

Señor(a) emprendedor (a), plan de negocio No. 46608, (techco), de conformidad con lo dispuesto en los términos de referencia de la convocatoria a la que usted aplica, le informo que a partir de la fecha, 02 de julio de 2012, usted cuenta con cinco (5) días calendario para responder estas tareas, es decir hasta el próximo 6 de julio de 2012. Vencido este plazo se procederá a terminar la evaluación de su plan de negocio con la información suministrada. En el caso que el emprendedor no responda dentro del plazo de cinco (5) días calendario, el evaluador considerará que el interesado ha desistido de su iniciativa y consignará esta situación dentro de las conclusiones de su evaluación. Se recuerda al emprendedor y sus asesores que por ningún motivo el evaluador aceptará información nueva o complementaria de la que el emprendedor suministro dentro del plazo de la convocatoria, solo se aceptarán las respuestas a estas tareas. Igualmente se recuerda al emprendedor que por ningún motivo se aceptará información o respuestas por medios diferentes a los mecanismos dispuestos en el sistema de información, razón por la que cualquier intento de comunicación con el evaluador por otro medio, teléfono, visita o correo electrónico privado, será considerado como no recibido. Las siguientes tareas o preguntas se formulan como producto de la lectura del plan de negocio y del entendimiento que el evaluador tiene de esa información, razón por la que se solicita responder cada una en forma concreta, evitando repetir lo que ya está consignado en el plan de negocio, pues justamente se formulan estas tareas para aclarar la información.

- 1) El evaluador solicita que justifique de forma detallada cómo podrá acceder a que empresas que nunca han pautado quieran utilizar su servicio?. Tales como empresas de servicio público, transporte y financiero (aunque este último si tiene publicidad en varios medios. Qué las motivará, cómo podrán ustedes acceder a esto? y cómo garantizan que se logren estos contactos en un tiempo mínimo? teniendo en cuenta que muchas de las empresas ya deben tener diseñado en sus presupuestos una suma específica para inversión en publicidad y esto puede afectar que deseen acceder a sus servicios.

R/

a) Para las empresas que nunca han pautado, se realizara una campaña promocional de 15 dias gratis con la pauta, para que puedan ver los beneficios que trae consigo el servicio versado, esto se apoya con la temas como “si no das a conocer tus productos no existen”. Por otra parte se les obsequira un primer diseño para la pauta reduciendo asi los costos de inversion por publicidad.

b) Las empresas de servicios publicos realizan campañas publicitarias dirigidos a estratos 1,2,3 y 4, buscando estimular el pago de los mismos, como tambien campañas educativas para reducir los indices de fraudes. Por lo anterior este canal de comunicación es un herramienta importante para este tipo de

empresas. Los beneficios se deben dar a conocer por los ejecutivos de cuenta que esten ofertando el servicio a la compañía meta. Las empresas de Transporte de mercancías y trasteos, tienen como target meta a los estratos antes mencionados, pues son quienes utilizan mas los servicios de internet en cibercafes, ya que en un alto porcentaje del mercado hace parte de estos estratos. También se pueden realizar campañas de seguridad y prevención por parte de las entidades gubernamentales, como el tránsito y la policía nacional. De igual forma las entidades financieras están intentando descremar el mercado de estratos bajos, con ayuda del estado, buscando la creación de empresas o legalización de negocios.

- 2) Por cual motivo las empresas fueron escogidas al azar para realizar la encuesta? Esto no es un factor determinante en una encuesta? Minimizar los aleatorios para poder determinar el mercado? Por favor justificar

R/ El estudio de mercado, se realizó con empresas de mercado meta, de esta forma se tomaron las muestras de forma aleatoria para tener una media más precisa. Se tomó la muestra de forma aleatoria dentro del universo meta para aprovechar la ventaja de este tipo de muestreo el cual es mostrar las características del universo.

Con el muestreo aleatorio es necesario tener un listado del universo.

- 3) Cómo garantizan el incremento de cibercafés en la ciudad siendo que la tendencia según los últimos estudios es que cada hogar cuente con su propio computador y acceso a internet? Esto hace parte de los proyectos país y por ende no concuerda con su afirmación de la proliferación e incremento a largo plazo sino que reduce su campo de acción. Por favor justifique.

R/ Si bien es cierto, conectar todos los hogares es un proyecto país, esto no hace menos real que los estratos 1, 2, 3 y 4 están lejos de conservar conectividad móvil, pues las personas con PC, crean la necesidad de ingresar a internet en muchos momentos en los que no se está en casa. Esto aumenta el campo de acción del proyecto cuando se inicie la expansión geográfica del servicio.

- 4) Por cual motivo no se encuentra información de cómo mitigar las debilidades y amenazas? Cómo tienen pensado subsanar amenazas tales como el fácil ingreso de competencia en el mercado?

R/ Para las amenazas se tiene un plan de riesgo, en el cual se contrarrestan las amenazas y debilidades así:

AMENAZAS Y DEBILIDADES	ACCION
<p>Formato de Facil Imitacion</p> <p>Ingreso de Competidores</p>	<p>El software desarrollado sera patentado por lineas de codigo y los cybercafes deben firmar un contrato de confiabilidad y permanencia, Por otra parte se estimularan a los proveedores con premios, merchandising por parte de los clientes y capacitaciones.</p> <p>Los precios de venta son relativamente bajos, pretendiendo conservar el mercado y los clientes.</p>
<p>La poca duraci3n de los cybercafes en el mercado</p>	<p>Esta se pretende subsanar con la realizacion de actividades que le generen a los cybercafes mayores ingresos. Y con la constante busqueda de nuevos, mediante campa1as para que los mismos se registren online y descarguen el ejecutable del aplicativo desde la web de este proyecto.</p>
<p>Poca confianza por ser nuevos</p> <p>Desconocimiento del impacto</p>	<p>Esta se contrarresta con las estrategias comerciales y a su vez con campa1as de correo directo e emarketing, con la creacion de un canal en youtube.com donde demos a conocer las evidencias y resultados de la efectividad. Para iniciar con los clientes nuevos se tiene previsto 15 dias de pauta gratuita.</p>

Grandes empresas ofertando servicios sustitutos y directos	Para esta debilidad, se desarrolla una estrategia comercial donde estas grandes empresas se conviertan en nuestros clientes, pasando a utilizar nuestro aplicativo como canal de comunicación.
--	--

- 5) Por cual motivo si su proyecto tiene como metas las pequeñas y medianas empresas del departamento habla de un mercado objetivo de empresas de servicio público, financieras, construcción, que son uno de los mayores gremios país?

R/ Es una muestra de que no solo las pequeñas y medianas empresas tienen la necesidad que cyberpromo pretende satisfacer y este tipo de empresas grandes pueden llegar a ser cuentas realmente atractivas para el proyecto, como es en el caso de las constructoras que realizan proyectos de interés social y las entidades financieras que los respaldan

- 6) Cómo garantizan que su servicio sea un apoyo para la empresa y genere un concepto positivo y no pase al otro nivel donde la gente se sienta invadida por su servicio y genere un descontento en el cliente al sentirse atacado por publicidad no deseada en sus horas de ocio?

R/ Por que el aplicativo es totalmente interactivo y además está como fondo de escritorio, el cual trata de llamar la atención del usuario, pero no molesta al momento de navegar, al contrario tiene las ventajas de accesos rápidos a un clic, como por ejemplo la barra de búsqueda de google sin tener que abrir un navegador, links de interés a un lado para acceder rápidamente a los sitios como redes sociales, noticias, videos entre otros. Y se convierte en un aplicativo de apoyo para la empresa por que los diseños publicitarios no son solo imágenes, pues las pautas son tipo publireportaje, donde la empresa envíe mensajes claros y concisos al usuario y además tiene enlaces que lleven al web site de la compañía pautante. Para el proceso de las encuestas y datos, los clientes deben otorgar procciones e incentivos a cambio de obtener datos. Ejemplo: Un instituto promociona una beca del 50% para estudiar algunas carreras y para acceder a esto se hace necesario que diligencie el formulario de la derecha. O como se puede ver en el boceto el cual está colgado en <http://ciberpromo.businesscatalyst.com/moto.html>

- 7) Cómo garantizan ustedes que su forma de comunicación será efectiva, que recepcionarán sus llamadas y que estas serán escuchadas en las empresas? Como garantizan que sus correos no se conviertan en SPAM

y sean ignorados por su mercado objetivo? Cómo pueden ustedes garantizar que un gerente les entregue su información básica para que ustedes lo contacten sin tener antes un conocimiento de ustedes?

R/ a) Se da a conocer con campañas publicitarias y socioculturales

b) Alianza Cámara de comercio (Solución que facilita la comunicación en el nicho adecuado de consumo)

8) La información que ustedes manejarán es de estricta confidencialidad. Cómo tienen ustedes organizado este aspecto tan delicado para que den confianza al cliente que los contrata, estén tranquilos ustedes con que no serán demandados o dañados con el hurto o mal uso de los datos obtenidos? Cómo transmitirán ustedes esta seguridad a sus clientes?

R/ La información recibida llega directamente al servidor de TECHCO y nunca esta en los computadores de los cybercafés, por otra parte, la empresa contratante solo coloca el mensaje en imagen, video o animación multimedia con enlace a su web site, la compañía cliente no coloca información confidencial que los afecte en caso de pérdida (por fenómenos naturales), Para evitar daños por fenómenos naturales se realiza un backup constante al servidor y se tendrá en la nube.

Al recibir los datos directamente en nuestro servidor, solo serán gestionados por la persona de sistemas con un super usuario y el cliente además tendrá un usuario donde puede ver los reportes de cuantos clics ha tenido su pauta y cuantos datos le han llegado, cuando sea el caso de comprar este servicio.

9) Tienen preparados todos los procesos legales para poder manejar estos delicados temas?

R/ Los procesos legales se establecen bajo contrato entre TECHCO - proveedores y TECHCO – Clientes, donde se salva la responsabilidad penal

10) Por cual motivo ustedes hablan de dar un lapso máximo de 45 días para el pago y en su política de cartera hablan de 15 días? Por qué existe esta diferencia de 30 días en los datos que ustedes proporcionan? De igual manera se solicita expliquen el motivo por el cual esta cifra no está manifestada en su modelo financiero?

R/ En las políticas de cartera se estipula un lapso de 15 días, estos inician a correr después de acabar los 30 días de pauta, ahora bien los 45 días es el mismo tiempo ya que se debe anticipar el 50% al contrato y el saldo debe ser pagado al finalizar el tiempo de pauta o con un máximo de 15 días, lo que equivale a 45 días

11) Por favor identificar cuál es el producto

- R/ Producto A) Cyberpromo ¼ de pagina
- Producto B) Cyberpromo ½ pagina
- Producto C) Cyberpromo pagina Completa
- Producto D) Encuestas
- Producto E) Bases de datos (Prospectos)

12) Cómo determinaron las cantidades de cada uno de los productos?

R/ Estas se basan en los resultados del estudio de campo y teniendo en cuenta los meses de implementacion, iniciando en el mes de Octubre, TECHCO estaria lista para su ejecucion en el mes de enero y se atacaria inicialmente a las instituciones educativas de nivel tecnico y tecnologo, las cuales en esa fecha estan con inscripciones y matriculas abiertas, por otra parte teniendo en cuenta que cartagena es una ciudad turistica, se atacaria tambien los restaurantes y sitios de ocio, para que pauten en cyberpromo, haciendo un calculo, de que solo nos compren en promedio el 3% del mercado actual estariamos cumpliendo con esas metas y se pretende crecer a un ritmo del 5%, resultados que se deben alcanzar con la gestion comercial.

13)Cómo se construyeron los costos para cada producto? Por favor justificar detalladamente

R/

14) Por cual motivo ustedes venderán un producto a pérdida? El producto D tiene un precio de venta de 50mil pesos y un costo de materia prima de 60mil pesos

R/ Esto se refleja gracias a la forma de calcular los costos de cada producto, se realizo esta operación para calcular de manera equitativa el costo de cada uno.

15) Por cual motivo el costo de mano de obra solo está incluido para el producto A y los otros productos no tienen un costo de mano de obra.

R/ Para la realizacion de todos los productos es necesario una persona de sistemas y se le cargo al producto A, por el formato y no se puede dividir un empleo entre 5 productos por normatividad de nuestro pais.

16)Por favor justificar y detallar los cotos de ventas del primer año y justificar el incremento a los años siguientes.

R/ El primer los costos de ventas son:

Salario Vendedores \$ 18,571.680, lo que equivale a el salario de 2 ejecutivos de cuenta uno por 11 meses el cual entraria a recorrer los cybercafer durante un mes para conocer e instalar el software, en el segundo mes iniciaria labor comercial y en el tercer mes iniciaria otro ejecutivo de cuentas el cual durara en contratacion solo 9 meses el primer año, para reforzar la labor comercial en cuanto a ventas.

El incremento anual de nomina de ventas se tasa en un 4% que es lo pronosticado para la inflacion en el pais.

Comisiones: Para los ejecutivos de cuenta se establece una tabla de comisiones la cual empezara a regir el año siguiente de iniciar labores, esta tabla viene con el 7% de insentivo sobre las ventas. Lo que el segundo año equivale a \$13,575.236.00 y desde ese año en adelante el incremento en la tabla es 0 ya que seguira vigente el 7% y los aumentos son directamente proporcionales a la proyeccion de ingresos.

Para Publicidad y Promocion se necesitan inicialmente \$15,000.000 para el primer año, el cual se utilizara en activaciones de marca BTL, con mensajes educativos en los barrios y a demas con publicidad de correo directo a las empresas del mercado meta, el incremento de esta se basa en la los puntos que se pronocstica la inflacion.

Papeleria: Se estima que los costos de papeleria empresarial para la administracion comercial y ventas el primer año este al rededor del \$1,800.000 con un incremento anual basado en la tasa de inflacion proyectada.

Rodamiento: Los comerciales de esta empresa necesesitan movilizarse en diferentes sectores de la ciudad a diario tanto para conseguir, conservar y estimular a los clientes de la compañía y por otra parte se hace necesario visetar a los cybercafes un par de vesces al mes. Para esto se proyecta un costo de \$6,600.000 los cuales se consumiran a \$200.000 mensuales por comercial y transporte de gerencia para la labor comercial. Para el año 2 se pretende realizar una investigacion en 2 ciudades mas de la costa para evaluar la expansion a nivel regional y nacional, este transporte sera utilizado por Gerencia y un ejecutivo de cuenta.

Los anteriores son los costos totales de ventas para el primer año, lo cual resulta en \$41,971.680.00

17)Cómo han organizado ustedes los gastos administrativos del año 1 y bajo qué criterio hicieron los incrementos año tras año?

R/ Estos gastos administrativos se tasaron basados en cotizaciones, sin embargo ahora nos damos cuenta que hubo un error de formula para con la proyeccion del arriendo de la oficina lo cual quedaria en realidad como \$900.000 multiplicado por 12 meses y no por 6 meses como se describe en el archivo excel.

El monto necesario en los gastos administrativos equivale a \$10,182.902.00

18) En qué período iniciará a contratar el personal? Cuántas personas serán contratadas de manera directa y en qué momento del año estará trabajando el total de estas personas?

R/ La contratación se iniciará en el segundo mes con un ejecutivo de cuentas y en tercer mes se contratará a un diseñador, un publicista y otro ejecutivo de cuentas para completar los 5 empleos directos que genera este proyecto. Incluyendo la gerencia que inicia con la constitución de la compañía

19) Cuándo se tendrá un incremento en su proceso y cuántas personas deberá contratar para esto?

R/ Como se describe anteriormente, se estima tener un incremento en el tercer mes para posicionar la empresa y se necesitará de las 5 personas para iniciar con pie firme.

20) Por cual motivo las ventas difieren en su modelo financiero comparado con la información suministrada en la pestaña de finanzas ingresos?

R/ Esto fue el resultado de inconvenientes con la plataforma y a su vez pérdida de tiempo en las revisiones de lo ingresado

21) Lo mismo sucede con sus gastos administrativos y de personal. Las cifras no concuerdan.

Por favor justificar y aclarar detalladamente esta información.

R/ La razón fue la misma que se explicó anteriormente

22) Por cual motivo usted solicita 6 millones para 3 meses de gastos de venta siendo que el primer año Ud. requiere de 42 millones de pesos lo que equivale a que mensualmente necesite 3.5 millones de pesos y en consecuencia en 3 meses necesitaría 10.25 millones de pesos? Esto contando que el primer año se cuente como 12 meses, de lo contrario equivaldría a una suma superior.

R/ Los gastos de venta son presentados con un error de fórmula en realidad lo que se necesita para los primeros 3 meses es: \$ 12,591.504

23) El evaluador solicita expliquen cómo procederán ustedes a realizar las ventas. Deberán ustedes visitar a los clientes? Estos llegarán? Detallen por favor el proceso de venta de sus servicios.

R/ El proceso de ventas inicia con gestión de telemarketing a las empresas, para concretar citas y se procede con la agenda de programación de las visitas asignadas al ejecutivo de venta, este procede a cumplir con la reunión donde ofrece los servicios de la compañía explicando detalladamente el funcionamiento de las campañas y cuáles son los beneficios de hacerlas con Cyberpromo, luego se da el cierre de venta y con la recepción de la orden de servicio se procede al acompañamiento de creación de estrategias para las empresas que lo requieran en caso contrario se ejecuta la campaña con un acompañamiento vía telefónico y web para que los clientes sientan la mejor atención y calidad en el servicio por parte de TECHCO.

24) El evaluador solicita expliquen cómo garantizarán el uso del café internet? Cómo será este proceso? Ustedes como garantizan que el café internet muestre la publicidad? Como se genera la encuesta, como la entregan a proveedor, cómo tienen pensado manejar la logística de seguridad? Como garantizan que la información no sea hurtada de los computadores cuando se genere información delicada.

R/ a) Gracias a resultados de estudios realizados por el DANE se tienen cifras de cuántas personas acceden a estos servicios de forma continua, y con segmentación de usuarios. Por otra parte es un hecho notorio la existencia de cibercafés en las ciudades y mucho más en los estratos a que se le está apuntando.

b) Los usuarios llegan al cibercafé solicitan el alquiler del equipo y al momento de sentarse en la cabina observa automáticamente el escritorio del equipo, que es donde estará la publicidad de las empresas pautantes, es allí donde interactúan con la marca justo antes de iniciar sus actividades de ocio. Lo que se busca con la creación de las campañas es llamar la atención de los usuarios con estimulaciones como, concursos que den premios, descuentos, juegos, redes sociales entre otros.

c) El fondo de escritorio de los equipos, no se minimiza, no se cierra y el aplicativo tendrá una característica específica, se instala en los equipos usuarios y no se puede cambiar de fondo de escritorio a menos que el administrador del ciber ingrese una clave para ello. Por otra parte todas las pautas vienen con un código de google analytics, lo que permite saber cuántos clics se le da a un banner o contenedor.

d) Tanto la encuesta como las imágenes publicitarias son posteadas desde la oficina y automáticamente cambian en cada equipo que tenga instalado el aplicativo Cyberpromo. Para temas de seguridad en la información, esta no puede ser hurtada de los equipos, pues nunca quedan en ellos, esta información llega directamente a nuestro servidor.

Para mas informacion ver el siguiente video: [clic aqui](#)

25) Por cual motivo deben tener 2 ipad y no se buscan tabletas con tecnología android mayor compatibles con las aplicaciones del mercado y con un costo mucho menor?

R/ Inicialmente se penso en Ipad ya que utiliza el mismo sistema que un IMAC en el cual el diseñador trabajara con aplicaciones de diseño que solo sirven en OS X y los ejecutivos de cuenta estaran capacitados para hacer ediciones de piezas delante del cliente, por esta razon se penso en este tipo de tablets, ahora bien las Android son mas economicas y con mayor numero de aplicaciones pero carecen de potencia para manejar temas de diseño.

26) Qué beneficios tienen los 3 computadores que se desean comprar y cuáles son los usos que se le darán a cada uno de estos?

R/ El IMAC es sumamente necesario para las actividades de diseño ya que windows presentan bloqueos cuando se trabaja con programas de este tipo, el pc de los comerciales estara en la oficina y es donde se realizara toda la documentacion y se tendra como respaldo para cuando se trabaje desde la oficina. La laptop del Gerente esta solicitada para que este trabaje desde la oficina o cuando tenga reuniones de gerencia-gerencia pueda editar piezas publicitarias y realizar presentaciones.

Todos estos equipos incluyendo las tabletas estaran sincronizadas con tecnologia google drive para compartir archivos entre el equipo de trabajo.

27) Por cual motivo no se muestran los procesos de sus servicios de cómo se aplica cada uno de estos con tiempos y costos? Por qué esta información no está disponible para su análisis?