

**PLAN DE NEGOCIOS MAKER SUPPORT.**

**JONATHAN BELTRAN GIL  
C.C. 1033690152**

**OPCIÓN DE GRADO II**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
INGENIERÍA ELECTRÓNICA  
BOGOTÁ D.C  
2017**

**PLAN DE NEGOCIOS MAKER SUPPORT**

**JONATHAN BELTRAN GIL  
OPCIÓN DE GRADO II**

**DOCENTE:  
MANUEL MENDEZ PINZON**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
INGENIERÍA ELECTRÓNICA  
BOGOTÁ D.C  
2017**

## 1. JUSTIFICACION

Maker Support busca destacar sus servicios de mantenimiento preventivo y correctivo de impresoras, computadores y tablets convirtiéndose en la primera opción para sus clientes, para ser elegido por encima de su competencia, como es el caso de Compugreff, compañía líder en soporte técnico informático en Bogotá con 18 años de experiencia, un local en Unilago y una tienda online para la compra de equipos.

Sin embargo, Maker ofrece algo adicional y es la comodidad de soporte en sitio o a domicilio, lo que le permite al cliente que mediante una llamada telefónica un técnico especializado se acerque a su casa y realice una reparación eficaz.

Por otra parte, Maker busca sobresalir en el mercado por prestar un servicio de calidad, con técnicos expertos. Así mismo, busca brindar a sus clientes garantía certificada en cada uno de los servicios prestados y una oferta de precios baja en el sector con la posibilidad de acceder a descuentos por fidelización y promociones por temporadas.

Pero esta empresa no sólo busca beneficiar a sus clientes sino también a la sociedad generando oportunidades laborales para jóvenes técnicos y tecnólogos en el área de sistemas y electrónica, y al medio ambiente, buscando contribuir a la *reducción*, ya que cada computador o aparato electrónico reparado que evite la compra de un nuevo equipo, ahorra al planeta una ración importante de recursos naturales.

Finalmente, también busca potencializar el principio de *reutilizar* ofreciendo a sus clientes la opción de comprar piezas de segunda y *reciclar*, incentivando la participación en jornadas de recolección de desechos informáticas y permitiendo a los clientes acceder a descuentos.

## 2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATEGICO

### 2.1 Descripción de la idea de negocio.

Cuando los computadores, impresoras y tablets sufren algún tipo de daño, los habitantes de la ciudad de Bogotá se ven en la necesidad de trasladarse y llevar sus aparatos electrónicos a cualquier lugar de reparación, lo que puede tener un impacto, generando gastos innecesarios, traslados y pérdidas de tiempo.

### 2.2 Identidad estratégica.

La idea de negocio tiene como objetivo prestar un servicio de calidad que facilite la reparación de computadores, impresoras y tablets en sitio, sin causar desplazamientos innecesarios a los clientes. Cuando inicio la idea de la empresa, en el año 2014, se ofrecía reparación de aparatos informáticos y electrodomésticos, pero luego de un año de servicios, se identificó que los electrodomésticos no eran tan rentables, pues su reparación era demorada y en la mayoría de las ocasiones luego del diagnostico los clientes preferían comprar un nuevo electrodoméstico que repararlo.

### 2.3 Futuro preferido

Para el 2021 ser reconocidos en la ciudad de Bogotá, como líderes en el servicio de soporte técnico y electrónico, destacados por nuestro actuar oportuno y de gran calidad, y un amplio portafolio de servicios. Además, posicionar nuestra sede en el sector de Unicentro como un lugar confiable para la compra de accesorios y componentes electrónicos e informáticos.

#### 2.4 Objetivo General.

Posicionar a MakerSupport como la primera opción en el Suministro de soporte técnico y electrónico a domicilio de impresoras, computadores y tablets, suministrado por profesionales del área, dirigido a personas naturales, de la ciudad de Bogotá.

#### 2.5 Objetivos específicos.

- Ofrecer soluciones altamente eficaces en mantenimiento de equipos de cómputo, impresoras y redes.
- Facilitar el acceso al servicio de soporte informático y electrónico, llevando nuestro conocimiento a la comodidad de los hogares Bogotanos.
- Brindar asesorar a los clientes en la adquisición de PC, portátiles e impresoras.
- Generar oportunidades laborales a profesionales y técnicos en el área de electrónica y de sistemas.
- Contribuir al crecimiento de las PYMES y organizaciones no gubernamentales de la Capital proporcionándoles paquetes de soporte que cumplan con las necesidades de precio y buen funcionamiento de sus equipos de cómputo y redes locales

#### 2.6 Valores.

Contribuir al soporte electrónico y de sistemas a nivel técnico en la ciudad de Bogotá, ofreciendo mediante tecnología y experiencia, diversas alternativas de servicios en reparación de sistemas de cómputo, llegando al sitio donde el cliente lo requiera,

asesorando sus inquietudes y dando solución a sus problemas con calidad en el menor tiempo posible. Además, generando oportunidades para emplear profesionales y proveedores que se destaquen en el área de soporte técnico.

## 2.7 Análisis de PESTEL.

### **Político:**

- Proponer servicio y empleo a las personas vulnerables como los desplazados y a los reinsertados, de esta manera se contribuye con el proceso de paz.

### **Económico:**

- Contribuimos con la generación de empleos teniendo en cuenta que hay estudiantes y egresados sin un trabajo actual.
- Nuestro servicio no genera costos financieros ni intereses a los clientes.

### **Sociocultural:**

- Oportunidad en el mercado ya que va dirigido a todas las culturas, géneros y edades sin importar la religión por ser un servicio de mantenimiento de equipos usados en la cotidianidad en los hogares y familias.

### **Tecnológicos:**

- Las aplicaciones y redes sociales permitirán una comunicación eficaz con los clientes.

### **Ecológicos:**

- Enfocado a la reutilización y al reciclaje de los equipos electrónicos
- Crear conciencia y protección del medio ambiente disminuyendo la contaminación y el impacto del cambio climático.

### **Legales:**

- Tendremos presente el uso de licencias y software originales
- Implementar leyes y normas para la contratación del personal.

## 2.8 Análisis de Porter.

-El modelo de análisis de las cinco fuerzas de Porter nos invita a tener una visión mucho más amplia del mercado, revisando cada fuerza: Poder de negociación con clientes: En este aspecto hemos manejado descuentos con nuestros clientes, normalmente del 5% cuando guardan y presentan nuestra tarjeta en el servicio o cuando referencian a otras personas, como una forma de incentivar el aumento de clientes. Este descuento lo podemos mantener ya que no es tan frecuente y si representa un ingreso seguro.

-Rivalidad entre las empresas: Aunque en el sector de servicio a domicilio no tenemos competencia, en el momento en que tengamos la sede, como servirá de local puede generar la aparición de rivalidades con los demás locales del sector.

-La posibilidad de amenaza ante nuevos competidores: Esta amenaza es bastante alta, ya que en cualquier momento se pueden presentar nuevas opciones de empresas enfocadas en mantenimiento de computadores y equipos informativos que incluyan el soporte en sitio.

-El poder de la negociación de los diferentes proveedores: En este aspecto es necesario tener en cuenta que al ser una empresa pequeña el nivel de negociación no será tan alta al principio, ya que nuestras compras de repuestos y accesorios no es tan alta, sin embargo, al lograr

establecer la sede con el local en el sector de Unicentro la cantidad de unidades de repuestos y accesorios aumentará, haciéndolo también la posibilidad de negociar mejores precios.

-Amenaza de productos sustitutos: En la industria de la tecnología informática los productos sustitutos son muy frecuentes, cada vez aparecen mejores y más compactos computadores, impresoras y tablet, lo que representa un reto para la empresa de estar en constante actualización e incluso proyectarse a ofrecer servicios de reparación de aparatos móviles que son sin dudarlos el producto que cada vez más sustituye a los computadores.

## 2.9 Análisis DOFA.

<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de personal</li> <li>- Fondos</li> <li>- Profundización en el mercado</li> <li>- Altos costos en repuestos por poca cantidad de unidades compradas.</li> <li>- No contar con sede física</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acogida de clientes</li> <li>- Mostrar nuestros servicio y productos</li> <li>- Paso a dispositivos móviles</li> <li>- Posibilidad de expandirse por localidades.</li> <li>- Explorar el soporte en Pymes</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Eficacia en los servicios</li> <li>- Servicio técnico en el sitio</li> <li>- Generación de empleos</li> <li>- Bajos costos directos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La competencia</li> <li>- Personal nuevo no cumpla con los estándares de calidad en el servicio</li> <li>- No cumplir con la cobertura mínima</li> </ul>

## 2.11 Cadena de valor.



En términos de características del producto, Maker Support se enfoca en la prestación de servicios en sitio que se caracterizan por:

- **Confianza:** El técnico de Maker Support efectúa la revisión del equipo de cómputo con la supervisión del cliente, explicándole los procesos efectuados, para su conocimiento y tranquilidad, sin la necesidad de que este salga de la residencia y se exponga a cambios o malas reparaciones.
- **Seguridad:** En pro de preservar la seguridad, al solicitar un servicio le es asignada una clave a nuestros clientes que les permite identificar al personal de la compañía antes de darle acceso a su casa.
- **Acompañamiento:** El personal de Maker Support, presta acompañamiento a sus clientes hasta cumplidos los (30) treinta días de garantía en el servicio, atendiendo cualquier imprevisto que se pueda presentar.
- **Puntualidad:** Respetando los horarios estipulados para la prestación del servicio, los técnicos llagan a sitio a la hora acordada; así mismo, en caso de presentarse algún contratiempo la empresa avisa telefónicamente a los clientes y le atiende a primera hora del día siguiente, para no generar afectaciones de algún tipo.
- **Recomendaciones:** El técnico de nuestra compañía presenta recomendaciones para el cuidado de los electrodomésticos y/o equipos de cómputo al terminar el servicio, para preservar la vida útil del mismo y ayudar así con el cuidado del medio ambiente.
- **Asesoría:** Presta asesoría en la compra de repuestos y utensilios necesarios para la reparación requerida, contando con proveedores confiables.

- **Calidad de personal técnico:** Técnicos especializados en sistemas, que cuenten con la experiencia necesaria para el correcto manejo de los equipos, además de ser personas con habilidades en atención al cliente,
- **Garantía:** Finalizado el servicio se le entregará al cliente una orden de servicio con la garantía que lo respaldará durante los 30 días siguientes a cualquier tipo de inconveniente que se le presente al equipo.
- **Etiqueta:** Cada vez que se sea atendido por MakerSupport se le entregará al cliente una tarjeta de la empresa con los datos de contacto y con la que además podrá acceder a descuentos del 10% en caso de conservarla para el próximo servicio, con el objetivo de generar recordación.

## 2.12 Estrategia competitiva.

En cuanto a los servicios que prestará la empresa son los siguientes:

- Mantenimiento preventivo de computadores
- Mantenimiento preventivo de impresoras
- Mantenimiento correctivo de computadores
- Mantenimiento correctivo de impresoras
- Revisión y reparación de Tablets
- Instalación de redes de datos
- Venta de accesorios para computadores, tablets y celulares
- Venta de elementos electrónicos

- Punto de reciclaje de residuos electrónicos

La estrategia que se realiza para prestar servicios de mantenimiento y reparación de computadores e impresoras inicia con la solicitud que efectúa el cliente a través de uno de los canales de comunicación con la empresa. Posterior a esto, se programa el servicio para darle respuesta lo antes posible.

### 3. ESTUDIO DE MERCADO.

#### 3.1 Objetivos del estudio de mercado.

El grupo objetivo de la compañía, busca posicionarse en primer lugar en la zona de norte, de Bogotá, estratos 4, 5 y 6, en el que su mayoría de población vive en casas o edificios de apartamentos y a largo plazo posesionarnos localidad por localidad.

#### 3.2 Definición del mercado objetivo

El estudio que se ha planteado realizar es un estudio descriptivo, con el objetivo de identificar la real viabilidad de una idea de negocio, ampliando el conocimiento de los posibles clientes de Maker, sus preferencias y características de consumo, para determinar la oferta y demanda de soporte técnico de aparatos informáticos en Bogotá. Con esto, organizar un plan de negocio que permita enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Una mirada inicial del estudio nos dice que en términos de demanda, la tecnología abarca cada vez más nuestra vida, es más, se podría incluso afirmar que más del 90% de los hogares

o empresa por pequeña que sean cuentan al menos un computador o impresora que necesite de reparaciones o mantenimientos durante su vida útil.

### 3.3 Metodología de la investigación.

Se realizó una encuesta virtual para identificar las preferencias de los clientes en cuanto a precio, medio de publicidad y frecuencia en que requieren los servicios de mantenimiento y reparación de computadores e impresoras. La encuesta se puede diligenciar a través del siguiente enlace:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe\\_mYfTGN69dVPKT52-sQfyW\\_0wW1KluHbdnw\\_3z9wC75j6JQ/viewform?c=0&w=1&usp=mail\\_form\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe_mYfTGN69dVPKT52-sQfyW_0wW1KluHbdnw_3z9wC75j6JQ/viewform?c=0&w=1&usp=mail_form_link)

Encuesta de mantenimiento para su computador o impresora.

Todas las cambios guardados en Drive

PREGUNTAS RESPUESTAS 24

Encuesta de mantenimiento para su computador o impresora.

Somos una empresa de mantenimiento y soporte de impresoras y computadores en sitio, que se encuentra incursionando en el mercado de Bogotá, el objetivo de esta encuesta es identificar el número de clientes que podemos tener en las diferentes localidades de la ciudad, la frecuencia y preferencia de los mismos, para brindar un servicio de calidad.

Por favor escriba su nombre.

Texto de respuesta corta

Que edad tiene.

Texto de respuesta corta

En que estrato vive.

Texto de respuesta corta

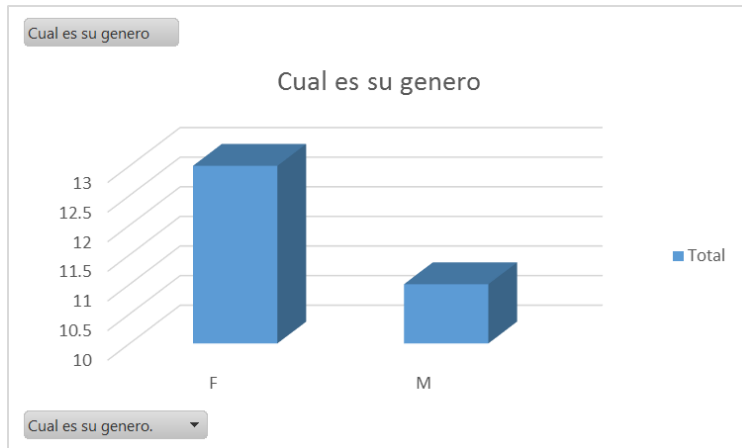
Cual es su genero.

ENVIAR

### 3.4 Análisis de investigación.

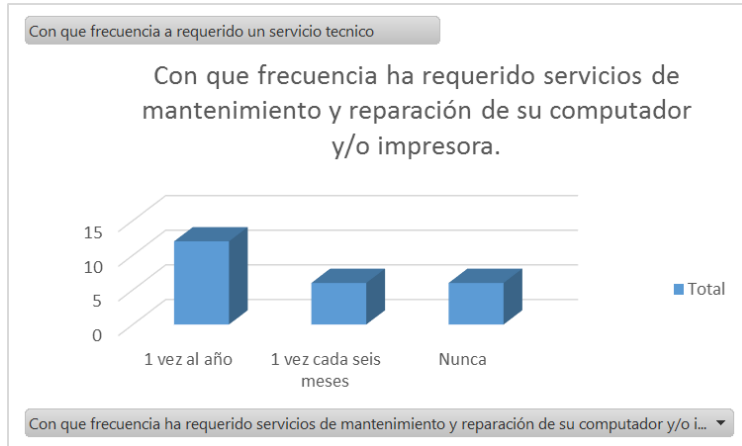
La encuesta se aplicó a 24 personas que han sido o pueden ser clientes de MakerSupport de diferentes localidades de Bogotá.





Los clientes que Maker a tenido y los posibles para un futuro, pertenecen a diversas Localidades, es decir la cobertura que se puede llegar en toda la ciudad de Bogotá.

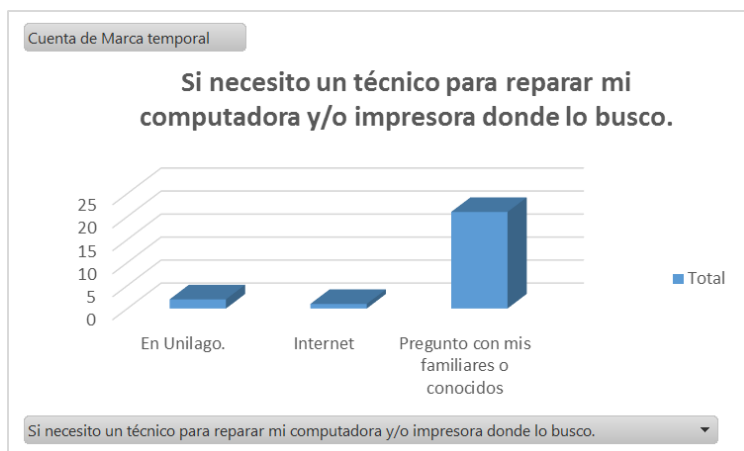
Pese a lo anterior la mayor frecuencia de personas que contesto la empresa están ubicadas en Kennedy, esto se debe a que en este sector es donde más se han realizado servicios y entregado publicidad hasta el momento.



En la anterior gráfica se puede identificar que la mayoría de las personas encuestadas, un 50% exactamente, manifiesta que la frecuencia en la requieren un servicio de reparación y manteniendo de computadores e impresoras es una vez al año. Por otra parte, un 25% de los encuestados manifiesta una frecuencia de necesidad de servicios un poco más frecuente, cada 6 meses y finalmente tan sólo el 25% indica que nunca ha requerido un servicio de reparación y mantenimiento de computadores o impresoras.



La anterior gráfica muestra que en las ocasiones en que a las personas encuestadas les ha fallado su computador y/o impresora, el 55% de ellos ha buscado un técnico de confianza, un 45% ya cuenta con un técnico de confianza y ninguno de los encuestados ante una falla de sus equipos optaría por comprar uno nuevo y no repararlo. Del ese 45% de personas que cuenta con un técnico de confianza han sido clientes de MakerSupport, lo que muestra la fidelización de los clientes una vez usan nuestro servicios.



Los resultados de esta pregunta muestra que en la mayoría las personas encuestadas prefieren buscar un técnico para reparar sus aparatos informáticos preguntando a sus familiares y conocidos y sólo una persona lo buscaría en internet y otra en redes sociales.

Lo anterior nos permite identificar que uno de los puntos que más debemos atacar en términos de mercadeo es el voz a voz, debemos llegar a nuestros posibles clientes generando recordación y fidelizar a los ya existentes incentivando de alguna forma referir a otras personas, puede ser con descuentos o premios, hacer de los que han sido nuestros clientes no nos olviden, no pierdan nuestro contacto y se beneficien de algún modo al recomendarnos con otras personas es la clave para extender nuestro nicho.



Por otra parte, el identificar que existan personas que revisen en internet y redes sociales, así sea un bajo porcentaje nos indica la importancia de estar en la red y así dar a conocer la empresa aún más.

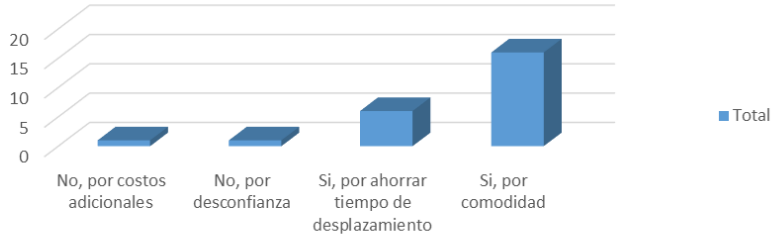


A la pregunta de cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de reparación o mantenimiento de impresoras o computadores el 45% de las personas que participaron en la encuesta manifestaron que pagarían entre \$40.000 y \$50.000. Posterior se presenta un empate entre las personas que pagarían \$30.000 y \$40.000 cada una con una cobertura del 18% de las personas encuetadas.

Finalmente un 15% respondieron que no saben o no responden sobre cuanto debería costar un servicio de este tipo.

Cuenta de Marca temporal

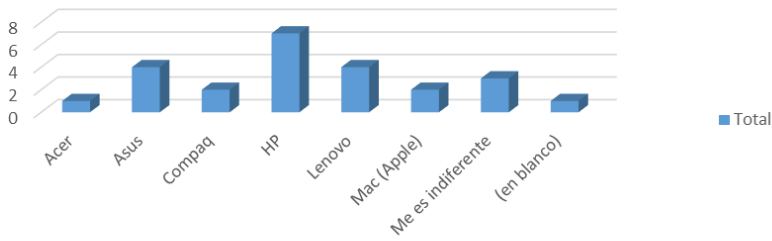
### Preferiría un servicio a domicilio para la reparación o mantenimiento de su computador y/o impresora.



Preferiría un servicio a domicilio para la reparación o mantenimiento de su computador y/o impresora.

Cuenta de Marca temporal

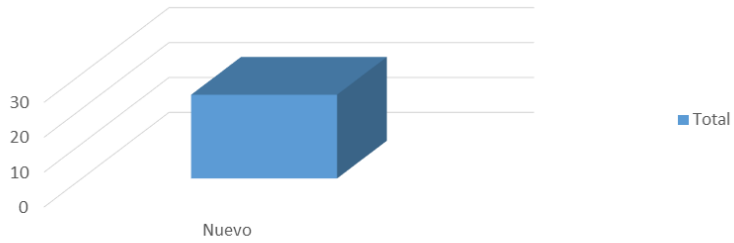
### Que tipo de marca prefiere usted al momento de adquirir un computador y/o impresora.



Que tipo de marca prefiere usted al momento de adquirir un computador y/o impresora.

Cuenta de Marca temporal

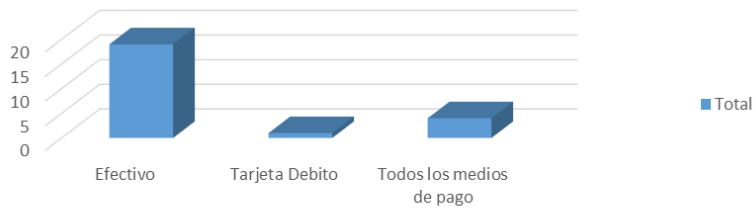
**Al momento de adquirir un computador y/o impresora usted lo prefiere:**



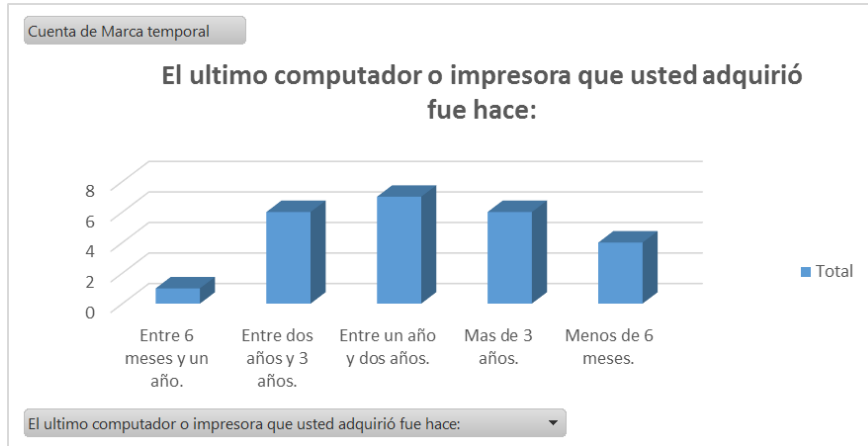
Al momento de adquirir un computador y/o impresora usted lo prefiere: ▼

Cuenta de Marca temporal

**Al momento de realizar el pago del mantenimiento para su computador y/o impresora usted de que forma lo haría.**



Al momento de realizar el pago del mantenimiento para su computador y/o impresora usted de que forma lo haría. ▼



#### 4. PLAN DE MARKETING.

##### 4.1 Objetivos plan de Marketing.

-Posicionar la empresa en la zona norte de Bogotá en los estratos 4, 5 y 6 brindando un servicio oportuno y eficaz.

-Generar demanda laboral a profesionales y técnicos de ingeniería electrónica y de sistemas.

- Incentivar la reutilización y reciclaje de los aparatos informáticos y electrónicos para contribuir con la conservación del medio ambiente.

**Comentado [s1]:** Estos pueden ser objetivos de la empresa

##### 4.2 Estrategia de Producto.

Especificaciones del producto o servicio:

- Mantenimiento preventivo de computadores
- Mantenimiento preventivo de impresoras
- Mantenimiento correctivo de computadores

- Mantenimiento correctivo de impresoras
- Revisión y reparación de Tablets
- Instalación de redes de datos
- Venta de accesorios para computadores, tablets y celulares
- Venta de elementos electrónicos
- Punto de reciclaje de residuos electrónicos

Debilidades del servicio:

- Falta de personal
- Recursos de capital o fondos
- Profundización en el mercado
- Altos costos en repuestos por poca cantidad de unidades compradas.
- No tener sede física o sucursales

Fortalezas del servicio:

- Atención al cliente domiciliaria
- Eficacia en los servicios
- Servicio técnico en el sitio o domicilio
- Bajos costos directos
- Generación de empleos

#### 4.2.1 Estrategia de Marca



Se representan 3 pilares fundamentales en ascendencia, agregando el nombre de la empresa, con una pequeña caracterización.

#### 4.2.2 Estrategia de Empaque

Al ofrecer y brindar un servicio no aplica la producción de un empaque.

Cada vez que se sea atendido por Maker Support se le entregará al cliente una tarjeta de la empresa con los datos de contacto y con la que además podrá acceder a descuentos del 10% en caso de conservarla para el próximo servicio, con el objetivo de generar recordación.

#### 4.2.3 Estrategia de Servicio Postventa:

El servicio post venta a emplear en este proyecto es el control o seguimiento que se tendrá disponible para todos los clientes, después de la entrega de los equipos, de esta manera fidelizamos clientes y creamos la posibilidad de conseguir nuevos clientes generando un voz a voz *publicad indirecta*.

- **Contacto con el cliente:** A través de una aplicación se genera una encuesta de calificación final del servicio y del mantenimiento prestado, de esta manera se obtiene un resultado para mejorar la calidad del servicio. También estará disponible el buzón de sugerencias y observaciones.
- **Promoción:** Se otorgan ofertas y descuentos a los clientes frecuentes.
- **Garantía:** Finalizado el servicio se le entregará al cliente una orden de servicio con la garantía que lo respaldará durante los 30 días siguientes a cualquier tipo de inconveniente que se le presente al equipo.

#### 4.3 Estrategia de Precio

Detalle servicio prestado	Precio
- Mantenimiento preventivo de computadores.	\$ 40.000,00
- Mantenimiento preventivo de impresoras	\$ 40.000,00
- Mantenimiento correctivo de computadores	\$ 50.000,00
- Mantenimiento correctivo de impresoras	\$ 40.000,00
- Revisión y reparación de Tablets	\$ 30.000,00
- Instalación de redes de datos*punto	\$ 30.000,00
- Venta de elementos electrónicos	Según su depreciación

- Punto de reciclaje de residuos electrónicos.	\$ 50.000,00
--	--------------

	<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	COSTOS TRASPORTE (GASOLINA Y PARQUEADEROS)	\$ 360.000
	JEFE DE MANTENIMIENTO	\$ 1.500.000
	SERVICIOS PÚBLICOS (TELÉFONO)	\$ 250.000
	INTERNET	\$ 80.000
	PAPELERÍA	\$ 90.000
	MATERIALES DIRECTOS	\$ 120.000
	PUBLICIDAD	\$ 250.000
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	AMORTIZACIÓN EQUIPOS	\$ 200.000
	MATERIALES INDIRECTOS	\$ 120.000
	RIESGOS EN CUMPLIMIENTO DEL SOPORTE (TAXIS)	\$ 100.000
	DAÑO EN ALGÚN EQUIPO ARREGLADO	\$ 150.000
	PERDIDA DE UN SERVICIO	\$ 200.000

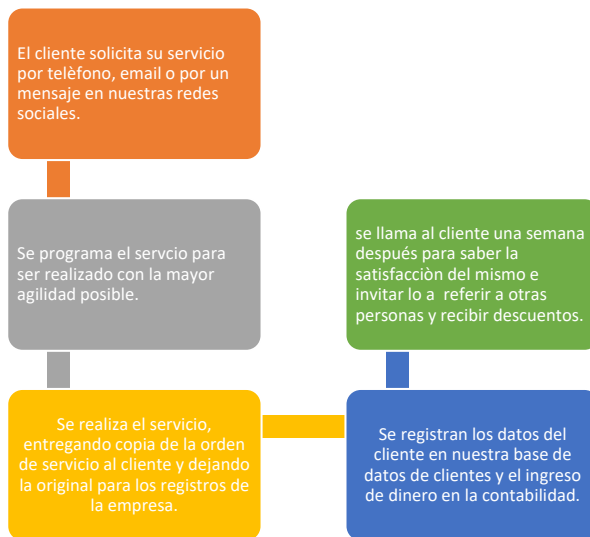
El valor para cada tipo de mantenimiento se definió para buscar competir con bajos costos frente a las empresas más posicionadas en el mercado, con una prestación de servicios afines a la nuestra, que en este caso sería el mantenimiento correctivo y preventivo para computadores impresoras y tablets.

#### 4.4 Estrategia de Publicidad

- Volanteo y publicidad puerta a puerta por Localidades iniciando en Kennedy donde se han realizado varios servicios.
- Descuentos para las personas que tengan referidos.
- Voz a voz, dejarle a los clientes tarjetas para que puedan entregarlas a sus conocidos.
- Publicidad a través de las redes sociales



#### 4.4.1 Plan de Medios Desarrolle y presente el plan de medios a ejecutar.



#### 4.5 Estrategia de Promoción:

Después de realizar las encuestas identificamos que la mejor manera de promocionar los servicios de Maker es a través del voz a voz y de los referidos, sin embargo como el mercado es tan amplio y se requiere cubrimiento constante. Es necesario, generar campañas de comunicación a través del volanteo, redes sociales y otros medios.

- Descuento del 5% siempre presentando la tarjeta de Maker Support que acredita como cliente frecuente
- Descuento del 10% aplicable para 1 servicio por referir a uno o más nuevos clientes.

Cabe aclarar que dichos descuentos no son acumulables. Luego del pago el cliente recibirá el original de la orden de servicio donde se estipula la garantía de un mes.

#### 4.6 Estrategia de Distribución

Inicialmente la empresa no contará con un punto de venta ya que para su operación de soporte técnico a domicilio no la requiere, sin embargo, dentro de su visión se proyecta en 3 años contar con un local donde no solo opere la oficina de Maker sino donde se puedan vender accesorios y repuestos a sus clientes, en la zona de Unicentro, ubicada al norte de Bogotá, estratos 4, 5 y 6, en el que su mayoría de población vive en casas o edificios de apartamentos.

#### 4.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

2018	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes	9 mes	10 mes	11 mes	12 mes
Numero de servicios	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Precio de venta por cada servicio	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000
<b>Total</b>	<b>\$ 480.000</b>	<b>\$ 520.000</b>	<b>\$ 560.000</b>	<b>\$ 600.000</b>	<b>\$ 640.000</b>	<b>\$ 680.000</b>	<b>\$ 720.000</b>	<b>\$ 760.000</b>	<b>\$ 800.000</b>	<b>\$ 840.000</b>	<b>\$ 880.000</b>	<b>\$ 920.000</b>
2019	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes	9 mes	10 mes	11 mes	12 mes
Numero de servicios	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Precio de venta por cada servicio	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000
<b>Total</b>	<b>\$ 480.000</b>	<b>\$ 520.000</b>	<b>\$ 560.000</b>	<b>\$ 600.000</b>	<b>\$ 640.000</b>	<b>\$ 680.000</b>	<b>\$ 720.000</b>	<b>\$ 760.000</b>	<b>\$ 800.000</b>	<b>\$ 840.000</b>	<b>\$ 880.000</b>	<b>\$ 920.000</b>
2020	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes	9 mes	10 mes	11 mes	12 mes
Numero de servicios	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
Precio de venta por cada servicio	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000	\$ 45.000
<b>Total</b>	<b>\$ 1.080.000</b>	<b>\$ 1.125.000</b>	<b>\$ 1.170.000</b>	<b>\$ 1.215.000</b>	<b>\$ 1.260.000</b>	<b>\$ 1.305.000</b>	<b>\$ 1.350.000</b>	<b>\$ 1.395.000</b>	<b>\$ 1.440.000</b>	<b>\$ 1.485.000</b>	<b>\$ 1.530.000</b>	<b>\$ 1.575.000</b>
2021	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes	9 mes	10 mes	11 mes	12 mes
Numero de servicios	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47
Precio de venta por cada servicio	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
<b>Total</b>	<b>\$ 1.800.000</b>	<b>\$ 1.850.000</b>	<b>\$ 1.900.000</b>	<b>\$ 1.950.000</b>	<b>\$ 2.000.000</b>	<b>\$ 2.050.000</b>	<b>\$ 2.100.000</b>	<b>\$ 2.150.000</b>	<b>\$ 2.200.000</b>	<b>\$ 2.250.000</b>	<b>\$ 2.300.000</b>	<b>\$ 2.350.000</b>
2022	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes	9 mes	10 mes	11 mes	12 mes
Numero de servicios	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59
Precio de venta por cada servicio	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000	\$ 55.000
<b>Total</b>	<b>\$ 2.640.000</b>	<b>\$ 2.695.000</b>	<b>\$ 2.750.000</b>	<b>\$ 2.805.000</b>	<b>\$ 2.860.000</b>	<b>\$ 2.915.000</b>	<b>\$ 2.970.000</b>	<b>\$ 3.025.000</b>	<b>\$ 3.080.000</b>	<b>\$ 3.135.000</b>	<b>\$ 3.190.000</b>	<b>\$ 3.245.000</b>

## 5. CONCLUSIONES

El objeto de la empresa de prestar servicios de soporte técnico y electrónico de equipos informáticos es un nicho con buenas posibilidades, sin embargo, el presente estudio nos muestra que hace parte de un mercado muy volátil, donde existirán momentos con gran demanda y otros con muy poca, como consecuencia, podría ponerse en peligro la estabilidad de la empresa. Por esta razón, se evidencia la necesidad de complementar la idea de negocio con algo que soporte el mantenimiento de la empresa en el tiempo:

- A corto plazo Maker se proyecta a contar con una sede física a corto plazo, para la venta de accesorios y repuesto, lo que le permitirá una mayor estabilidad en el mercado, con ingresos fijos y medibles.
- A largo plazo Incursionar en el soporte técnico en Pymes se identifica como una oportunidad de crecimiento que generará contratos específicos y asegurará los ingresos de la empresa.

Como resultado del análisis estadístico, vemos que las posibilidades de clientes en diferentes localidades de Bogotá son amplias, ya que sin importar el lugar, los hogares necesitan por lo menos una vez al año un servicio de reparación y /o mantenimiento de sus equipos informáticos, sin embargo, la frecuencia de servicios para un mismo cliente no es muy alta, cada cliente requerirá 1 servicio cada 6 meses, lo que muestra que el crecimiento de la empresa no depende de pocos clientes potenciales, sino de mayor cantidad de cobertura. El estudio de mercado nos muestra que la mayoría de personas, buscan servicios de reparación a través de la recomendación de sus amigos o conocidos, lo que presenta un reto para activar el “voz a voz” con un excelente servicio generar un vehículo para conseguir otros clientes adicionales un cliente feliz significa otros posibles clientes.

La campaña publicitaria debe facilitarle a las personas tener a la mano el número de Maker que recuerden y no lo pierdan con facilidad, de tal forma, cuando él o sus conocidos requieran de un técnico nos tendrán como una de sus opciones, e incentivar a los clientes con descuentos o premios por referir a otras personas que usen nuestros servicios.

El análisis de la industria, nos permitió evidenciar dos amenazas del mercado: la aparición de nuevos competidores, ya que en cualquier momento se pueden presentar nuevas opciones de empresas enfocadas en mantenimiento de equipos informativos que incluyan el soporte en sitio. El bajo poder de negociación con los proveedores, puesto que al ser una empresa pequeña el nivel de negociación no será tan alta al principio y nuestras compras de repuestos y accesorios no es tan alta, sin embargo, al lograr establecer la sede con el local en el sector de Unicentro la cantidad de unidades de repuestos y accesorios aumentará, haciéndolo también la posibilidad de negociar mejores precios.

Es indispensable para Maker, ajustarse a las necesidades del mercado e incluir en su portafolio de servicios la reparación de aparatos móviles, puesto que cada vez más estos dispositivos sustituyen a los computadores.

Finalmente, la tecnología informática está en constante cambio, cada vez se fabrican mejores computadores y tablets, más compactas y con mejores funciones, lo que representa un reto para Maker de contar con técnicos en constante actualización.

## 6. BIBLIOGRAFIA

- Infoautónomos. (2013).Guía para realizar el estudio de mercado. Recuperado de <http://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/> recuperado el 15 de Abril de 2017.

Miranda Romero, R. (s.f.). *Soporte para Latinoamerica*. Bogotá.

- Miranda, Romero (2014). El impacto de la nueva era tecnológico en las organizaciones. Universidad Panamericana. Recuperado de <http://www.utm.mx/temas/temas-docs/n0553.pdf> recuperado el 25 de Abril de 2017
- Las cinco fuerzas de Porter. (S.f) Recuperado de <http://www.5fuerzasdeporter.com/> recuperado el 1 de Mayo de 2017.