



SOFA PYME

SISTEMA ORGANIZACIONAL FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, David Pineda Chontal con célula de identidad 1.007.364.507 de Bogotá D.C. y alumno del programa académico Contaduría Pública, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: David Pineda Chontal

Tabla de contenido

I. Resumen ejecutivo

Introducción

Objetivos

Claves para el éxito

II. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

Planteamiento del problema

Objetivos de desarrollo sostenible

Teoría de valor compartido

Tecnologías disruptivas

Análisis del sector económico

III. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

Descripción del problema

Árbol de problemas

Pregunta de investigación

IV. Descripción de la idea de negocio

Nombre de la idea

Descripción detallada de la misma

Factores innovadores

Características tangibles e intangibles de la misma

Propuesta de valor

Fuerzas de PORTER y entorno de la empresa.

V. Estudio de mercado

Contextualización.

Análisis de la demanda.

Análisis de la oferta.

Análisis de la comercialización.

Análisis del producto.

Precios.

VI. Modelo Running Lean

VII. Investigación de mercados

Objetivos.

Tipos de investigación.

Instrumentos.

Tamaño de la muestra.

Aplicación de la encuesta.

Tabulación.

Conclusiones.

VIII. Producto Mínimo Viable

Validación.

IX. Conclusiones y recomendaciones

X. Bibliografía

Resumen ejecutivo

En el presente documento, se presenta una idea de negocio, y se llevan a cabo una serie de pasos, para la constitución de una empresa, identificar su razón de ser, lo que se quiere alcanzar y las metas que queremos cumplir, esto con el fin de ofrecer un servicio a un determinado cliente.

Se verifica la viabilidad de éste en el mercado, conociendo más a fondo al cliente y si esta idea de negocio si es aceptada por el cliente o no.

Es importante ofrecer un servicio diferente, que innove en el mercado y que facilite suplir la necesidad que deseamos brindar.

Introducción

Desarrollar una identidad propia de la empresa que se genere para prestar los servicios integrales a las PYMES aplicando una investigación de mercados se desarrolla con base en la necesidad de implantar una idea de negocio reuniendo ciertas características que sean, viables en el mercado, innovadora, sostenible para la empresa y para el mercado.

Conociendo las necesidades de los clientes haciendo un análisis donde se comparan la prestación de servicios con compañías similares que no satisfacen a totalidad las necesidades de los clientes.

Por otra parte, es una gran oportunidad de poner en práctica los conocimientos para la constitución de una empresa, donde se abarcan temas legales, financieros, estratégicos, de investigación, entre otros.

Objetivos

- Desarrollar una identidad propia de la empresa que se genere para prestar los servicios integrales para las MIPYMES.

- Generar credibilidad y satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, socios y comunidad mediante el mejoramiento continuo, realizado con los instrumentos de medición adecuados.
- Desarrollar y aplicar una investigación de mercados, para verificar la viabilidad y aceptación del negocio en el mercado.
- Posicionar nuestra empresa con estrategias de marketing, utilizando las redes sociales, páginas web, la voz a voz, convenios entre propiedades, etc.
- Generar un portafolio de servicios y simulación de pasos del funcionamiento de los sistemas integrados, mostrando al cliente el beneficio monetario.



Claves para el éxito

Nos diferenciamos de los demás por que brindamos una asesoría completa y con una facilidad de entender y agilizar los procesos de constitución de las PYMES.

PROBLEMA:

El no estar en regla o que no sepan cómo se constituye una Pyme hace que se generen problemas con los entes de control ocasionando multas o el no funcionamiento o funcionamiento de la pyme creada.

ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

Las personas naturales o jurídicas que están en constitución o quieren ponerse en regla, no lo hacen por falta de tiempo, en CORFERIAS se presentan este gran problema, se plantea analizar a los clientes y brindarles una ayuda de manera más fácil y práctica.

POLÍTICO

SOFA se registrará bajo la normatividad de los entes de control evitando información falsa y estará actualizado ante cualquier cambio.

SOCIAL

Se brindará para personas naturales y jurídicas en proceso de constitución o que se quieran poner en regla impactando en el sector comercial ya que son los que más falencias presentan a la hora de auditoría.

ECONÓMICO

La visita a las entidades no deja mucho tiempo en trámites, adicional se beneficia la idea de negocio dando sostenibilidad a la empresa, las MIPYMES se florecerán y asumirán auto sostenibilidad con el tiempo.

TECNOLÓGICO

Será una plataforma entendible apostándole a un crecimiento de RED.
Adquisición de programas contables que harán que los procesos sean eficaces-eficientes, y prácticos a la hora de ser aplicados.

LEGAL

En tema de auditorías y controles se evidencia faltantes del estar en norma antes los entes de control.

Objetivos de desarrollo sostenible

1. Obtener claridad a tipos de alianzas para que la idea perdure en el tiempo y cada año sea mucho más efectiva y genere viabilidad con las MYPIMES.
2. Expandirnos a nuevos mercados dando a conocer nuestro servicio con procesos acoplados a la necesidad del cliente.
3. Rediseñar y estar en constante innovación con la estrategia empresarial para aprovechar al máximo las oportunidades de negocio del Cliente
4. Tener un buen posicionamiento en el entorno alterando y prestando un servicio de calidad manteniendo al cliente fidelizado con la organización.
5. Garantizan el cumplimiento de las reglas establecidas, especialmente en lo referido al cumplimiento de los derechos de propiedad y la ejecución de contratos.
6. Desarrollar competencias en los representantes de la MIPYME para lograr un mejor manejo y aprovechamiento de lo aplicado en la misma
7. Mejorar el sistema integral cada vez haciéndolo sostenible de los recursos que ns da la MIPYME y la conservación de su tradición, promoviendo la eficiencia empresarial y su crecimiento comercial.

Teoría de valor compartido

Enfatizar en que para el desarrollo y completa formalidad de una pyme se deben acatar normas y estar a la línea con los entes de control. Las pymes pueden estar verificando el proceso en el cual está su empresa y de cómo se puede ir agilizando el proceso en el que se encuentre.

Tecnologías disruptivas

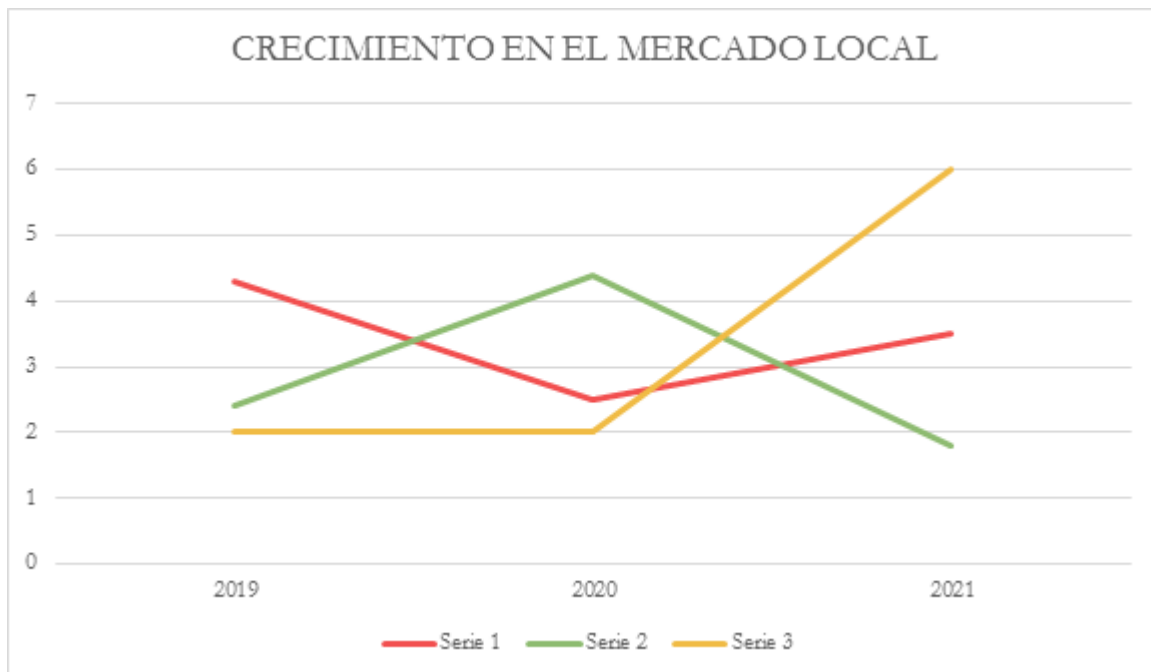
Por medio de las redes sociales, se está iniciando el proceso de conocimiento, ya que este genera mucho más vistas de los usuarios en línea y hace que la aparición de la empresa se posicione de manera más rápida.

Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

Problema

Son las personas naturales y jurídicas que aún no están en regla o aún no saben cómo constituir una empresa y se enfrentan a muchos problemas por no saber claramente los requisitos que tienen que presentar.

Gráfico 1. Crecimiento en el mercado local



Descripción de la idea de negocio

Idea de negocio

SOFA es un programa para gente emprendedora y llena de metas.

SOFA es una plataforma que ayudará a pequeñas y medianas empresas que estén en proceso de constitución. Te indicará el paso a paso para quedar legalmente registrado ante los órganos de control y el debido diligenciamiento de los documentos que debes de tener y presentar para quedar en regla.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO
A. Nombre del producto ó servicio: SOFA PYME
B. Composición del producto (materias primas)/ líneas de servicio ó portafolio: APP y Programa que se obtiene por un valor de 6.500 pesos enlazados a la RED local.
C. Presentaciones comerciales (litro, kilo, ml) / combos, paquetes especiales: Presentación Por unidad.
D. Tipo de empaque ó embalaje /canal de información: Por medio de las redes sociales y la voz a voz.
E. Material de empaque/ publicidad, brochure: Temas publicitarios por medio de experiencias y comunicadas a cada uno de nuestros usuarios y aplicándolo a las redes sociales.
F. Condiciones de conservación: Teniendo un buen uso de la Red Local para que se mantenga en línea.
G. Vida útil estimada / garantía: Por ser una APP este no tendrá garantía si no un debido y constante asesoramiento por si algo falla y revisión técnica si lo requiere.

H. Porción recomendada /recomendaciones por tipo de cliente. Tener en cuenta que por la aplicación descargada tendrá su propio usuario y contraseña.

ELABORÓ David Pineda Chontal

REVISÓ David Pineda Chontal

APROBÓ David Pineda Chontal

Propuesta de valor

Como valor agregado y en lo que se enfatiza el proyecto es la plataforma virtual prestadora de servicios integrales, adicional con la implantación de sistemas de gestión propios para cada PYMES.

Cuando se habla de sistemas de gestión se hace referencia a sistemas integrales en documentación, contabilización y administración de forma que se cumpla con la ley estatutaria siendo pioneros en el mercado; además de esto, se generan ingresos lo que hace sostenible la idea.

Análisis - fuerzas de Porter.

* Amenaza ante nuevos competidores:

Al evaluar los posibles competidores como por ejemplo los portales web conocidos en el mercado; se halla como resultado que la compañía

Se encontraría en un nivel medio de amenaza. Partiendo de tener un servicio innovador por sus sistemas integrados es positivo y el amplio portafolio de servicios contribuyen en abarcar varios canales de distribución; pero la rotación en sus costos, hace que sea alta la competencia en cuanto a los precios respecto del producto.

* Poder de negociación de los proveedores:

Los recursos que se necesitan son: Lo que se necesita primordialmente es la constante asesoría de los entes de control para estar en la norma y su debida revisión técnica si es el programa instalado.

* Amenaza de ingreso por servicios secundarios

En este caso no se prevé servicios sustitutos, solo competidores directos.

* Capacidad

A ser más alto, sería por su valor agregado de mejoramiento e integración de todos los servicios, pero los mismos servicios que se brindan en otras organizaciones, serían de negociar con los compradores del servicio:

No aplicaría, ya que las empresas que se pueden tomar como competencia, no brindan todos los servicios; si nuestro costo de venta llegara a un precio inferior.

* Rivalidad entre competidores:

En este caso, sería a término medio, ya que hay una alta competitividad de una empresa ., la cual ofrece un portafolio integral, pero baja por el resto de organizaciones las cuales se direccionan hacia un solo servicio o no es tan completo su portafolio

Entorno de la empresa

Es una empresa individual que busca ayudar a las pymes con el tema de constitución que es muy complejo solo por no conocer la norma local.

Competidores: Son los abogados y personas asesoras de temas legales los que hacen que nuestra empresa tenga un competidor directo.

Estudio de mercado

Reducir costos para competir en precios, adicional contamos con tecnología actualizada como programas contables de software promoviendo la eficiencia empresarial y su crecimiento comercial.

Nicho de mercado

En este caso, nuestro nicho de mercado serían las personas naturales comerciantes, emprendedores, PYMES sin distinción social, Universitarios, quienes serían nuestros clientes y pueden adquirir nuestro servicio como creadores de empresas.

Estrategia de Mercado

Nos centraremos en las ferias que se realicen en la capital, ya que en estas se encuentran la mayoría de pequeñas empresas y microempresas. Nos daremos a conocer mediante estas ofreciendo un servicio de ayuda y por las redes sociales. Nos centraremos en estar creciendo con la APP, ya que por este medio se pueden llegar a manejar muchas cosas, ya como el completo registro y estudio para la constitución completa desde tu móvil.

Análisis de la demanda

Geográfica

Impactamos en la capital de Colombia por ser el mayor promotor de creación de empresas en Colombia, pero también identifica el más alto índice de irregularidades en mantenerse en orden ante los entes de control con un 68%.

Demográfica

Para la utilización de nuestra plataforma virtual tenemos unos requisitos los cuales deben cumpliesen para poder incoar el proceso de gestión integral con nuestro cliente y su PYME, como los que se presentaron con nacionalidad colombiana, una edad de 18 a 50 años.

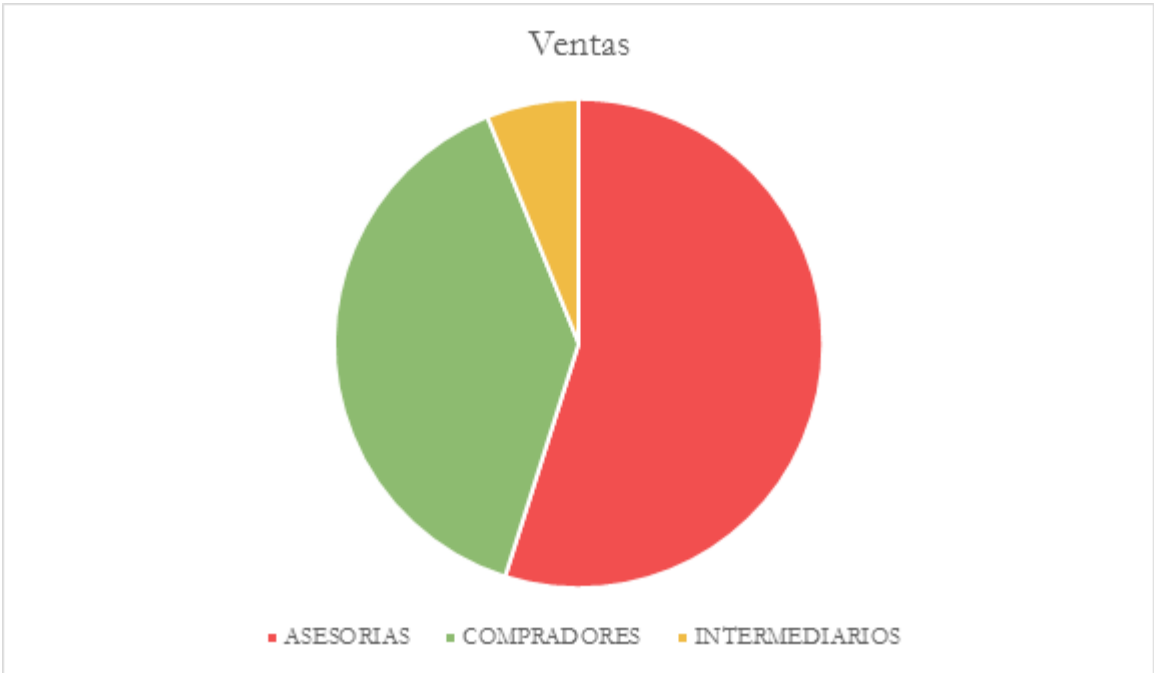
Psicográfica

Tomamos como principio el estilo de vida y las preferencias, actividades, y opiniones sobre creación de una PYME como crecimiento profesional. Esta segmentación se basa en las actividades a los que los clientes se inclinan comúnmente, también en los temas que son de interés para los clientes y en las opiniones de estos en de actividades a asuntos específicos.

Conductual

Identificar los segmentos en función del comportamiento que muestran los clientes a cada PYME constituida legalmente, satisfaciendo las necesidades de cada actividad económica adicional se adapta la plataforma para un uso fácil y llamativo como empresa eficaz y eficiente en resultados

Gráfico 2. Torta de Ventas



Buyer Persona

<p>Inserta una foto del cliente</p>	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>Por parte del cliente, cómo constituir una empresa y saber que se enfrentan a muchos problemas por no tener idea clara de los requisitos que tienen que presentar.</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña</p> <p>Servicio al cliente oportuno en cuanto aclaración de dudas e inquietudes sobre el servicio prestado con líneas de atención</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>se sitúa la favorabilidad en el factor de conocimiento lo que nos demuestra que los encuestados a partir de su propio conocimiento saben que requieren este tipo de servicios; y por último en expectativa se obtuvo un resultado de 90% de aceptación lo que nos indica que si hay interés y disposición en la adquisición del servicio</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Operaciones: Hacer recolección de información de resultados arrojados de los instrumentos de medición Utilizados para cada proceso. Hacer consultorías sobre la prestación de servicios, usando</p> <p>Es importante porque a razón de resultados sabemos cómo actuar ante la situación presentada, también generamos programas contables y software para</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>siendo pioneros y aplicando las estrategias de mercado planteadas, una de nuestras barreras es que la tecnología va en crecimiento cada vez mayor pero si contamos con la actualización diaria que nuestro programa necesita seremos competidores directos con los portales WEB que han tenido un gran avance que serían nuestros competidores en el mercado actual</p>

	tener resultados de estado actualizados y una base de datos Acorde a la gestión integral.	
Frases que mejor describen sus experiencias	<ul style="list-style-type: none"> ● brindar una ayuda para las MIPYMES en su constitución ● registro legal de su MIPYME de manera práctica y sencilla ● Tecnología a la mano y al alcance de su bolsillo ● Actualización continua 	
¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	<p>Tener conocimiento de documentos registrados sobre su MIPYME a aplicar los servicios prestados por nosotros como contratos, datos de contacto, áreas, gestión, características y bienes legales. Control de</p> <p>Calidad en cada MIPYME, gestión en los servicios que abarca el paquete integral, retroalimentación de documentos nuevos a la Web por mes.</p>	

Análisis de la oferta

Poseemos como ventajas el fácil uso de la APP y APLICACIÓN, también la facilidad en que lo puedes hacer y además de esto el tiempo en que se tarde el procedimiento, estarás al paso a paso y verificando tu proceso ante los entes de control.

Nos diferenciamos porque aparte de que puedes realizar tu proceso, aprenderás de gran manera de que se trata cada cosa.

Nuestros competidores directos son los portales WEB que han tenido un gran avance mediante la información que se brinda y su gran aumento en red a nivel nacional, haciendo que llegue a todas las partes del país.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
G - Suite	APP de servicios	Dispone de una prueba gratuita de dos semanas	No tiene un paquete integral de documentación	Play Stor

Análisis de la comercialización

Innovamos en nuestro producto por que no es un portal web, es una plataforma que se adquiere descargándola a tu dispositivo, estará actualizada y aparte de brindar ayuda brinda conocimiento y comodidad en tiempo. En el territorio Nacional solo están constituidas 3 aplicaciones y 9 SOFTWARE para grandes empresas indicando lo que se debe hacer para su debida constitución, y por último los portales WEB que la ayudan en todo pero no es del total segura y verídica la información.

Contamos con una plataforma rápida y efectiva en cuanto el cliente de interés acceda a esta pueda comunicarse con nosotros y obtener una respuesta inmediata y oportuna.

Ciclo de Vida del Producto

Puede llegar a tener éxito en el mercado y que la aceptación inicial es favorable, porcentaje del 100% de interés y gusto hacia el servicio, por otro lado en el factor utilidad evidenciamos

un 80% de aceptación del público y un 20% de rechazo aun así se obtiene un resultado favorable a la aplicación del servicio, nos demostró que el mercado tiene disposición de adquisición del servicio; con un 93% se sitúa la favorabilidad en el factor de conocimiento lo que nos demuestra que los encuestados a partir de su propio conocimiento saben que requieren este tipo de servicios; y por último en expectativa se obtuvo un resultado de 90% de aceptación lo que nos indica que si hay interés y disposición en la adquisición del servicio.

Además de ello vemos que la población muestra su interés en que los componentes de una compañía sean los siguientes:

- Servicio al cliente.
- Calidad.
- Rapidez del servicio.
- Optimización de recursos.

Se evidencia que la mayoría de la población ha utilizado servicios similares representados con un 40% de la población, lo que demuestra que de alguna forma la población si opta por la utilización de este tipo de servicios.

Por otro lado vemos representado que la población opta en un 40% a adquirir estos servicios por la integralidad y por la necesidad que suple, podemos ver el punto a favor de que realmente sea algo necesario; y a nuestro favor tenemos que una porción del 60% de la población no utiliza actualmente este servicio por consiguiente es una oportunidad para abarcar el mercado.

A razón de esto quiere decir que nuestra plataforma tendría con el tiempo más fuerza en el mercado, adicional que muchas personas por la falta de empleo buscan ser independientes de alguna manera nosotros con esta APP facilitamos y damos iniciativa a proyectos nuevos que apoyen la economía naranja de Colombia

Precios

La DIAN está dispuesta a darle un valor agregado por cada vez que se registre una persona por el valor de \$ 275 pesos al involucrarnos con el programa de emprendimiento social juvenil.

CORFERIAS facilitará con la CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, ayudando con los trámites, el valor que determine el ente de control más el 25% de valor agregado por el trámite, correspondiéndole a CORFERIAS el porcentaje del 10 %.

Modelo Running Lean

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja injusta
<ul style="list-style-type: none"> ● Personas naturales y jurídicas que aún no están en regla o aún no saben cómo constituir una empresa y se enfrentan a muchos problemas 	<ul style="list-style-type: none"> ● implementar esta APP para que sea más fácil con un inductivo del cómo están en regla y del cómo constituir la microempresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Estabilidad de la solución aportada por nosotros al cliente. ● Calidad del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ● Asesoría personalizada ● Venta del servicio únicamente por teléfono
	<p>Métricas Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Consultores funcionales con nuestro portal ● Empleados capacitados ● estar en constante actualización con los programas tecnológicos y aplicaciones 		

Estructura de costos <ul style="list-style-type: none"> ● Costo de ejecución tecnológica ● Salarios a empleados permanentes ● Mantenimiento de la plataforma 		Fuentes de ingresos <ul style="list-style-type: none"> ● Venta de nuevos requerimientos ● Comisión por cada visita a la 	

Investigación de mercado

Objetivo.

Conocer la viabilidad, gusto y aceptación del servicio prestado por la compañía SOFA PYME. En el mercado aplicando instrumentos de investigación.

En este caso, nuestro cliente serían las personas jurídicas, las MIPYMEs de naturalidad en microempresas y emprendedores quienes adquieren nuestro servicio.

Tipo de Investigación

Tabla 1. Referenciación.

DATOS GENERALES DE LOS MICROEMPRESARIOS			
1. NOMBRE	2. NOMBRE DE LA MIPYME	3.DIRECCIÓN	4.TELÉFONO
Gloria Chavarro	Supermercado	Kr 14 #136 i-60 sur	3112224082
Yamedis Triviño	Magic Dreams	Cll 137 Sur #3 a-44 sur	7583317
diana Jiménez	Sastrería Mary	Cll 138 a sur # 14I-28	3195228484
A Aldemar Ortiz	Diseño y Confección	Kr 14 i #136-21 sur	3166392806

Instrumento

Encuesta

Esta encuesta es realizada con el fin de obtener información para lanzar un nuevo servicio al mercado.

SOFA PYME. (SISTEMA ORGANIZACIONAL FINANCIERO Y ADMINISTRATIVO): Se basa en la generación de sistemas integrales de gestión en PYMES, ofreciendo un portafolio integral en la operación, mantenimiento, gestión documental y administración en el sector de emprendedores

1. ¿Es de su interés una empresa prestadora de servicios integrales para las MIPYMES?
 - a. Si
 - b. No
2. Cree que para la prestación de este servicio es más importante:
 - a. Servicio al cliente
 - b. Calidad
 - c. Rapidez del servicio
 - d. Optimización de recursos
 - E. Todas las anteriores
3. ¿Para usted es más importante el precio que la calidad?
 - a. Si
 - b. Tal vez
 - c. No
 - d. No se
4. ¿Ha utilizado este tipo de servicios?
 - a. Si
 - b. Tal vez
 - c. No

d. No sé

5. ¿Qué le atrae de este servicio?

a. Innovación

b. Que es necesario

c. Integralidad

d. Fácil de obtener

6. Actualmente, ¿utiliza este tipo de servicios?

a. Si

b. A veces

c. No

d. Nunca

7. En su opinión, ¿cuál de los servicios le parece más importante para los microempresarios?

a. servicios de administración

b. servicios de mantenimiento de la APP

c. Actualización tecnológica

d. Legalización

8. Para contratar un servicio, ¿en qué es lo primero que se fija?

a. Calidad

b. Garantía

c. Precio

d. Marca

9. ¿Le parece fundamental el servicio al cliente al adquirir este servicio?

a. Si

b. Tal vez

c. No

d. No se

10. ¿qué opina de integrar varios servicios en uno solo?

a. excelente

b. bueno

c. no tan bueno

d. muy malo

Aplicación de la encuesta

1. ¿Es de su interés una empresa prestadora de servicios integrales?

a. Sí

b. No

2. Cree que para la prestación de este servicio es más importante:

a. Servicio al cliente

b. Calidad

c. Rapidez del servicio

d. Optimización de recursos

e. Todos los anteriores

3. ¿Para usted es más importante el precio que la calidad?

a. Sí

b. Tal vez

c. No

d. No sé

4. ¿Ha utilizado este tipo de servicios?

a. Sí

b. Tal vez

c. No

d. No sé

5. ¿Qué le atrae de este servicio?

a. Innovación

b. Que es necesario

c. Integralidad

d. Fácil de obtener

6. Actualmente, ¿utiliza este tipo de servicios?

a. Sí

b. A veces

c. No

d. Nunca

7. En su opinión, ¿cuál de los servicios le parece más importante para las propiedades horizontales?

a. servicios de administración

b. servicios generales y de mantenimiento

c. servicios de seguridad

d. servicios de gestión ambiental

8. ¿Qué tan importante le parece el medio ambiente?

a. muy importante

b. importante

c. poco importante

d. nada importante

9. Para contratar un servicio, ¿es qué es lo primero que se fija?

a. Calidad

b. Garantía

c. Precio

d. Marca

Tabulación

Gráfico 3. Aceptación

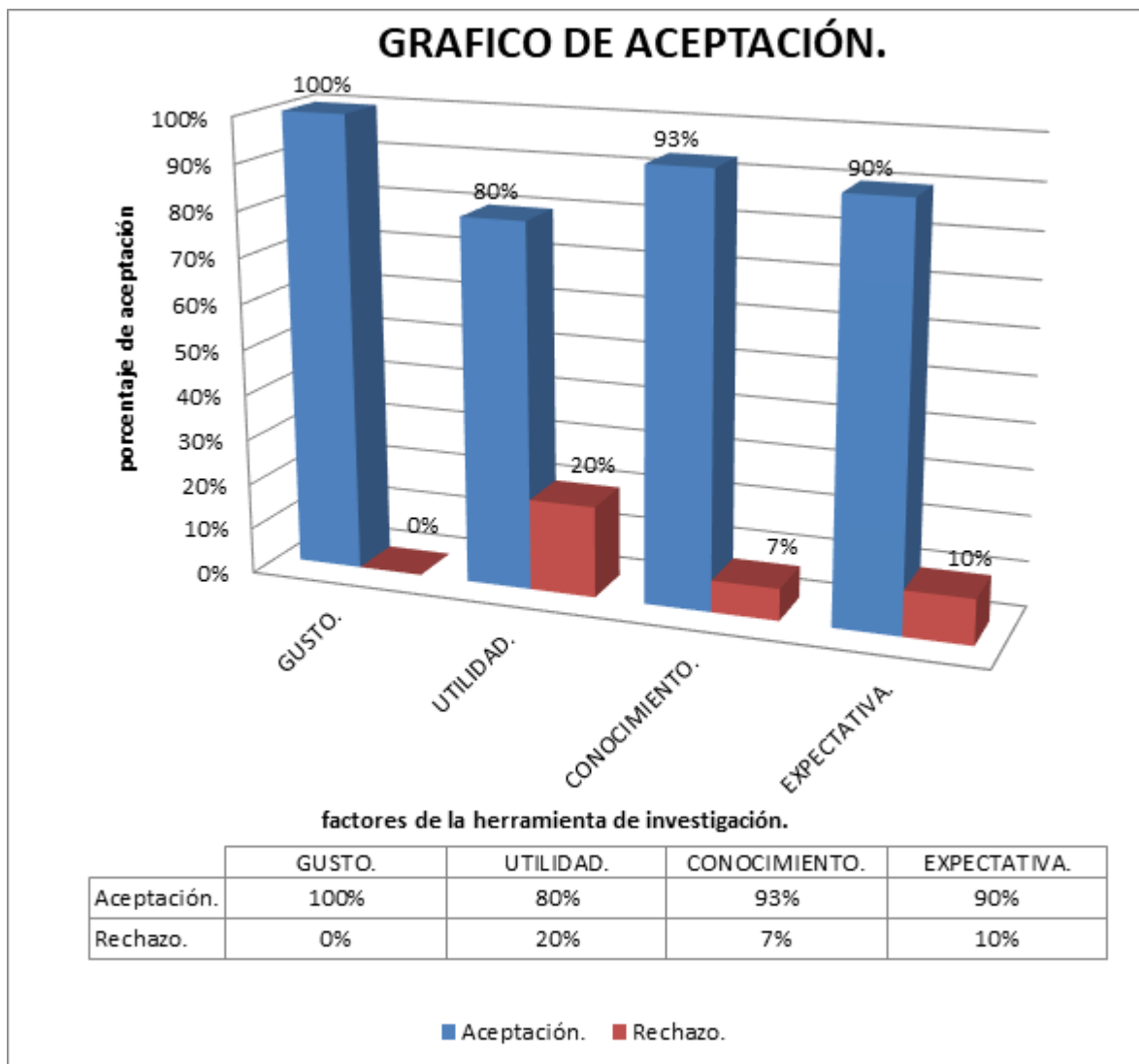


Tabla 2. Tabla de aceptación.

<i>Factores de la herramienta de investigación.</i>	<i>Aceptación.</i>	<i>Rechazo.</i>
---	--------------------	-----------------

<i>GUSTO.</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>
<i>UTILIDAD.</i>	<i>80%</i>	<i>20%</i>
<i>CONOCIMIENTO.</i>	<i>93%</i>	<i>7%</i>
<i>EXPECTATIVA.</i>	<i>90%</i>	<i>10%</i>

Resultados.

Observamos en la aplicación de la herramienta que el mercado está dispuesto y abierto a la creación de este tipo de compañías con el fin de suplir necesidades, así denominado por ellos mismos, ya que se convierte en una plena necesidad la adquisición de este tipo de servicios en las MIPYMES.

Conclusión

En la disposición de estrategias de marketing incluimos inminentemente la promoción de nuestra marca, ya que es uno de los más primordiales puntos a tratar en el surgimiento de la compañía en el mercado, por ello se opta por idear acciones publicitarias que hagan conocer la empresa en el mercado; y dicho de esta forma no hay mejor opción que hacer recordar nuestra imagen corporativa en el mercado, hasta el punto que se haga tan común que se pueda distinguir a la vista, por ello se pueden aplicar las distintas estrategias de marketing publicitario como, la creación de páginas web aplicaciones móviles y hasta el punto de imprimir nuestro logo en distintos elementos publicitarios como volantes, tarjetas, camisetas,

bolsas de obsequios. Todo esto con el fin primordial de que el cliente recuerde siempre la imagen corporativa.

Nuestros colaboradores son primordial elemento en el proceso de reconocimiento del mercado por ello la presentación ante cliente entra por nuestros empleados, ellos son quienes por medio de dotaciones y demás elementos que la compañía otorgue haga ver al mercado nuestra marca empresarial, de modo que la inversión que se haga en este tipo de estrategias sea retribuida con atracción al cliente.

Conclusiones y recomendaciones

Este trabajo realizado me lleva a ampliar las expectativas por el servicio que la empresa tiene por ofrecer, de acuerdo a los estudios de mercado realizados tiene gran oferta hacia el mercado de hoy en día. Adicional a esto su estructura llega a ser la mejor para aquellos microempresarios, MIPYMES que tiene la idea de negocio pero no cuenta totalmente con su actividad legal para poder tener y son seguir un crecimiento continuo.

Con la aplicación lo que se busca es dar respuesta a este problema ya planteado y estudiado por diferentes métodos de visiones hacia cada persona natural que cuenta con un negocio no sustituido y legalizado como debería de ser.

Bibliografía y anexo

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=NHhmveYToYIC&oi=fnd&pg=PA13&dq=estudio+de+marketing&ots=IzTpz7nB5a&sig=wDfxny-p8cVsi3rLYZGTELEvQBg#v=onepage&q=estudio%20de%20marketing&f=false>

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/81536>

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=YNbwBLHyy0sC&oi=fnd&pg=PA13&dq=nuevas+tecnologias+y+crecimiento+&ots=UL0kV-I-e-&sig=Q1LjHwq14SQ2dHNbACQzjqTgs8g#v=onepage&q=nuevas%20tecnologias%20y%20crecimiento&f=false>

Riquelme Leiva, Matías (2015). Las 5 Fuerzas de Porter – Clave para el Éxito de la Empresa. Santiago, Chile. Recuperado de: <http://www.5fuerzasdeporter.com/>