11	19,3	19,3	35,1
	No Importante	37	64,9	64,9	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 24



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

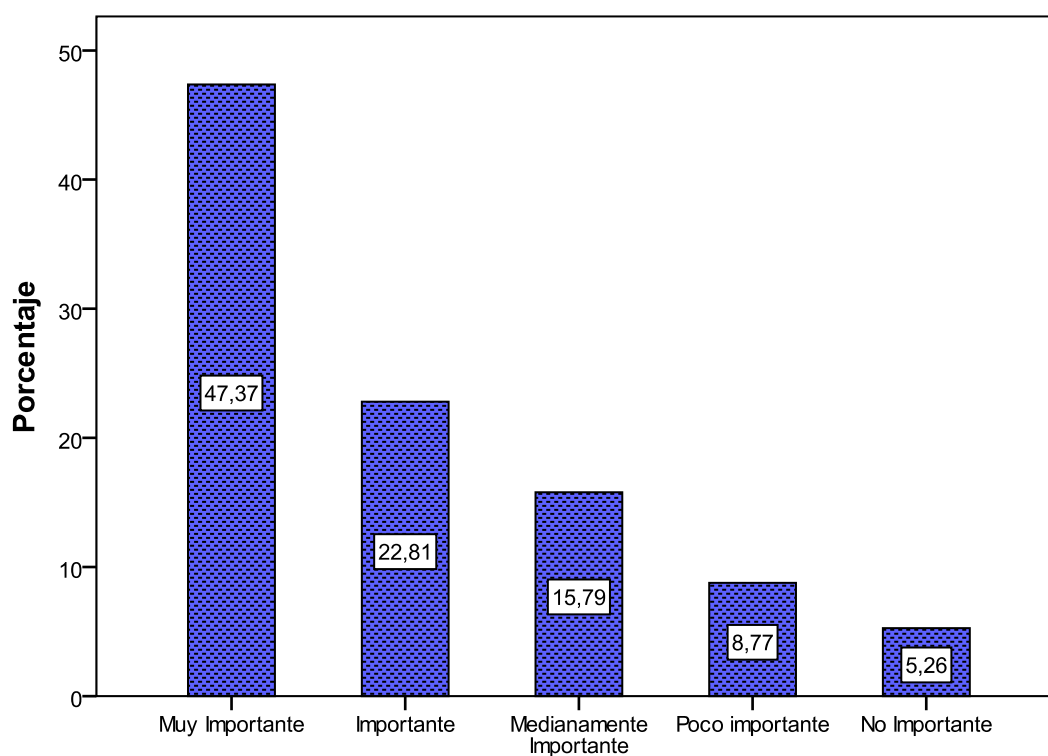
Igual que la variable de Infraestructura se puede decir que no tiene importancia para los encuestados al momento de ver una compañía que comercializa soluciones tecnológicas. El 84,21% lo confirma

## Precio

Cuadro # 23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	27	47,4	47,4	47,4
	Importante	13	22,8	22,8	70,2
	Medianamente Importante	9	15,8	15,8	86,0
	Poco importante	5	8,8	8,8	94,7
	No Importante	3	5,3	5,3	100,0
	Total		57	100,0	100,0

Gráfico # 25



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

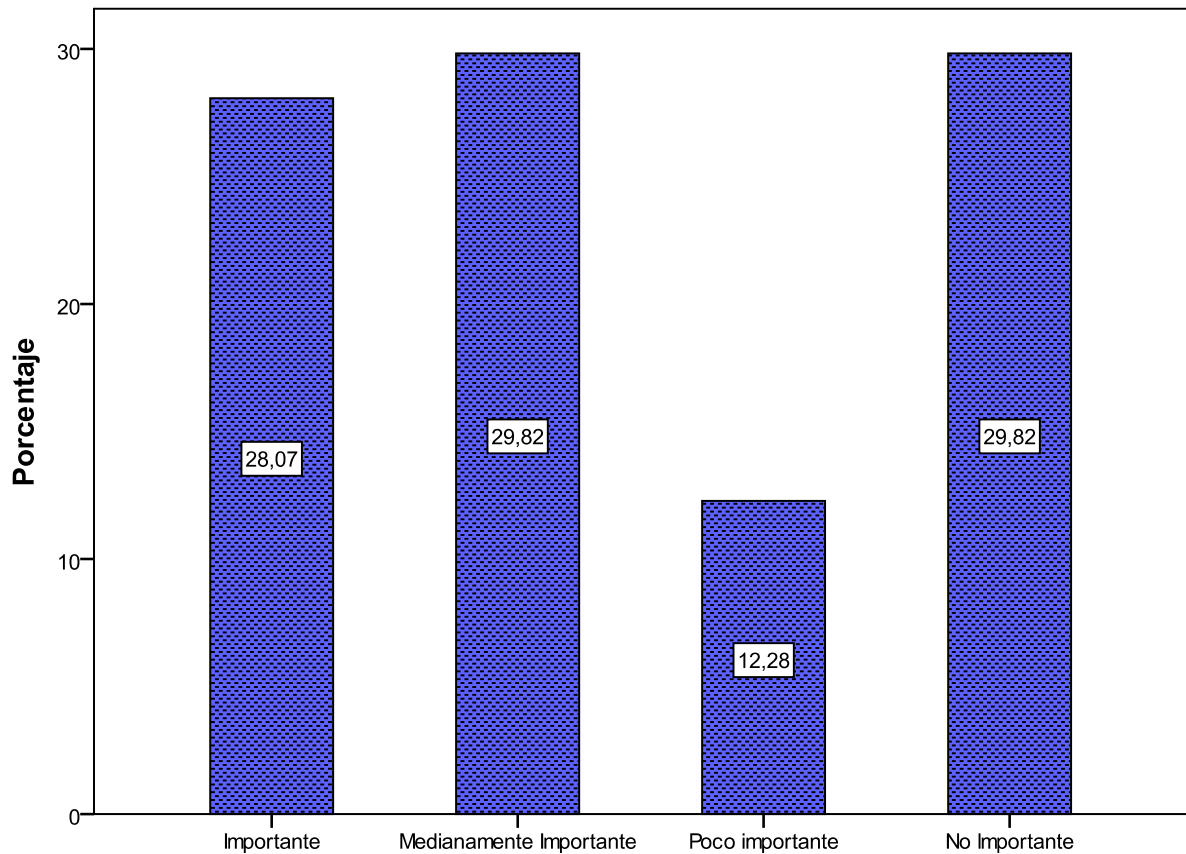
El precio es una variable muy importante que debe ser tomada en cuenta al momento de plantear una estrategia, esto lo confirman los encuestados con un 70,18% siendo una de las variables con mayor porcentaje.

## Mantenimiento

Cuadro # 24

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Importante	16	28,1	28,1	28,1
	Medianamente Importante	17	29,8	29,8	57,9
	Poco importante	7	12,3	12,3	70,2
	No Importante	17	29,8	29,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 26



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

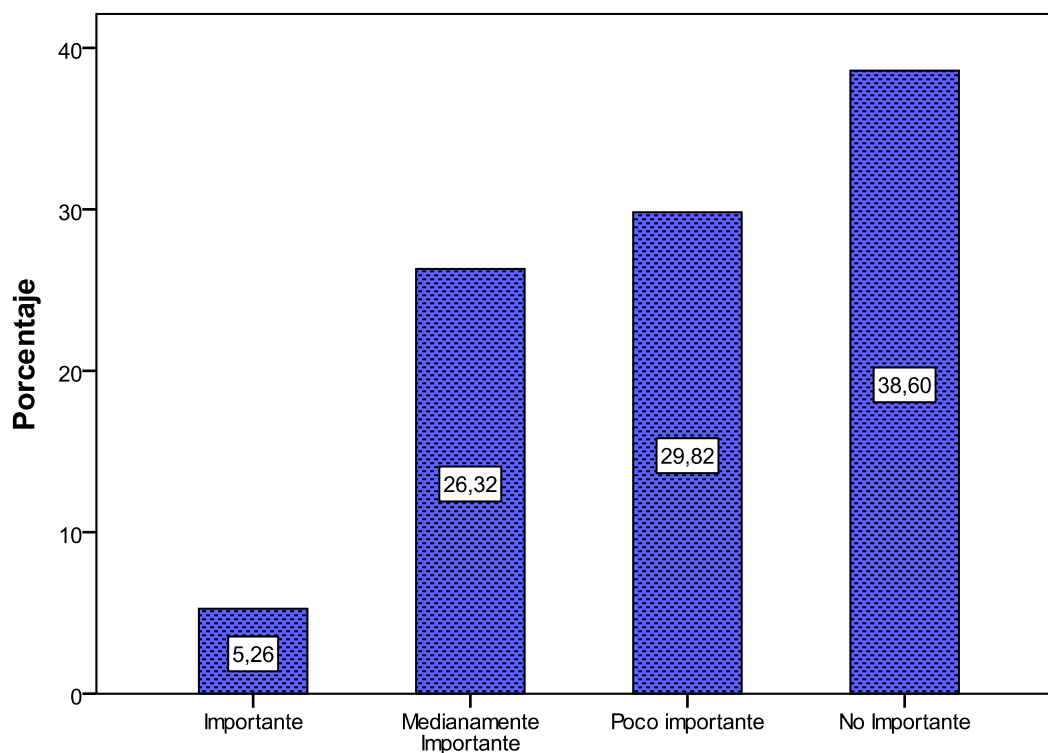
Al mencionar mantenimiento tal solo el 28,07% dice importar, el resto podemos decir que se encuentra en una posición que no es tan importante.

## Soporte Técnico

Cuadro # 25

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Importante	3	5,3	5,3	5,3
	Medianamente Importante	15	26,3	26,3	31,6
	Poco importante	17	29,8	29,8	61,4
	No Importante	22	38,6	38,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 27



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

El soporte técnico para los encuestados es una variable que no tiene la importancia del caso esto refleja el 68,42% que dice entre poco importante y no importante.

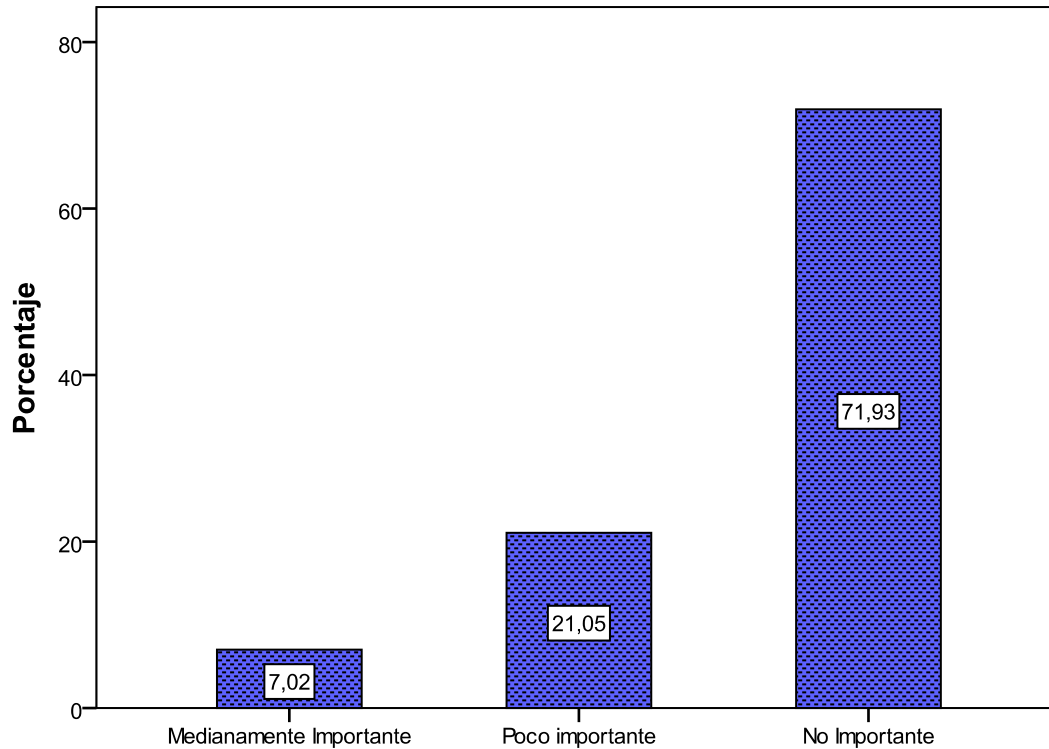
## Cumplimiento de plazos

Cuadro # 26



		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Medianamente Importante	4	7,0	7,0	7,0
	Poco importante	12	21,1	21,1	28,1
	No Importante	41	71,9	71,9	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 28



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

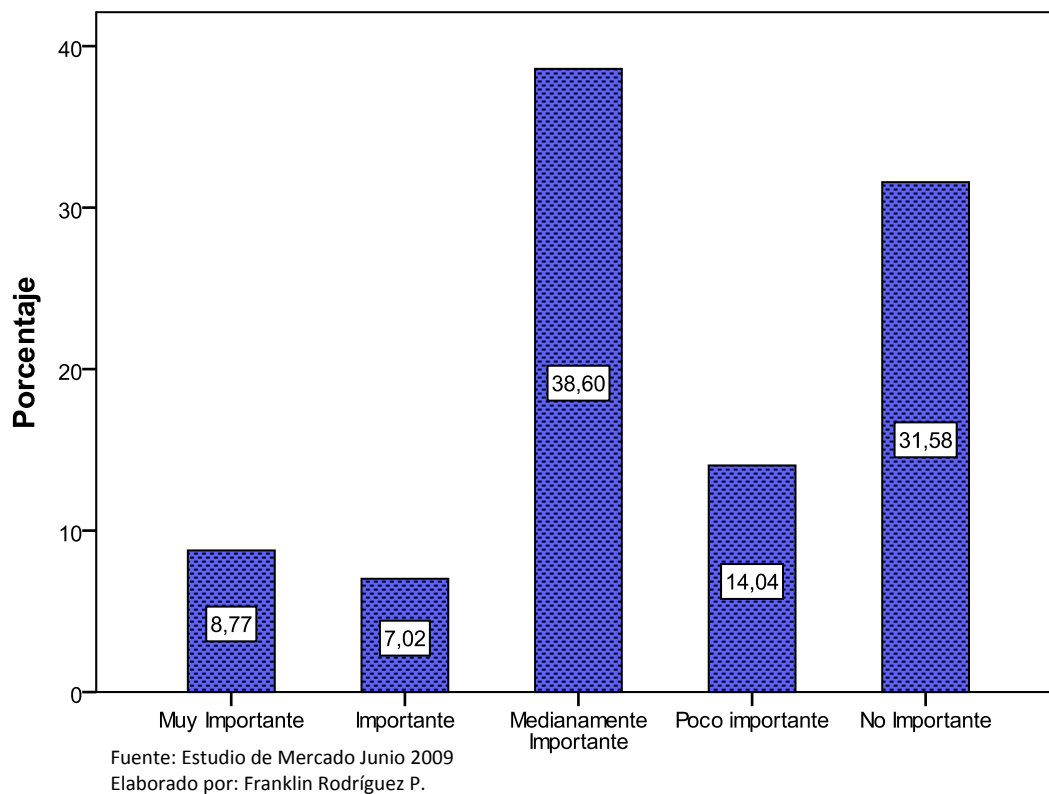
El cumplimiento de plazos definitivamente ni les preocupa al momento de ver una empresa que comercializa soluciones tecnológicas. Estas variables al momento de plantear una estrategia de comercialización deben ser consideradas para minimizar esfuerzos que no aportarán en el momento de la transacción.

## Soporte

Cuadro # 27

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Importante	5	8,8	8,8	8,8
	Importante	4	7,0	7,0	15,8
	Medianamente Importante	22	38,6	38,6	54,4
	Poco importante	8	14,0	14,0	68,4
	No Importante	18	31,6	31,6	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 29



El soporte indica que el 38.6% de los encuestados le parece medianamente importante y con un 31,58 no le importa, se puede concluir que no es una variable que agregue valor.

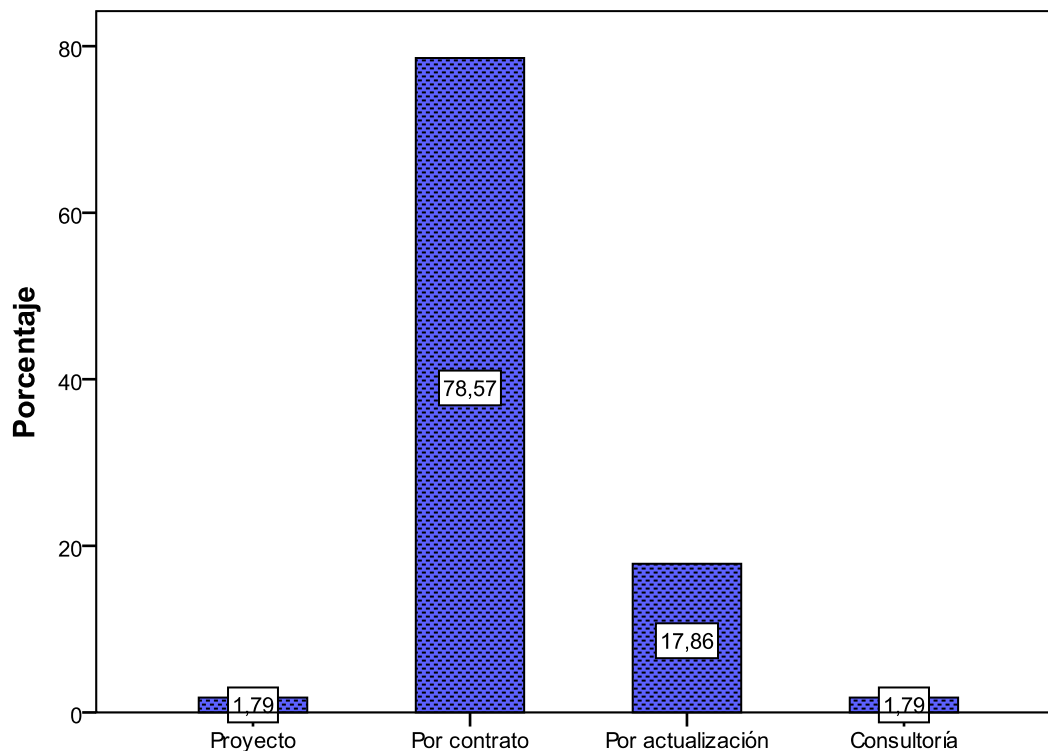
### Pregunta 13.-

**¿Qué tipo de servicio post venta es de su preferencia?**

Cuadro # 28

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Proyecto	1	1,8	1,8	1,8
	Por contrato	44	77,2	78,6	80,4
	Por actualización	10	17,5	17,9	98,2
	Consultoría	1	1,8	1,8	100,0
	Total	56	98,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,8		
Total		57	100,0		

Gráfico # 30



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

El contrato es la vía de cerrar un acuerdo con empresas interesadas, este es un detalle que debe ser tomado en cuenta como una variable importante ya que el 78,57% de los encuestados lo confirma.

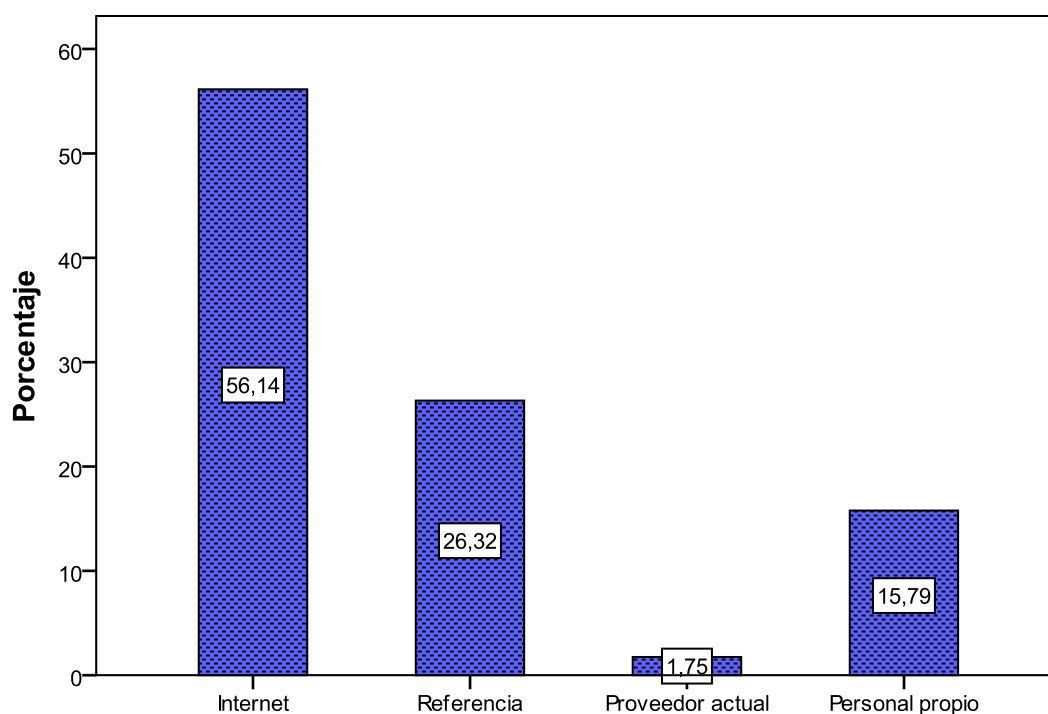
**Pregunta 14.-**

**¿Cuándo usted está interesado en comprar una solución tecnológica. Cómo lo busca?**

Cuadro # 29

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Internet	32	56,1	56,1	56,1
	Referencia	15	26,3	26,3	82,5
	Proveedor actual	1	1,8	1,8	84,2
	Personal propio	9	15,8	15,8	100,0
	Total	57	100,0	100,0	

Gráfico # 31



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Es importante que se concentre la búsqueda de una solución tecnológica a través de internet y referencia (82.4%), por eso es de importancia hacerlo bien desde la primera vez ya que será uno de los principales argumentos de comercialización.

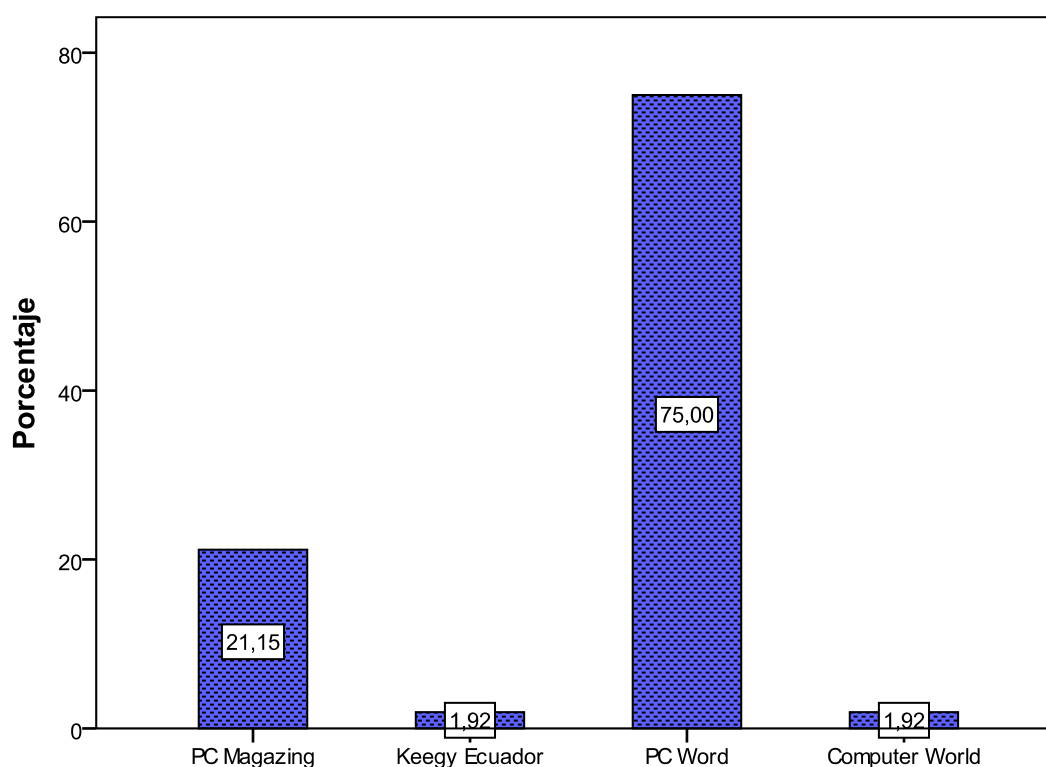
#### **Pregunta 15.-**

**¿Tiene usted alguna suscripción con alguna de estas empresas especializadas?**

Cuadro # 30

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PC Magazing	11	19,3	21,2	21,2
	Keegy Ecuador	1	1,8	1,9	23,1
	PC Word	39	68,4	75,0	98,1
	Computer World	1	1,8	1,9	100,0
	Total	52	91,2	100,0	
Perdidos	Sistema	5	8,8		
Total		57	100,0		

Gráfico # 32



Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009  
Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

Al momento de revisar cual es la revista donde mayor preferencia tienen las empresas, PC World se ve claramente ganarse el interés y estar suscritos a esta revista, así lo confirma el 75,00 % de los encuestados.

### 3.7.2 Diagnóstico.-

Una vez terminada la encuesta podemos concluir que el 100% de las empresas si cuentan con una solución tecnológica, de lo que se pudo identificar al menos cuentan con más de una solución, siendo las más mencionadas, sistemas de contabilidad y facturación, lo que tiene sentido por ser persona jurídica es indispensable el uso de estas herramientas para el buen manejo y control del

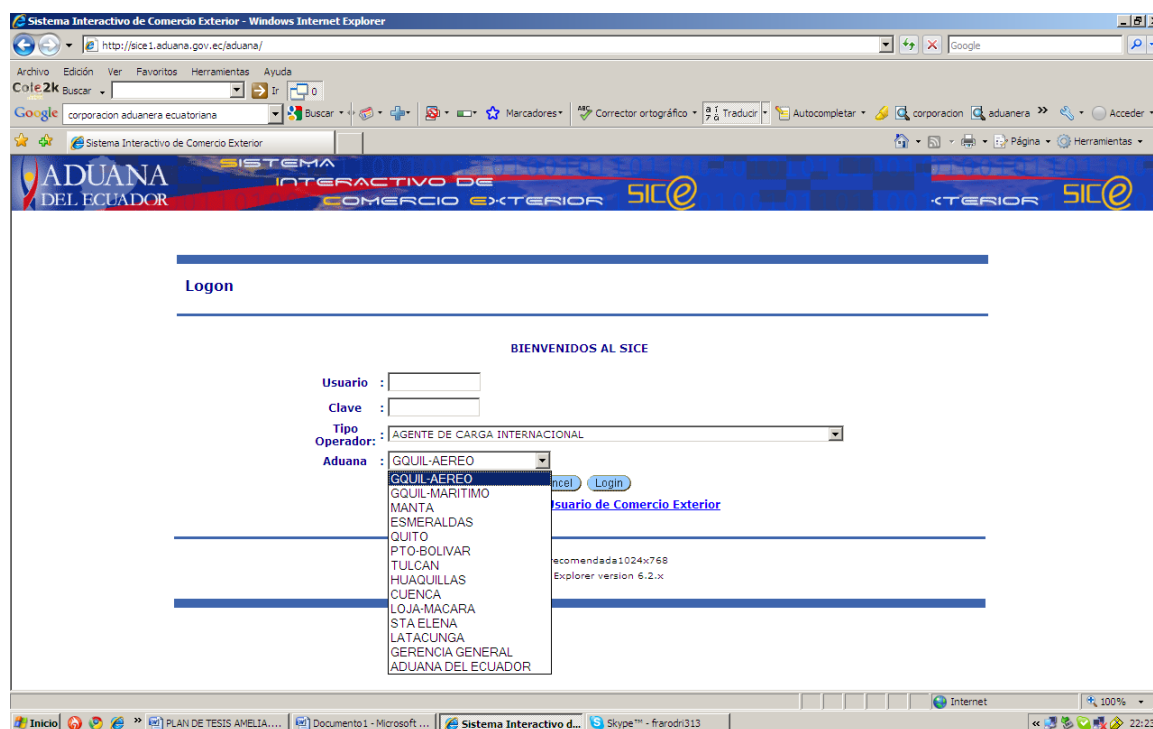
aspecto financiero, así como también le permite cumplir con los requerimientos de entes reguladores: IESS, SRI, CAE, entre otras.

Efectivamente, al momento de preguntar sobre las soluciones que pueden crear valor a su negocio sus respuestas estuvieron concentradas entre un sistema de rastreo y aduanas, ya que las mismas que apoyan la funcionalidad de la relación con sus clientes.

Los resultados de esta encuesta que un sistema de aduanas este entre las soluciones que mayor valor agregado puede ofrecer a las empresas, hizo que se ampliara el tema para identificar las razones de la misma, se ingresó a la página de la CAE (Corporación Aduanera Ecuatoriana) y se confirmó que desde Febrero del 2008, esta entidad implementó algunos cambios especialmente para el sistema Courier, con el objetivo de optimizar, controlar y agilizar los procesos de nacionalización a través de tecnología.

Integró al SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior) a este gremio de correos paralelos, para que todas sus importaciones sean registradas de manera individual (por importador) y no como lo manejaban de manera consolidada.

Gráfico # 33



En búsqueda de la frecuencia con la que el mercado meta invierte en estas soluciones tecnológicas se observa que entre uno y cinco años han implementado una solución.

Debido a que el 93% de los encuestados confirman que incluyen un presupuesto anual para una inversión en la adquisición de una solución tecnológica, entre un rango de USD 1.000,00 a 3.000,00

Por lo que se puede confirmar que el mercado meta si está interesado en soluciones tecnológicas y más aún cuando se ven necesarias por los últimos cambios dados en la aduana por ejemplo.

Al momento de preguntar si el mercado meta tiene una solución de rastreo de envíos, el 93% de los encuestados dijeron no tener y el 57,9% de este grupo está

interesado en tener en adquirir una. El restante que respondió negativo indicó se indico que su motivación estaba dada por un tema de precios y desconocimiento, lo cual también es una oportunidad por ser una objeción que puede ser rebatida con nuestra propuesta de valor y el precio al que se va a promocionar.

Las compañías al momento de adquirir una solución tecnológica ponen en consideración dos características Asesoría y Precios Bajos que reconvierten en los beneficios que se debe tomar e cuenta al momento de ofrecer un sistema, sin descuidar las características del producto en si como son: conectividad, integración a otras aplicaciones y adaptabilidad a las nuevas regulaciones. Esta sería la propuesta de valor al momento de la comercialización e ingresar a este mercado.

El un listado de características por las que un proveedor de servicio tecnológico debe tener; así como también cual sería la más importante a la menos importante, como resultante de la encuesta realizada es el siguiente:

1. Asesoramiento
2. Precio
3. Experiencia y Conocimiento
4. Mantenimiento
5. Soporte
6. Tecnología de punta
7. Soporte Técnico
8. Infraestructura
9. Cumplimientos de plazos

Por lo que una vez más el mercado meta confirma que si esta dispuesto adquirir una solución tecnológica ligada a una correcta asesoría con un excelente precio y con experiencia y conocimiento del negocio.



El cierre del negocio debería estar amparado de un contrato donde especifique cada una de estas características, reiterando el beneficio que adquirirá el cliente.

### Delimitación de la demanda

Basados en la información recabada, el 93% de las empresas no tienen un sistema de rastreo es decir 53 empresas de las cuales el 57,9 % están interesadas en adquirir un sistema con estas características es decir 33 empresas. Con el siguiente resultado.

Cuadro # 31

Tabla de contingencia En caso de ser afirmativa la pregunta anterior Qué cantidad de dinero estima usted que destina su empresa a esta inversión? * En caso de no tener una solución de rastreo, su empresa estaría interesada en adquirir una de estas?						
		En caso de no tener una solución de rastreo, su empresa estaría interesada en adquirir una de estas?		Total	Pronóstico de la Demanda (Escenarios)	
		Si	No		Conservador	Optimista
En caso de ser afirmativa la pregunta anterior Qué cantidad de dinero estima usted que destina su empresa a esta inversión?	Menos de USD 1.000	10	7	17	5.000,00	10.000,00
	Entre USD 1.000 y 3.000	19	11	30	38.000,00	57.000,00
	Entre USD 3.000 y 5.000	4	0	4	16.000,00	20.000,00
	Entre USD 5.000 y 10.000	0	1	1	-	-
<b>Total</b>		<b>33</b>	<b>19</b>	<b>52</b>	<b>\$ 59.000,00</b>	<b>\$ 87.000,00</b>

Fuente: Estudio de Mercado Junio 2009

Elaborado por: Franklin Rodríguez P.

**USD 59.000,00** desde un escenario conservador, es decir multiplicamos los interesados por la media del rango al que ellos se ubicaron y

**USD 87.000,00** desde un escenario optimista, es decir tomando el valor superior de cada rango al que los interesados corresponden.

# **CAPÍTULO IV**

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

### **4.1 Propuesta**

Amelia Tracking es una solución tecnológica que está enfocada para apoyar a compañías Courier y/o agencias de carga, es decir empresas que están dedicadas al manejo logístico; a mantener el control de sus envíos, que pueden ser transportados dentro y fuera del país, por ende ofrecer un valor agregado importante a sus clientes incrementando su competitividad.

Este software fue elaborado de acuerdo a una necesidad específica de un Courier "Trans Air System S.A (TAS), quien propuso sus necesidades sobre el tapete y fue tomado por José Luis Rodríguez, quién se preparó profesionalmente para desarrollar soluciones tecnológica y creó esta solución, la misma está siendo comercializada para un segmento de mercado muy específico.

Debido a la investigación realizada a este gremio de correos paralelos donde arroja como resultado la necesidad de incluir dentro de sus procesos tecnología que les permitan automatizar y así entregar una propuesta de valor a sus clientes en la administración de información oportuna, se propone el comercializar este proyecto.

### **4.2 Mercado**

El mercado objetivo al que se comercializará está conformado por compañías Courier que están afiliadas a la Asociación Ecuatoriana de Mensajería (ASEME) y Asociación Ecuatoriana de Correos Privados (ACOPRI). Ver Listado # 1

## Cuadro # 32.-

## ASEME

NOMBRE	DIRECCION 1	CIUDAD
CENTRO AEREO TRANS-EXPRESS	Paul Ribert N30-117 y José Orton	Quito
COPACOURIER S.A.	República del Salvador # 361, Edif. Aseguradora del Sur, PB	Quito
PASAR DEL ECUADOR S.A	Tomás de Berlanga 339 entre Shyris y 6 de Dic.	Quito
DHL EXPRESS ECUADOR S.A.	Av. Eloy Alfaro y de los Juncos	Quito
INSA - INTERNATIONAL SHIPPING & STORAGE CIA. LTD.	Eloy Alfaro S/N y Calle de las Anonas	Quito
LATIN TRAVEL CIA. LTDA.	Amazonas y Jorge Washington, C.C Espiral	Quito
MESSENEXPRESS DEL ECUADOR S.A.	Iñaquito N35-155 E Ignacio San María	Quito
SERVIENTREGA S.A.	Av. 6 de Diciembre S/N y los Cedros	Quito
WORLD COURIER DEL ECUADOR S.A.	Paez 370 y Robles, Oficina 302	Quito
TRANSKY S.A.	Voz Andes 376 y América Ed. Aguilar PB 5to piso	Quito
URBANO EXPRESS	Tulipanes 822 y Av. De las Palmeras	Quito

## ACOPRI

NOMBRE	DIRECCION 1	CIUDAD
AERONET	P. Carbo # 1106 y Colon	Guayaquil
AMAZONAS CARGO EXPRESS	Pichincha # 334 y Luque Piso 2 Ofc. 206.	Guayaquil
BALLADARES ENTEPRISES S.A.	Norte.C.c. El Terminal Bloque E ofc. # 23 // Centro: 1 Mayo #402 y José de Antepara	Guayaquil
BARCONSA	Garzocentro 2000, 2º Etapa ofic. # 509	Guayaquil
COSTECUA EXPRESS	Cuenca: Calle Sucre 760 y L. Cordero .	Guayaquil
CONFIEXPRESS CIA. LTDA.	Presidente Córdova 4-92 y Mariano Cueva	Cuenca
CORPIAUSTRO S.A.	Mariano Cueva S/N y Bolivia	Cuenca
DELGADO COURIER CIA. LTDA	Cda. Adace, calle 7y calle A	Cuenca
DONOSO EXPRESS CIA. LTDA.	García Avilés 110 y V. M. Rendón	Guayaquil
ECUATORIANA DE VIAJES TRAVES VIAJES	Luque # 618 y Boyacá	Guayaquil
EUROENVIO S.A.	Malecón 1710 y Sucre	Guayaquil
EXPRESO ECUATORIANO, ECUAWORLD S.A.	Roca # 208 y Rocafuerte	Guayaquil
EXPORT- IMPORT- LIBERTY	Mendiburo # 110 y Rocafuerte	Guayaquil
FREIREXPRESS TRAVEL CIA. LTDA.	Cuenca: Pasaje H.Miguel# 101M.Lamar -	Guayaquil
GEOMIL GEORGE MILENI	Av. Rodrigo de Chávez 396 y Pedro de Alfaro	Cuenca
GALLEGOS COURIER	P.Carbo y 10 de Agosto C.C. Paseo del Parque Local # 5 Matriz	Quito
H.A. SERVICE	Cdla. Kennedy Norte 1era etapa Mz. 103, Condominio Ana María Ofic. # 2	Guayaquil
J Y B TRAVEL CARGO EXPRESS S.A.	Chile 303 y Luque Edif. Torre Azul Mezzanine	Guayaquil
KOKO CARGO EXPRESS	Sangurima # 885	Guayaquil
LEMAR TRAVEL EXPRESS S.A.	Av. 9 de Octubre # 424 Edifc. Gran Pasaje Piso # 10 Ofic. # 1011	Cuenca
L.G.F. EXPRESS S.A.	F. Campos # 233 Y L. De Garaicoa	Guayaquil
MACOB COURIER SERVICE	Las Monjas # 129 y V. Emilio Estrada 2 Piso	Guayaquil
MISANTI S.A.	Av. De las Américas - Simón Bolívar Mz. 4 Villa # 53 Frite. Bodegas de Fervacargo	Guayaquil
ORDOÑEZ EXPRESS CIA. LTDA.	Tulcan # 921 e/ Velez y Hurtado	Guayaquil
PAZOSTRAVEL S.A.	Av. San Jorge 512 y Peatonal 12 - 1er Piso Cdla. Nva. Kennedy	Guayaquil
PICOSAN CARGO EXPRESS	Colon # 438 L. Garaicoa Edifi. Santa Martha 1er Piso Ofic.# 109	Guayaquil
PROFITCARGO CIA. LTDA.	Quito: Av. 10 de Agosto #4651 y Las Retamas	Guayaquil
PRONTO ENVIOS CIA. LTDA.	Quito: Av. Amazonas # 477 y Roca. - Gye: Carchi y Padre Solano esquina.	Quito
QUISHPEXPRESS CIA. LTDA.	Calle Hermano Miguel 5-96 y Bolívar	Quito
REPAN S.A.	Av. Las Américas a 300 mts. Norte Zona de Carga. Al frente de la exportación de UPS.	Cuenca
ROJAS EXPRESS S.A.	Velez # 205 y Chile (Edif. Vivar) Piso # 1 Ofic. # 14	Guayaquil
ROMERO TRANSFER & COURIER	Av. F. De Orellana y A. Borges	Guayaquil
SAMINIK S.S.A.	Lamar 10-56	Guayaquil
SERVICE EXPRESS ARBOLEDA	Ambato: Bolívar # 1054 y Tomás Sevilla (esquina)	Cuenca
SERVIRRAP S.A.	Fernando Dávalos OE3-240 y Av. La Prensa	Ambato
SOL COURIER	Edif. World Trade Center Local #8	Quito
SUREXPRESS S.A.	Hurtado # 220 y J. De Antepara	Guayaquil
TECNOCARGA CIA. LTDA.	Av de las Américas 403 entre 4ta y 5ta.	Guayaquil
TRANS AIR SYSTEMS S.A.	Av. J. Roldos C.C. Bosque Centro Local # 10-11	Guayaquil
JIMMY'S EXPRESS COURIER	P. Carbo # 113 entre Junin y Roca	Guayaquil
WORLD WIDE TRADING-OPERATION	Av. La Prensa # 2391	Quito

El 54% de las empresas Courier están ubicadas en la ciudad de Guayaquil especialmente de la Asociación Ecuatoriana de Correos Privados, por lo que nuestro plan es iniciar en la ciudad de Quito que mantiene el 31% y solo abarcar el segmento de empresas de servicios de Courier.

Nuestra empresa estará domiciliada en la ciudad de Quito, con una visión de crecimiento a mediano plazo en expandirse a nivel nacional, y como mercados principales se consideraron las ciudades de Guayaquil y Cuenca.

Al ser el software un producto intangible la forma de entrega es mediante una personalización del software e instalación del mismo en las oficinas y equipos de cliente. Por tal motivo no es posible mantenerlo en una forma física para el expendio como cualquier otro producto. Al final de la instalación y personalización se le entregará al cliente en un medio magnético como CD, Pen Drive, empaquetado junto a los manuales del mismo.

#### 4.2.1 Delimitación del Mercado

Tenemos un total de 54 compañías de estas dos asociaciones las mismas que se dividen por ciudad de la siguiente manera:

Cuadro # 33

<b>Ciudad</b>	<b># de Compañías</b>	<b>Porcentaje</b>
Quito	16	31%
Guayaquil	28	54%
Cuenca	7	13%
Ambato	1	2%

Indudablemente y de acuerdo a la investigación de mercados realizada, algunas de estas compañías requieren apoyo tecnológico para sustentar sus procesos actuales como por ejemplo un sistema que esté relacionado con el Sistema Integrado de Comercio Exterior "SICE".

Por lo que podría sugerir trabajar en una solución en común y comercializar paralelamente al plan desarrollado o como vaya presentándose las necesidades del mercado objetivo.

## **4.2.2 Características del Mercado**

### **4.2.2.1 ASEME – Asociación Ecuatoriana de Mensajería**

Conformada por 11 empresas domiciliadas en la ciudad de Quito, con características muy similares que están presentes en el país siendo parte de grandes corporaciones, manteniendo una gran cobertura a nivel internacional como por ejemplo, DHL Express presente en más de 230 países o Servientrega con más de 36 ciudades dentro del país; Compañías que ofrecen más de dos servicios tanto para la exportación – importación como soluciones dentro del país.

### **4.2.2.2 ACOPRI – Asociación Ecuatoriana de Correos Privados**

Conformada por 41 empresas con características similares especialmente segmentadas en el sector PYMES, familiares y con representaciones de agentes de carga en otros países, especialmente en los orígenes y destinos más usados como:

Miami  
New York  
Madrid  
Murcia  
Milano  
Bruselas  
Entre otros...

### **4.3 Producto**

Amelia Tracking es una solución tecnológica basada en una plataforma empresarial basado en componentes inteligentes de negocio para el seguimiento y rastreo de paquetes de carga.

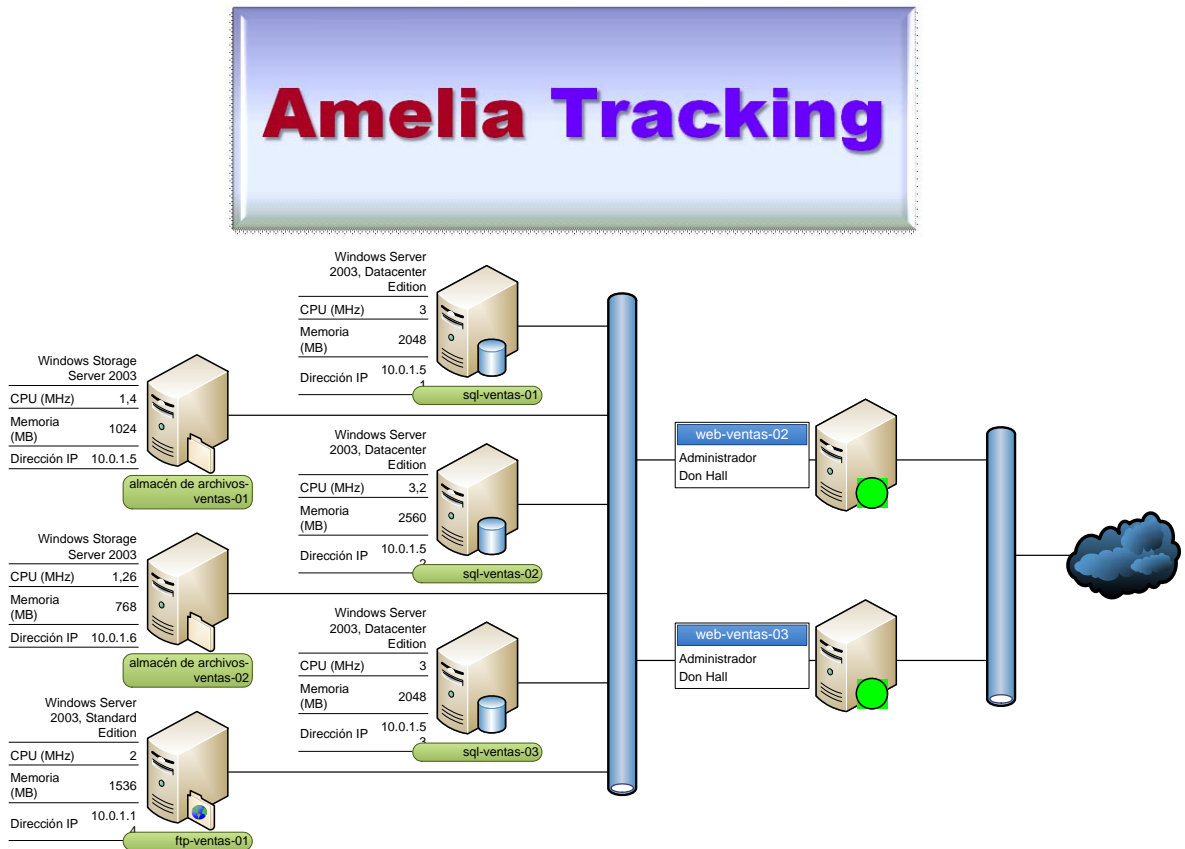
#### **4.3.1 Características del Producto**

La Solución tecnológica “Amelia Tracking” tiene las siguientes características:

- Gestión de bodega
  - Recepción de bodega,
  - Estado de carga y envío
  - Inventario de bodega por tipo y cliente
  
- Gestión de envíos
  - Generación de Proformas y Cotizaciones
  - Generación de Avisos para recepción de bodegas
  - Generación de Avisos para Pick Up
  
- Gestión de Parámetros de Negocio
  - Administración de Oficinas y Filiales
  - Administración de tarifas
  - Administración de Servicios (Courier, Marítimo)
  
- Tracking Web

Permite ofrecer a sus clientes la posibilidad de consultar a través del internet el estado de sus envíos.

Gráfico # 34.-



Los nombres de ejemplo de compañías, organizaciones, productos, nombres de dominio, direcciones de correo electrónico, logotipos, personas, lugares y acontecimientos mencionados son ficticios y no representan de ningún modo a ninguna compañía, organización, producto, nombre de dominio, dirección de correo electrónico, logotipo, persona, lugar o acontecimiento reales.



### **4.3.2 Ventajas del Producto**

- Portable

Facilidad en la instalación e implantación.

- Modular

Los módulos del sistema pueden trabajar lo más independiente posible pero a su vez interactúan con otros módulos.

- Escalable

La Solución tecnológica es totalmente escalable permitiendo tiempos de respuesta ágiles cuando atiende a pocas operaciones o si atiende a miles a la vez.

#### **4.3.2.1 Atributos**

- Transaccional

El sistema puede atender altos volúmenes de operaciones que se generan en días picos, sin generar colas en los servidores, manejando óptimamente los recursos.

- Parametrizable

Rápido de configurar y acoplarse a diferentes modelos de negocio.

- Auditable

Esquema de control de afectación y lectura configurable para todo el entorno del sistema.

- Monitoreable

El sistema permite verificar su estado y anticipar posibles problemas de rendimiento o funcionalidad de una manera proactiva.

- Amigable.

Interfaces gráficas para los usuarios de fácil comprensión con ayudas dinámicas.

### **4.3.3 Servicio**

- Soporte y Asesoría Informática

Asesoramiento empresarial y a la aplicación de las nuevas tecnologías a los procesos de negocio, concepción de los procesos de negocio y de las arquitecturas tecnológicas que los soportan y posterior gestión del desarrollo de los sistemas de información.

- Capacitación

Procesos de aprendizaje en nuevas tecnologías por medio de charlas técnicas y talleres dirigidos a la medida y guiar en el camino a seguir en la definición de sus metodologías internas de desarrollo de sistemas de información.

#### **4.3.3.1 Características del Servicio**

- Satisfacer necesidades de los clientes con herramientas tecnológicas que le permitan ser flexibles a las demandas de su mercado y a los niveles de toma de decisiones estratégicas de su empresa.
- Análisis, Diseño y Desarrollo de Soluciones Informáticas especiales y comerciales.
- Capacitación e Inducción de sistemas desarrollados y procesos de Negocio.

#### 4.4 Precio

Por las características y beneficios de esta solución tecnológica, el precio propuesto para la comercialización será de USD 3,000.00 que incluye:

- Instalación del software en computadores propios de cada empresa
- Capacitación de uso de la solución, oficina principal
- Asesoría y Soporte 30 horas

#### Costo adicional

- Contrato mensual de soporte y mantenimiento. Este costo es el 20% anual del valor de la licencia de uso. Que incluye:
  - Preferencia en el soporte.
  - Soporte telefónico o a través de internet, ilimitado en horas laborables.
  - 5 Horas de soporte al mes no acumulables en situ cuando el cliente lo requiera.
  - Precio preferencial de costo de hora técnico adicional de 20 USD cada hora.
- Por soporte y mantenimiento costo de hora técnico USD 80 cada hora (Si no tiene contrato de mantenimiento).
- Integración de nuevas aplicaciones de acuerdo al requerimiento
- Scanner c/u USD 1200,00

Nota: Importante resaltar que esta aplicación no tendrá un costo adicional por licencia a cada usuario.

## **Análisis del precio**

Al ser un proyecto de un profesional del área de sistemas e informática, el análisis de precio se realiza basado en los resultados de la encuesta donde la mayoría de potenciales clientes invierten en soluciones entre 1000.00 y 3000.00 USD.

Por tanto el precio, soporte y asesoría será la propuesta de valor al momento de comercializar esta solución.

### **4.5 Plaza**

De acuerdo al mercado meta establecido, el enfoque de esta propuesta será en la ciudad de Quito y posteriormente en la ciudad de Guayaquil.

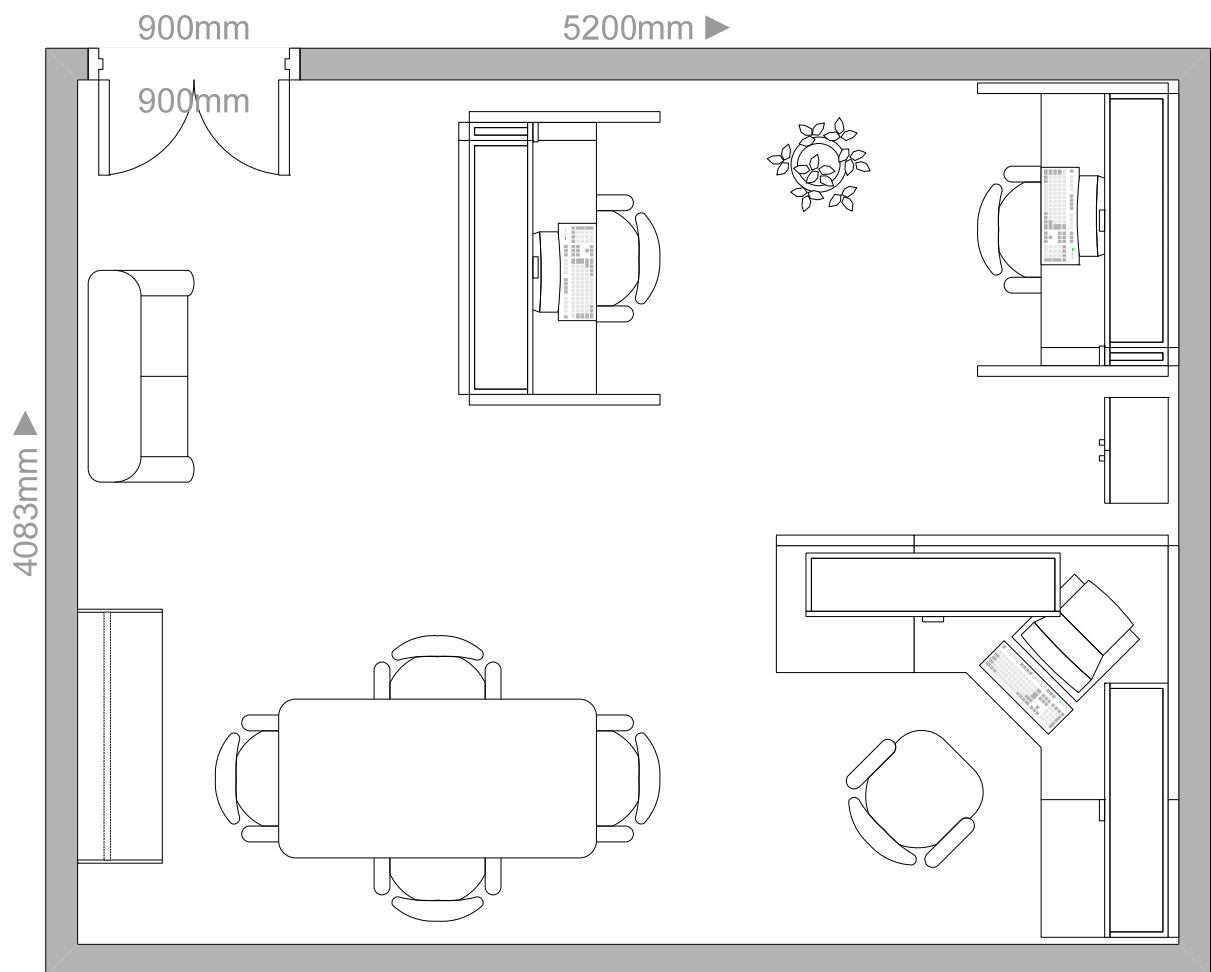
Se inicia en la ciudad de Quito por el domicilio del creador de esta solución, tomando total cobertura de la misma, poniendo a consideración la curva de aprendizaje que se estima tener después de la tercera empresa instalada.

Esto nos ayudará para que la implementación en Guayaquil sea mucho más sencilla y más rápida por la experiencia que se va a adquirir.

#### **4.5.1 Ubicación Oficina Matriz**

Inicialmente se propone arrancar con una oficina ubicada en el Valle de los Chillos la misma que tiene un fin netamente administrativo. Esta oficina estará dotada de 3 escritorios para el Administrador, la secretaria y el ejecutivo de ventas de acuerdo al planteamiento y una pequeña sala de reuniones.

Gráfico # 35



#### 4.5.2. Distribución

De acuerdo a nuestro mercado objetivo planteado, tenemos un plan de distribución en las ciudades de Quito y Guayaquil principalmente, iniciando en un período de 6 meses en la ciudad de Quito, 16 empresas que se encuentran principalmente en la zona urbana de la ciudad con una estrategia de contacto a través de visitas a sus Gerentes Generales y en algunos casos Gerentes de Sistemas.

Adicionalmente y aprovechando la experiencia adquirida se visitará la ciudad de Guayaquil ( año 2 ) donde tenemos 28 compañías que serán contactadas de igual

forma, dando prioridad a las que están dentro de un perímetro cerca al aeropuerto con un radio de 10 Kilómetros. Ver Listado # 1

**Cuadro # 33.-**

<b>NOMBRE</b>	<b>Dirección</b>	<b>CIUDAD</b>
CENTRO AEREO TRANS-EXPRESS	Paul Ribert N30-117 y José Orton	Quito
COPACOURIER S.A.	República del Salvador # 361, Edif. Aseguradora del Sur, PB	Quito
PASAR DEL ECUADOR S.A	Tomás de Berlanga 339 entre Shyris y 6 de Dic.	Quito
DHL EXPRESS ECUADOR S.A.	Av. Eloy Alfaro y de los Juncos	Quito
INSA - INTERNATIONAL SHIPPING & STORAGE CIA. LTD.	Eloy Alfaro S/N y Calle de las Anonas	Quito
LATIN TRAVEL CIA. LTDA.	Amazonas y Jorge Washington, C.C Espiral	Quito
MESSEXPRESS DEL ECUADOR S.A.	Iñaquito N35-155 E Ignacio San María	Quito
SERVIENTREGA S.A.	Av. 6 de Diciembre S/N y los Cedros	Quito
WORLD COURIER DEL ECUADOR S.A.	Paez 370 y Robles, Oficina 302	Quito
TRANSSKY S.A.	Voz Andes 376 y América Ed. Aguilar PB 5to piso	Quito
URBANO EXPRESS	Tulipanes 822 y Av. De las Palmeras	Quito
GEOMIL GEORGE MILENI	Av. Rodrigo de Chávez 396 y Pedro de Alfaro	Quito
PROFITCARGO CIA. LTDA.	Quito: Av. 10 de Agosto #4651 y Las Retamas	Quito
PRONTO ENVIOS CIA. LTDA.	Quito: Av. Amazonas # 477 y Roca. - Gye: Carchi y Padre Solano esquina.	Quito
SERVIRRAP S.A.	Fernando Dávalos OE3-240 y Av. La Prensa	Quito
WORLD WIDE TRADING-OPERATION	Av. La Prensa # 2391	Quito
AERONET	P. Carbo # 1106 y Colon	Guayaquil
AMAZONAS CARGO EXPRESS	Pichincha # 334 y Luque Piso 2 Ofc. 206.	Guayaquil
BALLADARES ENTEPRISES S.A.	Norte:C.c. El Terminal Bloque E ofc. # 23 // Centro: 1 Mayo #402 y José de Antepara	Guayaquil
BARCONSA	Garzocentro 2000, 2º Etapa ofic. # 509	Guayaquil
DELGADO COURIER CIA. LTDA	Cda. Adace, calle 7y calle A	Guayaquil
DONOSO EXPRESS CIA. LTDA.	García Avilés 110 y V. M. Rendón	Guayaquil
ECUATORIANA DE VIAJES TRAVES VIAJES	Luque # 618 y Boyacá	Guayaquil
EUROENVIO S.A.	Malecón 1710 y Sucre	Guayaquil
EXPRESO ECUATORIANO, ECUAWORLD S.A.	Roca # 208 y Rocafuerte	Guayaquil
EXPORT- IMPORT- LIBERTY	Mendiburo # 110 y Rocafuerte	Guayaquil
GALLEGOS COURIER	P. Carbo y 10 de Agosto C.C. Paseo del Parque Local # 5 Matriz	Guayaquil
H.A. SERVICE	Cdla. Kennedy Norte 1era etapa Mz. 103, Condominio Ana María Ofic. # 2	Guayaquil
J Y B TRAVEL CARGO EXPRESS S.A.	Chile 303 y Luque Edif. Torre Azul Mezzanine	Guayaquil
LEMAR TRAVEL EXPRESS S.A.	Av. 9 de Octubre # 424 Edifc. Gran Pasaje Piso # 10 Ofic. # 1011	Guayaquil
L.G.F. EXPRESS S.A.	F. Campos # 233 Y L. De Garaicoa	Guayaquil
MACOB COURIER SERVICE	Las Monjas # 129 y V. Emilio Estrada 2 Piso	Guayaquil
MISANTI S.A.	Av. De las Américas - Simón Bolívar Mz. 4 Villa # 53 Frte. Bodegas de Fervacargo	Guayaquil
ORDÓÑEZ EXPRESS CIA. LTDA.	Tulcan # 921 e/ Velez y Hurtado	Guayaquil
PAZOSTRAVEL S.A.	Av. San Jorge 512 y Peatonal 12 - 1er Piso Cdla. Nva. Kennedy	Guayaquil
PICOSAN CARGO EXPRESS	Colon # 438 L. Garaicoa Edifc. Santa Martha 1er Piso Ofic.# 109	Guayaquil
REPAN S.A.	Av. Las Américas a 300 mts. Norte Zona de Carga. Al frente de la exportación de UPS.	Guayaquil
ROJAS EXPRESS S.A.	Velez # 205 y Chile (Edif. Vivar) Piso # 1 Ofic. # 14	Guayaquil
ROMERO TRANSFER & COURIER	Av. F. De Orellana y A. Borges	Guayaquil
SOL COURIER	Edif. World Trade Center Local #8	Guayaquil
SUREXPRESS S.A.	Hurtado # 220 y J. De Antepara	Guayaquil
TECNOCARGA CIA. LTDA.	Av de las Américas 403 entre 4ta y 5ta.	Guayaquil
TRANS AIR SYSTEMS S.A.	Av. J. Roldos C.C. Bosque Centro Local # 10-11	Guayaquil
JIMMY' S EXPRESS COURIER	P. Carbo # 113 entre Junin y Roca	Guayaquil
COSTECUA EXPRESS	Cuenca: Calle Sucre 760 y L. Cordero .	Cuenca
CONFIEXPRESS CIA. LTDA.	Presidente Córdova 4-92 y Mariano Cueva	Cuenca
CORPUAUSTRO S.A.	Mariano Cueva S/N y Bolivia	Cuenca
FREIREXPRESS TRAVEL CIA. LTDA.	Cuenca: Pasaje H.Miguel# 101M.Lamar -	Cuenca
KOKO CARGO EXPRESS	Sangurima # 885	Cuenca
QUISHPEXPRESS CIA. LTDA.	Calle Hermano Miguel 5-96 y Bolívar	Cuenca
SAMINIK' S S.A.	Lamar 10-56	Cuenca
SERVICE EXPRESS ARBOLEDA	Ambato: Bolivar # 1054 y Tomás Sevilla (esquina)	Ambato

#### 4.5.3 Facturación

La facturación será de acuerdo a nuestra propuesta económica básicamente en el 50% al inicio del contrato y el resto al momento de la entrega de la solución.

En caso de tener algún otro valor adicional este será facturado por el servicio adicional presentado.

#### **4.5.4 Patentes**

Para realizar el registro de Propiedad Intelectual, se debe llenar un registro entregado en el IEPI los cuales son los siguientes:

Datos de Autor o Autores:

- Nombre.
- Nacionalidad.
- Domicilio.
- Ciudad.
- País
- Fecha de Nacimiento.
- Fecha de defunción.
- Seudónimo.

Se debe indicar los nombres y más datos del autor o autores del programa de computación a registrar (software).

Si el software es póstumo (fallecimiento del autor), deberá mencionárselo y en este caso el registro podrá hacerse a nombre del autor o autores o de los herederos reconocidos por la ley.

Datos de la Obra:

- Título.
- Fecha de publicación
- País de Origen.

- Breve descripción de funciones del programa.

Indicar de manera exacta y completa el título identificativo del software a registrar.  
Mencionar la fecha en que por primera vez la obra fue accesible al público en forma masiva. (Fecha de Publicación).

Indicar el país donde se realizó la primera publicación (País de Origen).

Indicar si el software es individual, en colaboración, colectivo, anónimo, seudónimo, póstumo, por encargo, o señalar lo que corresponda.

Indicar si la obra es original o derivada, siempre que constituya una creación autónoma.

Indicar si la obra inédita o ya ha sido puesta al alcance del público en forma masiva (publicada).

Describir brevemente las funciones y características básicas y fundamentales del software.

Titular de la Obra:

- Nombre.
- Domicilio.
- Ciudad.
- País.

Indicar los datos del productor, esto es la persona natural o jurídica que toma la iniciativa y la responsabilidad de realizar la obra.

Elementos del software adjuntados:

- Programa de computador.
- Descripción del programa.
- Material Auxiliar.
- Otros.



Señalar los elementos del software adjuntados al registro.

Datos del Productor:

- Nombre.
- Domicilio.
- Ciudad.
- País.

Indicar los datos correspondientes de la persona natural o jurídica bajo la cual se fija, distribuye y comercializa el software.

Datos del Solicitante:

- Nombre.
- Domicilio.
- Ciudad.
- Teléfono
- En representación de.
- Domicilio.
- País.

Indicar el nombre y demás datos de la persona que hace la solicitud, conjuntamente con la firma del abogado Patrocinador.

Los datos correspondientes del representado si es el caso. De ser persona jurídica, deberá acompañarse además el documento que legitime su representación.

Requisitos Adicionales:

Entregar un ejemplar de la obra,

Adjuntar el recibo de pago de la tasa correspondiente.

Anexar la fotocopia de la cedula de ciudadanía del autor o autores.

El patrocinio del abogado es recomendado pero no obligatorio.

De contar la obra con más datos de los contenidos en el formulario, hágalos constar en una hoja adicional.

## **4.6 Promoción**

### **4.6.1 Estrategia de la promoción**



La estrategia propuesta es realizar exposiciones a grupos reducidos de potenciales clientes a través de un DEMO del sistema, en donde se resaltarán las principales características del software que es el RASTREO de los envíos de los clientes finales, el objetivo de estas exposiciones es tomar contacto con el personal de cada una de las empresas que puede influir en la toma de decisiones para la adquisición del software, se les entregará material descriptivo del sistema y se mantendrá un contacto más personalizado para atender los requerimientos más puntuales de cada empresa.




Gráfico # 36

frm\_MantenimientoUsuarios

### MANTENIMIENTO USUARIOS


**LOGIN :** 
**ESTADO :** 


**PASSWORD :** 
**CONFIRMAR PASSWORD :**

**EMPLEADO :** 



**FEC INGRESO :** 
**PERFIL :**

TRANSACCIONES	
NOMBRE	DESCRIPCION
Usuarios	Mantenimiento de Usu
Perfiles	Mantenimiento de Per
Clientes	Gestion de Clientes
Zonas	Mantenimiento de Zor
Tipo Paquete	Mantenimiento de Pac
Puertos	Mantenimiento de Pue
Tipo Transporte	Mantenimiento de Tra
Rutas	Mantenimiento de Rul
Solicitud	Solicitud de Proforma:
Autorizacion	Autorizacion de Solicit


PERMISOS	
NOMBRE	DESCRIPCION

MANTENIMIENTO DE CLIENTES - (frm\_MantenimientoClientes)

### MANTENIMIENTO DE CLIENTES

**GENERAL**


**DATOS GENERALES**

**NOMBRE :** 
**FEC INGRESO :** 


**TIP DOC :** 
**ACTIVIDAD :**

**NUM DOC :** 
**DESCRIPCION :**

**EMAIL :** 
**URL :**

**NOTAS :**

**DIRECCIONES**

**CONTACTOS**

<sup>16</sup> Fuente: "Amelia Tracking", Pantallas de Sistema

MANTENIMIENTO DE CLIENTES - (frm\_MantenimientoClientes)

**MANTENIMIENTO DE CLIENTES**

**MANTENIMIENTO DE AGENCIAS**

DESCRIPCION : Agencia Principal

PAIS : ECUADOR CIUDAD : Quito

DIRECCION : Av. la Prensa y El Inca CODIGO POSTAL : N/A

REFERENCIA : asas

REGION : Ecuador CODIGO AREA : 02

CATEGORIA : Conventional NUM TELEFONO : 2256130

REGRESAR NUEVO ELIMINAR

GUARDAR CANCELAR

MANTENIMIENTO DE CLIENTES - (frm\_MantenimientoClientes)

**MANTENIMIENTO DE CLIENTES**

**MANTENIMIENTO DE CONTACTOS**

NOMBRE : Ing. Alejandro Mendoza

CARGO : Gerente Importaciones

TIP DOC : Cedula

NUM DOC : 1784894441

ACTIVIDAD : Comercial

FEC INGRESO : 2005/09/06 03:53

REGRESAR NUEVO ELIMINAR

GUARDAR CANCELAR

4.6.2 Material Promocional.-

El material que se usará para la promoción será básicamente un DEMO del sistema en donde resalte las principales características y el valor agregado que va a brindar a las empresas Courier.

Este DEMO será entregado en un Medio Magnético promocional conjuntamente con un folleto a las empresas en donde se encuentre una descripción más detallada del sistema así como también una descripción de las características técnicas como es Hardware y Software base sobre el cual el sistema se va a ejecutar.

Gráfico # 37



### 4.6.3 Planes de Acción

**Estrategia:** Amelia Tracking te ayuda con el rastreo de tus envíos

**Objetivo:** Amelia Tracking sea conocida por todos los courier del Ecuador dentro de los primeros 60 días.

Cuadro # 35

				Cronograma							
				Año 1				Año 2			
Tácticas	Acciones	Responsable	Presupuesto USD	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Posicionamiento del producto en el mercado objetivo	Elaboración de Tripticos, donde incluya Características, Ventajas y Beneficios	Gerencia	456,00	■		■		■		■	
	Elaboración de Mailing ( Correo Electrónico )	Gerencia		■	■			■	■		
	Visitas programadas	Vendedor	11.570,00	■	■	■	■	■	■	■	■
Conocimiento del producto al equipo de ventas	Capacitación sobre el producto, características generales	Gerencia		■							
	Clinicas de Venta, manejo de objeciones, cierre, planificación de visitas	Gerencia, Vendedor		■		■		■			

**Estrategia:** Amelia Tracking es una buena inversión

**Objetivo:** Amelia Tracking presenta su mejor propuesta de valor, un precio competitivo y flexible.

Cuadro # 36

				Cronograma								
				Año 1				Año 2				
Tácticas	Acciones	Responsable	Presupuesto USD	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	
Política de precios	Elaboración de política de precios	Gerencia		■				■				
				■				■				
				■				■				
	Entrenamiento para la fuerza comerciales en aplicación de descuentos	Gerencia y Fuerza de Ventas			■		■		■		■	
					■		■		■		■	
					■		■		■		■	
Facturación	Proceso de Facturación	Gerencia		■								
				■								
				■								
	Opciones de crédito, financiamiento	Gerencia			■	■			■	■		
					■	■			■	■		
					■	■			■	■		

## Estrategia: Cobertura

**Objetivo:** Abarcar el 100% de empresas courier en la ciudad de Quito dentro del Año 1 y hasta un 60% en la ciudad de Guayaquil para el año 2

. Cuadro # 37

				Cronograma							
				Año 1				Año 2			
Tácticas	Acciones	Responsable	Presupuesto USD	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Quito	Alquiler de Oficina	Gerencia	4.800,00								
	Visitas programadas para la comercialización de las empresas courier	Gerencia									
	Negociación y cierre de negocios en primer año	Gerencia y Fuerza de Ventas									
	Control de presupuesto de ventas	Gerencia									
Guayaquil	Visitas programadas para la comercialización de las empresas courier	Gerencia	979,00								
	Contratación de un vendedor para la ciudad de Guayaquil y su planificación de visitas	Gerencia	5.785,00								
	Control de presupuesto de ventas	Gerencia									
Ecuador	Presupuesto global	Gerencia									



**Estrategia:** Promoción

**Objetivo:** Apoyar nuestra comercialización con publicidad y material POP

Cuadro # 38

				Cronograma							
				Año 1				Año 2			
Tácticas	Acciones	Responsable	Presupuesto USD	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Material Publicitario	Elaborar CD Demos	Gerencia	456,00								
Material Publicitario	Elaboración de Folletos como material de apoyo para la venta	Gerencia	453,00								
Material Publicitario	Suscripción a revistas especializadas	Gerencia	1.800,00								

#### 4.6.4 Presupuesto

Se empezará invirtiendo en; estación de trabajo, teléfono, tres computadoras y una impresora para poder generar las cartas de presentación y preparar el material necesario para la comercialización, presentación y personalización del software, considerando así los costos iniciales que se va a incurrir para ejecutar el plan de comercialización.

Tabla de presupuesto de gastos iniciales:

Cuadro # 39

#### DETALLE DE LA INVERSIÓN INICIAL

Item	Nombre	C.Unitario	UIO	GYE	TOTAL INVERSIÓN
1	Estación trabajo (silla, superficie, arturito)	650	2	0	1.300
			1.300	-	
2	Computador	800	3	0	2.400
			2.400	-	
3	Impresora	150	1	0	150
			150	-	
4	Teléfono	60	2	0	120
			120	-	

#### COSTO SUMINISTROS

	P. Unidad	Total Mes
1 Suministros de Oficina	USD 10,00	USD 10,00
1 resmas de papel bond	USD 3,00	USD 3,00
0,5 Toner	USD 60,00	USD 30,00
1 Imprevistos	USD 10,00	USD 10,00
0 Por definir	USD 1,70	USD 0,00
0 Por definir	USD 60,00	USD 0,00
0 Suministros de oficina		USD 0,00
<b>Total Costo Suministros Mes</b>		<b>USD 53,00</b>

Además de esto se pretende contratar una oficina pequeña y un vendedor que tendrá un sueldo fijo más comisiones por venta a partir del segundo año y el ejecutor también cobraría sueldo. Estos gastos serán mensuales:

Cuadro # 40

VENDEDOR	
COSTO COMPAÑÍA	
<u>Contratación</u>	
<u>FTE/ 8 horas diarias</u>	1,00
<u>TIPO DE CONTRATO</u>	FIJO
Sueldo Mes	280,00
Bono	0,00
Movilización	70,00
Uso Moto	0,00
Aporte IESS Compañía	42,53
Provisión Décimo Tercer Sueldo	29,17
Provisión Décimo Cuarto Sueldo	16,67
Fondo de Reserva	29,17
Provisión vacaciones	14,58
<b>Total Costo Nómina</b>	<b>482,11</b>
<b>Beneficios Facultativos</b>	
Seguro de salud / familia	0,00
Seguro de vida	0,00
Comisariato	0,00
Lunch	0,00
<b>Beneficios Facultativos</b>	<b>0,00</b>
<b>COSTO CIA TOTAL MENSUAL</b>	<b>482,11</b>
<b>COSTO CIA TOTAL ANUAL</b>	<b>5.785,30</b>

EJECUTOR	
COSTO COMPAÑÍA	
<u>Contratación</u>	
<u>FTE/ 8 horas diarias</u>	1,00
<u>TIPO DE CONTRATO</u>	Fijo
Sueldo Mes	750,00
Bono	0,00
Movilización	0,00
Uso Moto	0,00
Aporte IESS Compañía	91,13
Provisión Décimo Tercer Sueldo	62,50
Provisión Décimo Cuarto Sueldo	16,67
Fondo de Reserva	62,50
Provisión vacaciones	31,25
<b>Total Costo Nómina</b>	<b>1.014,04</b>
<b>Beneficios Facultativos</b>	
Seguro de salud / familia	0,00
Seguro de vida	0,00
Comisariato	0,00
Lunch	0,00
<b>Beneficios Facultativos</b>	<b>0,00</b>
<b>COSTO CIA TOTAL MENSUAL</b>	<b>1.014,04</b>
<b>COSTO CIA TOTAL ANUAL</b>	<b>12.168,50</b>

El Ejecutivo de Ventas tendrá una comisión por venta del 10% sobre el valor facturado por efecto de licencias sin impuestos.

El incremento anual del arriendo de la oficina será de un 4% en base a la tasa de inflación promedio

En cuanto a los ingresos inicialmente será por la venta de la licencia de uso del Sistema de RASTREO con un contrato de servicio Postventa que incluye soporte y mantenimiento del sistema por un lapso de un año, en un escenario conservador se estima venderá 6 licencias en el primer año y 10 licencias en el segundo año

iniciando con las empresas radicadas en la ciudad de Quito, para el segundo año avanzar con la ciudad de Guayaquil.

Se detalla en el siguiente cuadro los ingresos y gastos del proyecto para los 12 primeros meses y 2 años.

Cuadro # 41

## Pronóstico de Ventas y Gastos

<b>Ventas</b>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	T. AÑO 1
Venta de Licencias	-	3.000	-	3.000	3.000	-	3.000	3.000	-	3.000	-	-	18.000
Ingreso por Soporte y Mantenimiento	-	80	80	160	240	240	320	400	400	480	480	480	3.360
Otros ingresos-Programas adicionales	80	80	80	80	80	2.000	-	-	-	-	-	2.000	4.401
<b>TOTALES</b>	<b>80</b>	<b>3.160</b>	<b>160</b>	<b>3.240</b>	<b>3.320</b>	<b>2.240</b>	<b>3.320</b>	<b>3.400</b>	<b>400</b>	<b>3.480</b>	<b>480</b>	<b>2.480</b>	<b>25.761</b>

<b>Gastos</b>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	T. AÑO 1
Personal Vendedor	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	5.785
Personal Ejecutor	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	1.014	12.169
Comisión de Ventas	-	-	-	-	300	-	300	300	-	300	-	-	1.200
<b>Gastos Administrativos</b>													-
Suministros	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	636
Depreciación Computador	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	280
Depreciación impresora	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
Depreciación Teléfono	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Arriendo	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400
Promocionales	35	35	35	500	35	35	35	500	35	35	35	35	1.350
Servicios Básicos Luz, Agua, Teléfono	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	60	60	670
Combustible	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
Servicio de Internet	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300

<b>RESUMEN</b>	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	T. AÑO 1
Ventas	80	3.160	160	3.240	3.320	2.240	3.320	3.400	400	3.480	480	2.480	25.761
<b>Gastos Fijos</b>	<b>1.496</b>	<b>1.496</b>	<b>1.496</b>	<b>1.496</b>	<b>1.796</b>	<b>1.496</b>	<b>1.796</b>	<b>1.796</b>	<b>1.496</b>	<b>1.796</b>	<b>1.496</b>	<b>1.496</b>	<b>19.154</b>
Costos de Personal	1.496	1.496	1.496	1.496	1.796	1.496	1.796	1.796	1.496	1.796	1.496	1.496	19.154
<b>Gastos Variables</b>	<b>437</b>	<b>437</b>	<b>437</b>	<b>902</b>	<b>437</b>	<b>437</b>	<b>437</b>	<b>902</b>	<b>437</b>	<b>437</b>	<b>442</b>	<b>442</b>	<b>6.181</b>
Suministros	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	636
Arriendo	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2.400
Promocionales	35	35	35	500	35	35	35	500	35	35	35	35	1.350
Servicios Básicos Luz, Agua, Teléfono	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	60	60	670
Combustible	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480
Servicio de Internet	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
<b>Depreciaciones</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>28,71</b>	<b>345</b>

Cuadro # 42

## Resumen anual de Pronóstico de Ventas y Gastos

<b>Ventas</b>	<b>T. AÑO 1</b>	<b>T.AÑO 2</b>
Venta de Licencias	18.000	30.000
Ingreso por Soporte y Mantenimiento	3.360	6.880
Otros ingresos-Programas adicionales	4.401	6.000
<b>TOTALES</b>	<b>25.761</b>	<b>42.880</b>

<b>Gastos</b>	<b>T. AÑO 1</b>	<b>T.AÑO 2</b>
Personal Vendedor	5.785	11.571
Personal Ejecutor	12.169	12.655
Comisión de Ventas	1.200	3.000
<b>Gastos Administrativos</b>	-	-
Suministros	636	636
Depreciación Computador	280	280
Depreciación impresora	53	53
Depreciacion Teléfono	12	12
Arriendo	2.400	2.400
Promocionales	1.350	1.815
Servicios Básicos Luz, Agua, Teléfono	670	749
Combustible	480	499
Servicio de Internet	300	312

<b>RESUMEN</b>	<b>T. AÑO 1</b>	<b>T.AÑO 2</b>
Ventas	25.761	42.880
<b>Gastos Fijos</b>	<b>19.154</b>	<b>27.226</b>
Costos de Personal	19.154	27.226
<b>Gastos Variables</b>	<b>6.181</b>	<b>6.756</b>
Suministros	636	636
Arriendo	2.400	2.400
Promocionales	1.350	1.815
Servicios Básicos Luz, Agua, Teléfono	670	749
Combustible	480	499
Servicio de Internet	300	312
<b>Depreciaciones</b>	<b>345</b>	<b>345</b>

Analizando todos estos detalles se presenta un resumen ejecutivo:

Cuadro # 43

## PROYECTO AMELIA TRACKING

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2
Inversión inicial	-3.970	
Valor residual de la inversión	3.609	
Ventas	25.761	42.880
% del Costo sobre las ventas	98%	79%
<b>(-) Grand Total Gastos</b>	<b>25.334</b>	<b>33.981</b>
<b>Gastos fijos</b>	<b>19.154</b>	<b>27.226</b>
Costos de Personal	19.154	27.226
		-
<b>Gastos variables</b>	<b>6.181</b>	<b>6.756</b>
Suministros	636	636
Arriendo	2.400	2.400
Promocionales	1.350	1.815
Servicios Básicos Luz, Agua, Teléfono	670	749
Combustible	480	499
Servicio de Internet	300	312
Depreciaciones	345	345
Costos Operativos	0	0
<b>IGUAL: utilidad antes de IPT</b>	<b>427</b>	<b>8.899</b>
IPT como porcentaje de ut antes ipt	0,40	0,40
Porcentaje de impuesto a la renta	0,25	0,25
Porcentaje de partic de trabajadores	0,15	0,15
<b>MENOS: IPT</b>	<b>171</b>	<b>3.559</b>
<b>IGUAL: utilidad después de IPT</b>	<b>256</b>	<b>5.339</b>
MÁS: Depreciación	345	345
MÁS (MENOS) capital de trabajo	0	0
<b>IGUAL: flujo después de captrabajo</b>	<b>600</b>	<b>5.684</b>
MÁS: recuperación de captrabajo	0	0
MÁS: recuperación de activos fijos	0	0
MENOS: impto recup activos fijos	0	0
<b>IGUAL: FLUJO NETO</b>	<b>600</b>	<b>5.684</b>
Tasa de interés para descontar flujo	0,15	0,15
Número secuencial del período	1	2
<b>Flujo descontado = Flujo neto/(1+i)<sup>n</sup></b>	<b>522</b>	<b>4.298</b>
<b>FLUJOS PARA CÁLCULO DE TIR Y VPN:</b>		
-3.970,00	600	5.684
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	<b>27%</b>	
<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	<b>223,55</b>	
<b>RENTABILIDAD</b>	<b>1,0%</b>	<b>12,5%</b>

Con una inversión inicial de USD 3.970 arrancarían el proyecto, se estima una venta de 6 licencias el primer año y 10 para el segundo año, se considera para los dos años ventas adicionales por efecto de soluciones complementarias como por ejemplo sistema de aduanas totalizando las ventas de USD 25.761 para el primer año y USD 42.880 para el siguiente año.

Con relación a los egresos en referencia a los gastos fijos, en su mayoría por costos del personal, se prevé para el primer año un vendedor y dos para el segundo año, con su respectiva comisión de ventas, el ejecutor también es considerado con un sueldo fijo los dos años con un incremento del 4% por efecto de inflación para el segundo año, siendo valores totales de USD 19.154 y 27.226 respectivamente.

Los gastos variables presentan un detalle por cada uno de los rubros y para los dos años, siendo un valor totalizado de USD 6.181 y 6.754 respectivamente, importante indicar que se toma en cuenta un incremento del 4% para el segundo año como impacto inflacionario.

El resultado de rentabilidad presenta para el primer año después de impuestos (impuesto a la renta y 15% de participación para trabajadores), de USD 214 es decir un 1,0% y de USD 5.339 con un 12.5% para el siguiente año.

Se concluye que este proyecto es factible desde el punto de vista de rentabilidad y su TIR (Tasa Interna de Retorno) o VAN (Valor Actual Neto) confirma un valor aceptable como indica el ejercicio del 26%. Confirma así que esta empresa puede ser muy prometedora.



# **CAPÍTULO V**

## **5. Conclusiones y Recomendaciones**

### **5.1 Conclusiones**

Es evidente en este estudio que las empresas de correo paralelo o agencias de carga no invierten en tecnología tal vez por desconocimiento o porque no han encontrado quién atienda con sus necesidades tecnológicas, como en el resultado de las encuestas, la tendencia es que si quieren invertir en tecnología y de hecho algunas lo ha realizado, pero en los procesos de apoyo, como son la facturación o contabilidad, y al preguntarles si han invertido en tecnología para ayudar en los procesos estratégicos y de valor agregado de las empresas, la mayoría no lo ha hecho.

También las empresas tienen de cierta forma claro, que invertir en tecnología les va a permitir mejorar y ser cada vez más competitivos y que esto es de gran ayuda en sus procesos.

También podemos confirmar la hipótesis favorablemente puesto que el Sistema de Rastreo en las empresas de correo paralelo y agencias de carga es de vital importancia para poder tener información oportuna y así poder brindar a sus clientes finales informes de detallados del estado de sus cargas con esto les permitirá ser más competitivos y ya no solo competir por precios bajos si no por calidad de información proporcionada a sus clientes.

Lo importante del proyecto es la promoción la forma de poder transmitir a estas empresas todas las bondades que el Sistema de Rastreo tiene y en que les beneficiará de sobremanera, lo importante de este proyecto es también que puede ayudar a formar una empresa que puede ser muy prometedora ya que con este software puede ser el inicio de una gran empresa de servicios tecnológicos, que tal vez por falta de un plan de comercialización adecuado muchos jóvenes profesionales no pueden despegar y crear nuevas empresas, jóvenes que sin duda tienen un potencial muy grande para crear pero se ven truncados al momento de tratar de llegar a comercializar.

Hoy en día hay un sin número de formas diferentes de poder comercializar, pero si es importante también conocer la forma de cómo llegar a determinar el mercado que se pretende atender, por eso la importancia de buscar la asesoría adecuada para lograrlo.

La mejor fuente para informarse en la actualidad es el internet, referencia y la mejor revista en donde se sugiere incluir publicidad es PC World.

De acuerdo a este análisis se puede concluir que se tiene un mercado meta propicio para crear una empresa y desarrollar este proyecto, apoyándonos de un análisis financiero confirmando la factibilidad del proyecto.

## **5.2 Recomendaciones**

Una de las recomendaciones es poner en práctica el proyecto y consolidar la empresa unipersonal que pueda aplicar el plan de comercialización del software y atender este nicho de mercado que también es muy importante, y que permitiría al menos en el periodo de estudio de tres años poder formarse y adquirir experiencia para que inicialmente colocar el Sistema de Rastreo Amelia Tracking y posteriormente evaluar las necesidades puntuales de los clientes y generar más aplicaciones adicionales a esta que se pueden dar, como por ejemplo un sistema de apoyo para el manejo del proceso de Aduanas.

También es recomendable evaluar los diferentes proyectos que de una u otra manera los jóvenes profesionales generan para poder ayudar en el proceso de comercialización ya que es vital este para que estos proyectos se puedan cristalizar y hacer de ellos una realizada y no solo un documento que reposara en alguna biblioteca de alguna universidad.

## **5.3 Bibliografía**

- Administración de Ventas (Eugene M. Johnson, David L. Kurtz, Eberhard E. Scheuing) Segunda Edición, Capítulo 9.
- Asociación Ecuatoriana de Correos Privados (ACOPRI), 2009
- Asociación Ecuatoriana de Mensajería (ASEME), 2009

- Asociación Ecuatoriana de Software (AESOFT), 2009
- Bloomberg – Business & Financial News, Breaking News Headlines
- Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, Resoluciones, Número 487
- Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), 2008
- DHL, Sistema de Rastreo, [www.dhl.com](http://www.dhl.com) , 2010
- DHL, Impacto cambio reglamento capítulo 98, 2008 -2009
- Diario HOY, Ecuador Exporta Tecnología Informática, Publicación Octubre 16, 1995
- El Mundo.es, Europa, 2009
- El Mundo.es, Europa, 2010
- Entregas Especiales, Sistema LOG IN 2011
- ESPE, Tesis Desarrollo de un Sistema de Información para el Seguimiento y Distribución de paquetes de Carga para la Empresa Trans Air System, 2006
- Estadística para Administración y Economía (Andreson, Sweeney, Williams), Séptima Edición, Capítulo 3.
- Estrategia y Tácticas de Precios – Una guía para tomar Decisiones Rentables (Thomas T. Nagle, Reed K. Holden) Tercera Edición, Capítulo 1
- Explored, La Tecnología Binacional en Estados Unidos, Publicación Diciembre 19, 1996
- Fedex, Sistema de Rastreo, [www.fedex.com](http://www.fedex.com) ,2010
- FISH, La eficacia de un equipo radica en su capacidad de motivación (Sthepen C. Lundin, Harry Paul, John Christensen), Décimo tercera Edición.
- Formularios para la patente del software tomado del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), 2009
- Fundamentos de Mercadotecnia (William J. Stanton, Charles Futrell) Cuarta Edición en Español, Tercera Parte.
- Fundamentos de Marketing de Servicios (K. Douglas Hoffman – John E.G. Bateson) Segunda Edición, Capítulo 6
- IBM SPSS Statistics, 19

- Investigación de Mercados-En un ambiente de información cambiante (HAIR, BUSH, ORTINAU) Segunda Edición, Capítulo 8
- Investigación de Mercados-En un ambiente de información cambiante (HAIR, BUSH, ORTINAU) Segunda Edición, Capítulo 9
- Investigación de Mercados-En un ambiente de información cambiante (HAIR, BUSH, ORTINAU) Segunda Edición, Capítulo 10
- Investigación de Mercados-En un ambiente de información cambiante (HAIR, BUSH, ORTINAU) Segunda Edición, Capítulo 11
- Investigación de Mercados-En un ambiente de información cambiante (HAIR, BUSH, ORTINAU) Segunda Edición, Capítulo 12
- JANY, José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, Página 9
- JANY, José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, Página 81
- Kruger Corporation S.A. 2009 Entrevista Gerente General
- Multisoft, entrevista José Luis Rodríguez, 2009
- Organización Internacional del Trabajo, Comunicado de Prensa, Enero 26, 2010
- PHILIP KOTLER Los 80 conceptos esenciales de Marketing, 2006
- Registro Oficial, Resolución 1-2008-R3 del 17 de Enero de 2008
- TNT, Sistema de Rastreo, [www.tnt.com](http://www.tnt.com) , 2010
- Thomson Reuters, [www.thomsonreuters.com](http://www.thomsonreuters.com) , Financial, 2010
- WALL STREET JOURNAL, Business News & Financial News, [online.wsj.com](http://online.wsj.com) , 2010
- Wikipedia, Crisis Financiera 2008,
- Wikipedia, Crisis Global, 2008 - 2010