



**“ITLA-LABS
Empresa de Servicios de Soporte Computacional para Microempresas”
Parte I**

Plan de Negocios para optar al grado de MBA

**Alumno: Sebastián Guzmán Flores
Profesor Guía: Max Errazuriz**

Santiago de Chile
2019

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	2
RESUMEN EJECUTIVO	4
1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	6
2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES.....	9
2.1 Industria:	9
2.2 Competidores.....	12
2.3 Clientes: Microempresas	17
3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR.....	22
3.1 Modelo de negocios	22
3.2 Descripción de la empresa	23
3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento. Visión Global.	24
3.4 RSE y sustentabilidad.....	25
4. PLAN DE MARKETING.....	26
4.1 Objetivos de marketing	26
4.2 Estrategia de segmentación.....	27
4.3 Estrategia de producto/servicio	27
4.4 Estrategia de Precio	29
4.5 Estrategia de Distribución	31
4.6 Estrategia de Comunicación y ventas.....	31
4.7 Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual.....	33
4.8 Presupuesto de Marketing y cronograma	35
5. PLAN DE OPERACIONES	37
6. EQUIPO DEL PROYECTO	38
7. PLAN FINANCIERO.....	39
8. RIESGOS CRÍTICOS	40
9. PROPUESTA INVERSIONISTA.....	41
10. CONCLUSIONES	42
11. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	44
12. ANEXOS.....	45

12.1 ANEXO A – Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas – Ministerio Economía, Fomento y Turismo – octubre 2015 (extracto)	45
12.2 ANEXO H – Encuesta (www.encuestafacil.com)	51

RESUMEN EJECUTIVO

ITLA Labs será la empresa de servicios TI con servicios para “Grandes empresas” pero 100% enfocada en las microempresas de la Region metropolitana, específicamente de las Comunas de Santiago, Providencia, Las Condes y Vitacura.

Contaremos con distintos servicios que se acomodan a la “curva” de crecimiento de las microempresas, **Plan semilla, Plan start up y plan unicornio** donde los servicios y alcance variaran por el tamaño de la empresa, adicional tendremos planes anuales de visitas de emergencia que son las más demandadas en este tipo de empresas.

En Chile existen más de 1M de empresas siendo las microempresas casi el 90% de estas al año 2017 (último dato SII), Al segmentar por tamaño de empresas logramos identificar que existe alrededor de 304.142 microempresas en Santiago que poseen un total de 215.029 computadores (cruce de data con fuentes secundarias) que podrían requerir Servicios de Soporte, acotando este mercado total a un objetivo de 117.201 microempresas con 82.861 dispositivos en las comunas de Santiago, Las Condes, Vitacura y Providencia que significa un atractivo mercado potencial de aproximadamente CLP \$ 16.857MM

El objetivo de ITLA Labs es posicionarse como el referente en el segmento de microempresas de las comunas mencionadas, sacando ventajas competitivas de sus principales competidores (actores informales incluidos)

La evaluación financiera de este Plan de Negocios estima que con una inversión inicial de CLP \$95MM es posible establecer una empresa económicamente viable, obteniendo en un ejercicio de valorización a 10 años un Valor Actual Neto de CLP \$174MM y una Tasa Interna de Retorno de 22%, que con un crecimiento estimado a largo plazo de 2,36%, puede llegar a tener ventas de CLP \$303MM al año 10 con utilidades de CLP \$57MM. Para efectos de un inversionista interesado en participar de este Plan de

Negocios, una inversión de CLP \$51,3MM le significará un VAN de CLP \$73,42MM y una TIR de 20% en un período de 10 años con una implementación a cargo del emprendedor.

Números del Proyecto

Inversion inicial	95 MM
VAN (CLP \$)	174MM
Tasa de descuento	13,5%
Crecimiento LP	2,36%
TIR	22%
Payback	7 Año

Indicadores de mercado	
Tamaño del mercado al 10 año	27.976 MM
Crecimiento promedio anual	5%
Participacion de Mercado año 10	1,08%
Indicadores de Ventas	
Ventas año 10 (Q)	900 equipos
Ventas año 10 (CLP\$)	303 MM
Pt equilibrio	202 Equipos
Indicadores Financieros	
Utilidad del ejercicio año 10	57MM
Margen s/ingresos	28% MM
Activos total año 10	331Mm

1. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

La oportunidad de negocio que nosotros vemos de brindar servicios de soporte tecnológico y mantención a las Microempresas pertenecientes a las comunas de Santiago, Las Condes, Vitacura y Providencia que requieren continuidad operativa de sus equipos.

- 1) **Tamaño de mercado:** para el año 2018 hay 117 mil microempresas con 82 mil dispositivos que requieren mantención y valorizado en \$ 16,9 MM CLP (servicios de mantención)
- 2) **Crecimiento del mercado:** el 2017 hubo un 13% de crecimiento año vs año del número de microempresas en las comunas target, para el año 2018 hemos calculado un 5% total mercado y un 6% en el segmento de microempresas de las comunas target.

Tamaño de mercado y crecimientos

En Chile al año 2017 existen más de 1,1 millón de empresas según el SII, de las cuales aproximadamente 930,000 corresponden a pequeñas empresas teniendo un crecimiento aprox al 13% con respecto al año anterior. De estas empresas en Santiago existen aproximadamente 507,000 de las cuales un 70% corresponden a microempresas.

Mercado Objetivo: nosotros nos enfocaremos en las comunas de Santiago, Providencia, Las Condes y Vitacura por la cantidad de microempresas que existen, un 39% de las microempresas de Santiago (total de 117,201 al año 2018)

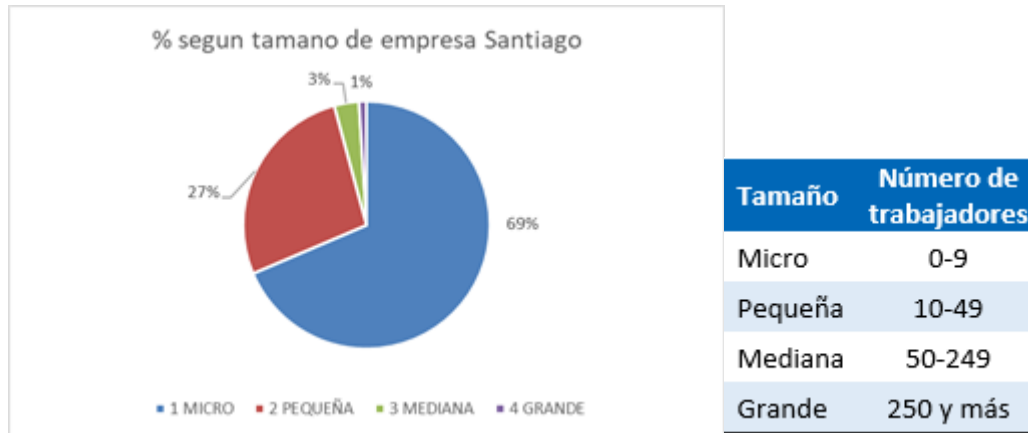


Figura 1: Tamaño de empresas en Santiago. (Fuente: SII)

El mercado de microempresa de las comunas a las cuales estamos apuntando ha tenido los siguientes comportamientos los últimos años:

Comunas: Las Condes, Vitacura, Providencia y Santiago

Segmento de micro empresas	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1 MICRO	88,862	93,686	97,895	110,735	117,201	124,126
2 PEQUEÑA	67,722	70,778	69,383	77,815	81,277	84,885
3 MEDIANA	15,578	10,827	11,200	8,333	7,768	7,549
4 GRANDE	591	658	685	716	754	787
total	172,753	175,949	179,163	197,599	207,001	217,346
YoY	5%	2%	2%	10%	5%	5%

Crecimiento YoY	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1 MICRO	5%	5%	4%	13%	6%	6%
2 PEQUEÑA	5%	5%	-2%	12%	4%	4%
3 MEDIANA	3%	-30%	3%	-26%	-7%	-3%
4 GRANDE	-9%	11%	4%	5%	5%	4%

Tabla 1: Cantidad de empresas comunas Las Condes, Vitacura, Providencia y Santiago. (Fuente: SII)

Para calcular y cuantificar la oportunidad de mercado al año 2018 consideramos los siguientes datos relevantes

- Número y tipo de empresas en Chile: Registros SII 2017 y segmentación de categoría por número de trabajadores.
- Encuesta longitudinal sobre la adopción de Tecnologías de información y comunicación para estimar el número de dispositivos en las empresas por categoría (*Ministerio de economía año 2015)
- Gasto promedio por dispositivo en servicios de mantención TI anual de \$203.440 clp (calculado estimado en base a los precios de los competidores relevantes e información pública)

# de computadores por empresa	micro	Pequeña	Mediana	Grande
1	42%	22%	4%	1%
2	6%	20%	4%	2%
3	3%	10%	4%	2%
4<	2%	40%	73%	94%

Tabla 2: Numero de dispositivos por tamaño de empresa. (Fuente: Tercera encuesta longitudinal de empresas del Ministerio de Economías Octubre 2015)

Este dato lo cruzamos con la información de microempresas en las comunas y nos da el siguiente cuadro con un estimado de dispositivos por segmento de empresas para el año 2018

	Total de dispositivos en Santiago	Total de dispositivos en Mercado Potencial	Mercado Potencial en CLP
1 MICRO	215.029	82.861	\$ 16.945.074.500
2 PEQUEÑA	295.974	204.168	\$ 41.752.356.000
3 MEDIANA	41.260	24.610	\$ 5.032.745.000
4 GRANDE	4.447	2.919	\$ 596.935.500

Tabla 3: Total Dispositivos en Mercado Potencial (Fuente:SII/Tercera encuesta longitudinal de empresas del Ministerio de Economías Octubre 2015)

Ahora proyectamos nuestro mercado relevante para el año 2019 y los próximos 10 años asumiendo una tasa constante de crecimiento basándonos en los últimos años.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Numero de Micro empresas en RM (Unidades)	124,126	131,752	138,316	145,009	151,767	158,466	165,310	172,306	179,475	186,867	194,502
Crecimiento YoY (%)		6%	5%	5%	5%	4%	4%	4%	4%	4%	4%
Numero de computadores en el mercado objetivo (Unidades)	87,757	93,149	97,789	102,521	107,300	112,035	116,874	121,820	126,889	132,115	137,513
Mercado potencial del segmento (MM\$ CLP)	17.9	19.0	19.9	20.9	21.8	22.8	23.8	24.8	25.8	26.9	28.0

Tabla 4: Proyección microempresas y mercado objetivo 2019 - 2029 (Fuente: Elaboración Propia)

La tendencia de crecimiento se ven positivas ya que al ser las PYMES el motor de crecimiento del país el ambiente está siendo propicio para la creación de estas y a la vez este segmento es el más atrasado en términos de “transformación digital” siendo este concepto una prioridad a nivel país. (Tercera encuesta longitudinal de empresa).

2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES

2.1 Industria:

La industria de empresas que brindan servicios informáticos es muy amplia con una oferta al año 2017 sobre las 9000 empresas con inicio de actividades en el SII a nivel país y solo en Santiago existen casi 7000 siendo los últimos años donde más crecimiento tuvieron en termino de volumen.

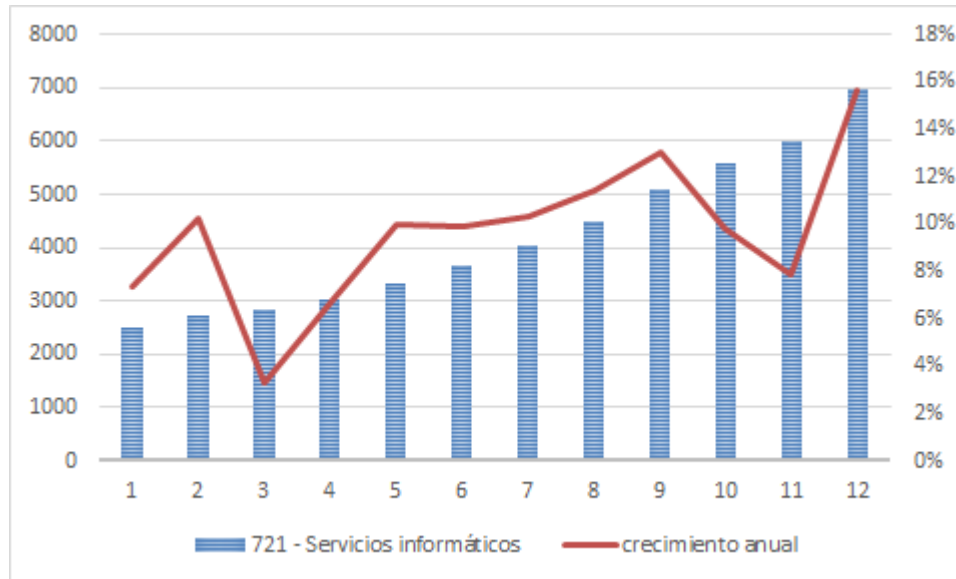


Figura 2: Comportamiento empresas servicios informáticos. (Fuente: SII)

Este cuadro muestra el comportamiento de empresas que prestan servicios informáticos en Santiago donde el eje izquierdo son el número de empresas y el derecho el porcentaje de crecimiento. Hay que considerar que la data es la que proviene del SII por ende las empresas o personas que atienden de manera freelance no están incluidas acá, pero si están consideradas en nuestros análisis y de una forma pudimos estimar el % de participación de mercado que tienen en nuestro segmento.

Análisis PEST de la industria

- **Economía**

El crecimiento esperado es entre un 2,5-3% para el 2019 y para 2020 entorno al 3%.

- **Política**

La clase política ha dejado claro que las pymes son el motor de crecimiento del país y por ende ha legislado para poder protegerlas e incentivar la creación de estas, ya que son el mayor generador de empleo en el país. Políticas claves que se han anunciado en el último tiempo que apoyan esto es la ley de pago a 30 días donde obliga a pagar a este término de días y así evitar la quiebra por flujo de las pymes.

- **Sociocultural**

El país ha recibido un alza en el ingreso de extranjeros al país donde se puede destacar la entrada de venezolanos y haitianos los últimos años. El último tiempo ha retomado la conversación mediática el descontento país por el alto costo de la salud, bajas pensiones y educación de calidad.

- **Tecnología**

Muchas empresas en Chile están hablando de la transformación digital e incluso el estado ha creado una consultora para ayudar a las instituciones públicas a realizar el cambio (<https://digital.gob.cl>), de todas formas muchas empresas, sobre todo micro y medianas, no han podido o entendido el concepto de esta y por sobre todo por la brecha tecnológica que existe entre generaciones.

Análisis de Porter

- **Potenciales entrantes:** con barreras de entrada bajas y con una pequeña inversión ya es posible participar en este mercado, con respecto a las barreras de salida son bajas también ya que los insumos se pueden liquidar en el mismo mercado u en otros de manera rápida.
- **Compradores:** los clientes son las microempresas los cuales tienen un alto número de opciones para satisfacer sus necesidades por ende un alto poder de negociación, pero a la vez poseen un alto nivel de insatisfacción por los servicios recibidos.
- **Proveedores:** nuestros principales proveedores son 2:
 - a. **Oferta de técnicos:** ellos tienen un nivel de negociación bajo ya que todos los centros de formación técnica e institutos profesionales imparten carreras afines al rubro por lo que genera una alta oferta.

- b. **empresas de tecnología que nos proveerán de los servicios, y dispositivos:** en el mercado el hardware pasa a ser un commodity y es por eso que el mercado siempre hay ofertas en termino de costos para adquirir estos y también soluciones de financiamiento para pymes por parte de integradores y mayoristas.}
- **Sustitutos:** nuestra oferta hace que en algunos servicios si existen sustitutos) sobre todo los más básicos hechos por los freelances) pero en otros no y si miramos la propuesta de valor completa no existe empresa que brinde el nivel de servicio al costo que ofrecemos.
 - **Competencia:** existe un alto número de competidores, pero de los relevantes y que actúan en nuestro segmento identificamos a 5 relevantes siendo el más numeroso los freelance o técnicos informales.

2.2 Competidores

Actualmente los competidores que existen para satisfacer las necesidades de las microempresas son muy variados en termino de servicio, precio y calidad. Según el registro de SII existen más de 9882 y para el año 2017 en las comunas elegidas unas 4200 empresas relacionada a servicios informáticos.

Por lo mismo para entender cuáles son los competidores relevantes para nuestro segmento es que investigamos y analizamos 5 competidores similares en termino de servicios y capacidad de mantenciones a realizar.

Estos fueron los siguientes:

- 1) Freelance o técnicos informales
- 2) Servitec: <https://servitecpc.cl/empresa/>
- 3) Pc-tech: <https://pc-tech.cl/>
- 4) Best Solution: <http://soporte.bestsolution.cl/>

5) Tecnofull: <https://www.tecnofullchile.cl/>

Estos 5 competidores son los que utilizamos como benchmarking para poder entender los servicios y precios de mercado

1) Técnicos Freelance e informales:

En nuestro estudio ellos son los que poseen la mayor concentración en este segmento cercanos a un 20%, este número fue insight de la encuesta que realizamos donde de total de encuestado la quinta parte realizaba este tipo de servicios por personas naturales o incluso por ellos mismos o empleados con nociones de tecnología. Las principales ventajas de usar este servicio son:

- no necesidad de contrato
- precio fijo por prestación
- solo llamarlos cuando se necesitan
- bajo precio
- fácil contacto a través de la web

estas razones son las principales que un microempresario ve a la hora de requerir servicios de este tipo, pero lo que no ve son las falencias y los problemas que puede generar no poseer un servicio más formal y sobre todo con certificaciones y postventa, ya que el mal funcionamiento, black out de sistemas o incluso robo de información afectan directamente la continuidad operativa de la empresa mermando directamente los ingresos de estas.

2) Servitec:

Es una empresa con más de 15 años de experiencia que atiende a pequeñas, medias y grandes empresas. El número aproximado de mantenciones anuales es entre 3000 a 4000 anuales de los cuales un 70% es por contrato. lo que hace que tengan aproximadamente 200 Equipos mensuales logrando un market share aproximado de

0,22% (en base al total de equipos existentes). Entre los servicios que consideramos más relevantes son:

- Servicios de mantención y reparación / + local y despacho
- Infraestructura y redes
- Desarrollo de soluciones
- Trabajo con ERPs
- SLA a medidas
- Precio Alto
- 15 años de vida

3) PC-TECH:

Empresa con 15 años de experiencia que está enfocada tanto en pequeña y grande empresa, actualmente tiene 26 contratos vigentes con mínimo de 5 equipos, que aproximadamente estimamos que atiende entre 130 a 170 equipos mensuales más las consultas de personas naturales, este monto nos da un Market share aprox de 0,19%, entre los servicios que consideramos más relevantes son:

- Servicios de mantención y reparación de computadores.
- 15 años de vida
- Todo tipo de servicios informáticos y comunicaciones.
- SLA de 24, 12 y 6 horas según plan.
- Precios por proyectos y por atenciones particulares.

4) Tecnofull:

Empresa con más de 15 años de experiencia que atiende a empresas públicas como privadas, ha tenido como clientes a pymes como a grandes empresas como Nestlé, ministerios y universidades, por lo que pudimos investigar estimamos que atiende

aproximadamente 4200 mantenencias anuales que hace un mensualizado de 375 dispositivos con un market share de 0.42% del mercado. Entre los servicios que consideramos más relevantes son:

- Servicios de mantención y reparación de computadores.
- Reemplazan microintegrados con tecnología alemana en Chile.
- Servicios dirigidos a personas naturales y pymes.
- 15 años de vida.
- 2 Oficinas en RM (Providencia & Stgo Centro).

5) Best Solution:

Empresa especializada es dar servicio a un tipo de clientes, los cuales son los tours operadores o empresas de turismo, esto no es excluyente pero su fuerte ese ese rubro, trabaja proyectos especiales y soporte para equipos computacionales, lo que pudimos investigar es que actualmente tiene contrato con 35 clientes lo que nos un promedio de 245 equipos mensuales y un market share aproximado de 0.27%, los puntos relevantes a considerar son:

- 7 años de vida
- Servicios de mantención y reparación de computadores.
- Servicios adicionales de NAS y centrales PBX/Voz
- Soporte Técnico 24x7
- Planes Fijos
- Tiempos de respuesta lentos (SLA 6 horas)

En resumen, estas 4 empresas están en torno al 0.19% al 0.4% de market share y con facturaciones anuales entre \$ 30 a \$67 MM CLP por conceptos de contratos.

	año 1
Free Lance y medios informales	20.0%
TecnofullChile	0,42%
ServitecPC	0,22%
PC-Tech	0,19%
Best Solution TI	0,27%
ITLA LABS	0.24%
Resto del mercado	79.758%
	100%

Tabla 5: Participación de Mercado de Competidores de ITLA-LABS (Fuente: Elaboración Propia)

Servicios		Free Lance	TecnofullChile	ServitecPC	PC-Tech	Best Solution TI	IT-LA Labs plan semilla	IT-LA Labs plan start-up	IT-LA Labs plan unicornio
1 Visitas Fijas	Cantidad Mensual	1	1	4	1	1	1	1	2
2 Visitas de emergencia incluida	Cantidad Mensual	0	3	No. Se cobra 1 UF x HH	2	1	0	1	2
3 Tiempo de respuesta	3-6 hrs	No info	No info	3 horas	6 horas	6 horas	3 horas, Garantizado	3 horas, Garantizado	3 horas, Garantizado
4 Soporte Telefónico	SI (no helpdesk)	No info	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido; 7x24	Incluido; 7x24	Incluido; 7x24
5 Soporte Remoto	SI	No info	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Avanzado; 7x24	Avanzado; 7x24	Avanzado; 7x24
6 Conexión Remota Garantizada		No info	Incluido	Incluido	No info	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido
7 Cantidad de equipos de usuario mínima (PCs, Laptops, etc)	no tiene	11	No info	No info	5	No info	1 a 5 equipos	5 a 10 equipos	10 a 15* se revisa a cada caso
8 Cantidad de servidores máxima	No info	3	No info	No info	Equivale a 2 equipos de usuario	No info	No Maximo. Se contabiliza como 2 dispositivos	No Maximo. Se contabiliza como 2 dispositivos	No Maximo. Se contabiliza como 2 dispositivos
9 Equipos Apple (Mac, Ipad, etc)	No	No info	No info	No info	Equivale a 2 equipos de usuario	No info	Incluido	Incluido	Incluido
10 Plataforma Respaldo Información Online	No	No	No	No	No	No	Incluido, Hasta 5T compartido	Incluido, Hasta 5T compartido	Incluido, Hasta 5T compartido
11 Mantenición preventiva	No	No info	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido
12 Personal Certificado (Apple, HP, Microsoft, etc).	No	No info	No info	No info	No info	No info	Incluido	Incluido	Incluido
13 Limpieza Interna	SI	No info	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido
14 Informe mensual	SI	No info	Incluido	Incluido	Incluido	No info	Incluido	Incluido	Incluido
15 Incluye HW/Repuestos	No	No	No	No	No	No	No	No	No
16 Incluye Laptop de Reemplazo	No	No	No	No	No	No	Incluido	Incluido	Incluido
17 Puesta a Punto Inicial	No info	No info	Incluido	Incluido	Incluido	No info	Incluido	Incluido	Incluido
18 Cobertura	No info	5x8	5x8	5x8	5x8	5x8	5x8	5x8	5x8
19 Valor por equipo mensual	UF CLP	\$ 10.000	\$ 17.501	\$ 24.751	\$ 11.990	\$ 15.900	\$ 17.188	\$ 18.334	\$ 20.626
20 Visita Emergencia	UF CLP	\$ 25.000	\$ 82.503	\$ 27.501	\$ 34.900	No info	\$ 68.752	\$ 55.002	\$ 27.501
21 Valor Plan mensual	UF CLP	# equipos	\$ 192.506	# Equipos	# Equipos	# Equipos	\$ 68.752	\$ 165.005	\$ 247.508
22 Valor por equipo anual	CLP	\$ 120.000	\$ 210.006	\$ 297.009	\$ 143.880	\$ 190.800	\$ 206.256	\$ 220.007	\$ 247.508

Tabla 6: Comparativa de Servicios (Fuente: Elaboración Propia)

Itlabs vs competidores (valor mensual)	IT-LA Labs plan semilla	IT-LA Labs plan start-up	IT-LA Labs plan unicornio
Free Lance	-3%	4%	17%
TecnofullChile	-32%	-27%	-18%
ServitecPC	-47%	-44%	-36%
PC-Tech	-13%	-7%	5%
Best Solution TI	-27%	-22%	-13%

Tabla 7: Posicionamiento de precios v/s competidores (Fuente: Elaboración Propia)

2.3 Clientes: Microempresas

Nuestro cliente son las microempresas de las comunas de Santiago, Las Condes, Providencia y Vitacura, las razones por las cuales elegimos este cliente y segmento es por los siguientes motivos:

1) Tamaño del segmento

Como presentamos en puntos anteriores las microempresas en Chile representan casi un 80% del total de empresas del país,

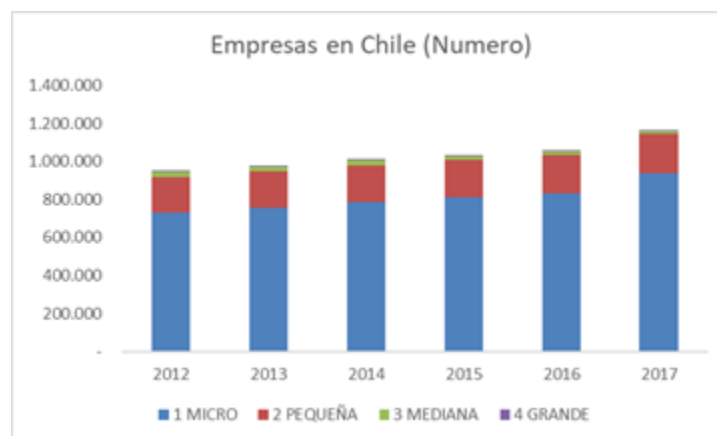


Figura 3: Número de Empresas en Chile (Fuente: SII)

donde solo en Santiago hay casi 507 mil representando un 44% del total país, de las cuales 366 mil son microempresas un 39% del total del país

año 2017	Chile	Region metropolitana	Comunas Target
1 MICRO	936,442	366,761	110,735
2 PEQUEÑA	208,798	124,756	77,815
3 MEDIANA	17,951	14,492	8,333
4 GRANDE	1,473	1,129	716
TOTAL	1,164,664	507,138	197,599

Tabla 8: Cantidad Microempresas Chile, RM, Comunas Target (Fuente: SII)

el número de empresas que existe en las comunas las cuales elegimos hay 110 mil microempresas representando un 30% del total de Santiago.

2) Nivel de adopción de tecnologías y uso de estas:

Según la encuesta longitudinal de empresas realizada por el ministerio de economía al año 2015 hace referencia a que el 84,6% de las empresas en Chile tiene dispositivos tecnológicos para poder realizar sus funciones. Si bien es un número alto estas al momento de abrir por segmento el uso y adopción de tecnologías varían

Según la información que pudimos obtener las microempresas tienen un número menor de dispositivos que las grandes empresas, incluso con un 18.8% de microempresas consultadas que no tienen dispositivos, esto se explica básicamente por el rubro en el cual se desenvuelven o por no tener conocimientos de cómo utilizarlos. Si bien esto es una realidad que afecta negativamente nuestra idea de negocio, también en este segmento se genera un efecto de dependencia para el resto de microempresas y la razón principal es para el 81.2% restante de este segmento los dispositivos si son importantes y son la herramienta principal para poder realizar sus funciones diariamente

en donde podemos ver que en promedio las micro empresas poseen entre 2 a 3 dispositivos y el % de trabajadores que los utiliza es el más alto entre los segmentos .

Dispositivo	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Computador de escritorio	43,0%	22,2%	20,0%	20,7%	23,6%
Computador portátil	20,4%	9,8%	9,6%	8,5%	10,5%
Tablet	2,3%	1,0%	0,7%	1,0%	1,1%
Smartphone	22,6%	11,3%	9,5%	8,2%	10,9%
Total trabajadores que usan dispositivos	88,0%	44,2%	39,8%	38,4%	46,0%
Número total mensualizado de personas	532.717	875.617	905.294	2.029.132	4.342.759

Tabla 9: Proporción de personas que emplea los dispositivos con los que cuenta la empresa, según tamaño de empresa (Fuente: Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas)

esta es la razón por la cual para las microempresas poder contar con servicios de mantención de calidad se vuelve importante ya que al fallar un equipo afecta directamente en la productividad de esta.

El uso de software que hacen las empresas varía entre los tipos de estas, esta apertura hace que podamos identificar cuáles son los servicios los cuales las microempresas podrían requerir en su día a día, mayoritariamente este segmento utiliza programas básicos de oficina, antivirus y en menos proporción programas de administración, con esto podemos dimensionar la capacidad requerida de los técnicos.

Tipo de software	Micro
Software básicos de oficina (office, open office, navegador, entre otros)	71,6%
Software de administración (contabilidad, finanzas, ERP, facturación, entre otros)	12,4%
Software de ventas, marketing y gestión de clientes (CMR, control de cajas, puntos de venta y similares)	3,5%
Software específico del giro (sistema de reservas, control de procesos, trazabilidad, entre otros)	4,4%
Software de cloud computing (servicios de computación a través de Internet, potencia de cálculo, capacidad de almacenamiento, entre otros)	1,6%
Software de mantenimiento de informáticos (antivirus, firewall, sistemas de encriptación, entre otros)	12,9%
Ninguno	4,4%
Número total de empresas	239.920

Tabla 10: Tipos de Software utilizados en empresas (Fuente: Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas)

Con respecto a las oportunidades que tiene este segmento estas se encuentran por el uso de internet, ecommerce y procedimientos internos de seguridad digital, donde en comparación al resto de los otros segmentos tienen los % más bajo.

3) Bajo nivel de servicio ofrecido a este segmento

Una microempresa tiene entre 1 a 9 trabajadores y según la información que pudimos levantar tendrían entre 2 a 3 computadores/dispositivos para su operatividad , es por eso que para ellos no existe la posibilidad de incurrir en gastos de departamentos TI o contratar servicios onsite que otros integradores ofrecen para poder resolver problemas relacionados a sus dispositivos , periféricos o data en general. Para solucionar sus problemas lo hacen a través de empresas TI enfocadas en este segmento con soluciones básicas y también a través de servicios “ondemand” bajo la modalidad freelance que, si bien soluciona casos puntuales, la post venta no es su fuerte.

Par poder validar esto nosotros realizamos una encuesta a un grupo de aproximadamente 85 personas las cuales eran dueños de empresas, emprendedores, gerente de áreas TI y los principales insights fueron los siguientes:

- **Periodicidad y tipo de soporte recibido:** 66% ha tenido que recibir soporte en menos de 3 meses y 48% lo ha hecho de manera informal
- **Satisfacción del servicio actual**

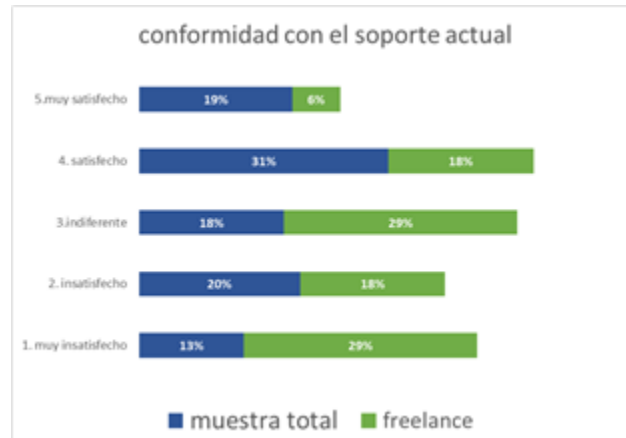


Figura 4: Resultado Encuesta pregunta sobre conformidad con el soporte actual (Fuente: Elaboración Propia)

La muestra total tiene un nivel de **insatisfacción** de un **33%** con el servicio actual y un **18% indiferente (51% total)** vs un **47% de insatisfacción** más un **29% indiferente (76% total)** de los que han recibido un servicio freelance

3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR

3.1 Modelo de negocios

El siguiente cuadro engloba nuestro modelo de negocio donde podemos identificar los actores y procesos relevantes de nuestro negocio.

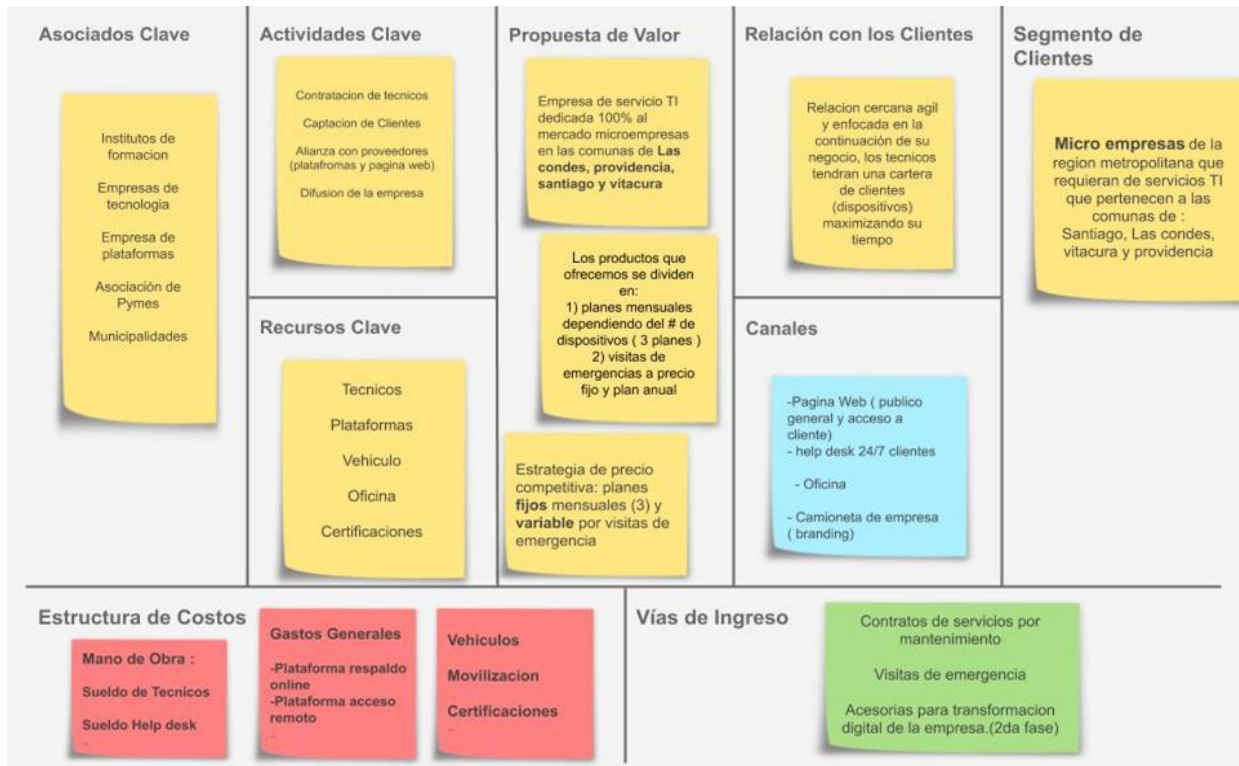


Figura 5: CANVAS (Fuente: Elaboración Propia)

Distribución de ingresos		100%
% total de los Planes mensuales en el total		63%
Plan semilla		70%
Plan Start-up		20%
Plan unicornio		10%
% de visitas de emergencia en el total		37%
Plan anual		80%
Visitas individuales		20%

Figura 6: Distribución de Ingresos ITLA-LABs (Fuente: Elaboración Propia)

3.2 Descripción de la empresa

ITLA LABS es una empresa encargada de proveer servicios de soporte a los equipos de computación (PCs de escritorio, Laptops, Servidores) enfocada en Microempresas pertenecientes a las comunas de Santiago, Las Condes, Vitacura y Providencia que requieren continuidad operativa de sus equipos.

ITLA LABS ofrece un plan valorizado por cantidad de equipos + visitas de emergencias que se requieran soportar, ajustado a las necesidades de las Microempresas.

La propuesta de valor se basa en:

Clientes: Nuestros Clientes serán las empresas Microempresas que se encuentren ubicados en las comunas de RM mencionadas en lamina anterior y que tengan un contrato activo con ITLA LABS

Precio: El precio del Servicio está basado en un valor mensual por equipo soportado (encuesta nos dice que el 60% de las empresas ya recibe un soporte mensual o trimestral) + un precio fijo por visita de emergencia más un plan anual de 12 visitas extras.

Nuestros precios en el plan más barato será un 2% más barato que el promedio de empresas establecidas y valorizando todos los servicios (despacho y notebook de reemplazo) seremos 3% más barato que el promedio de competidores informales

Producto/Servicio: Servicios de mantención TI para dispositivos en las microempresas, estos se dividirán en 2 focos:

- Planes Mensual: 3 planes diferenciados por # de computadores
- Visitas de Emergencias: incluidos según plan, precio fijo y plan anual con 12 visitas

La ventaja competitiva de ITLA LABS será el servicio/producto ofrecido al segmento ya que es un “servicio de grades empresas para microempresas” y esto se logra a través 3 pilares en torno al servicio

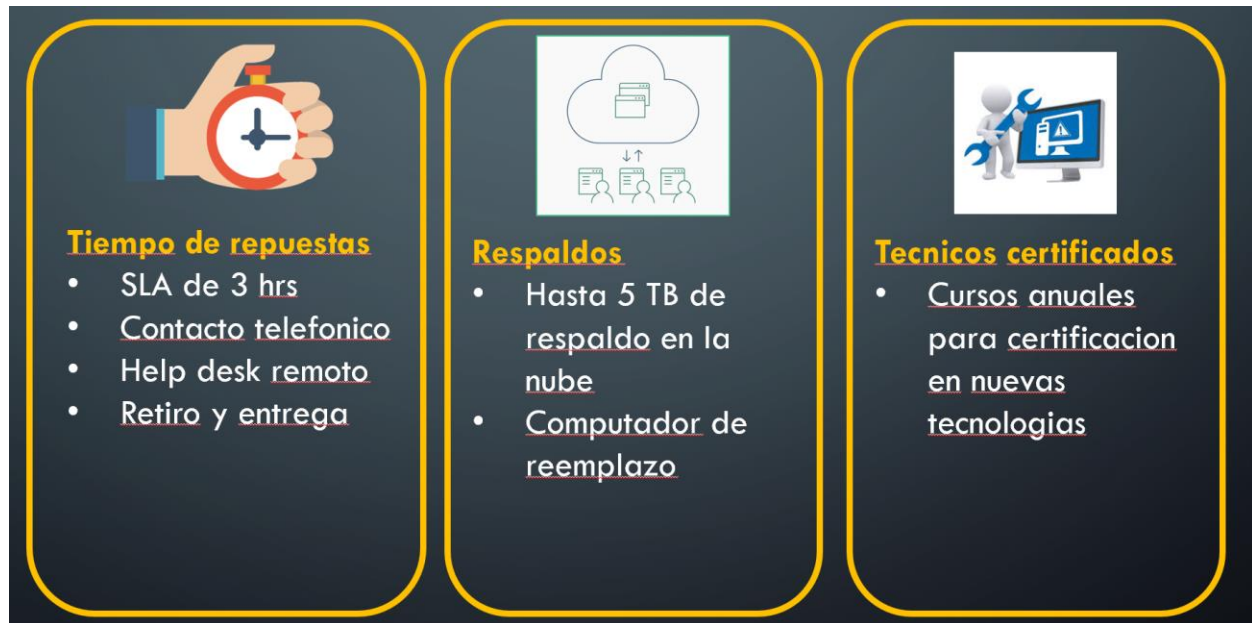


Figura 7: Pilares de Servicio ITLA-LABs (Fuente: Elaboración Propia)

3.3 Estrategia de crecimiento o escalamiento. Visión Global.

La estrategia de crecimiento que tenemos pensado para la empresa se divide en términos de plazo de realización.

1) Mediano plazo- aumento de servicios ofrecidos: el siguiente paso sería dar consultorías de “transformación digital” para microempresas, según el informe Accenture 2017 solo 2 de cada 10 empresas en Chile tienen planes concretos de transformación digital, esto también conversa con la encuesta longitudinal de empresa donde en termino de microempresas las áreas que están al debe, y por ende los servicios ofrecidos estarían acordes a eso, son:

- ecommerce
- estrategias digitales de ventas

- digitalización de procesos administrativos (implementación de ERP)
- seguridad y resguardo de data

2) Mediano/largo plazo -expansión geográfica: en termino de expandirse geográficamente lo posicionamos en mediano/ largo plazo dado el nivel de inversión el cual requeriría, una vez decidido abrir nuevas provincias serían las que siguen en número de microempresas a Santiago siendo estas la provincia de Valparaíso y Concepción, esto toma mayor relevancia dado los planes de descentralización que han tenido los gobiernos de los últimos años.



Figura 8: Proyección crecimiento microempresas (Fuente: SII)

3.4 RSE y sustentabilidad

La empresa tendrá políticas de RSE y sustentabilidad basadas en las necesidades que la sociedad de hoy necesita:

Sostenibilidad ambiental: Como empresa de mantención y reparación de dispositivos tecnológicos creemos en que el cuidado y mantenimiento correcto de un dispositivo es la mejor opción antes de cambiar por uno nuevo, y así evitar seguir contribuyendo en desechos tecnológicos, es por eso que no recomendaremos cambiar un equipo hasta ser la última opción y tendremos equipos a disposición de nuestros clientes en caso de extenderse la reparación y así no comprometer su operabilidad diaria.

Colaboradores: al ser un mercado competitivos en termino de sustitutos, la capacitación e integridad de nuestros colaboradores será una característica la cual nos ayudara a

destacar sobre los competidores, para lograr eso tenemos un plan de capacitación anual en distintas áreas técnicas que fortalecerán sus conocimientos que ayudaran a identificar/solucionar problemas en menor tiempo y también los diferenciara con sus pares.

Sociedad: como empresa contaremos con un stock de computadores de reemplazo para nuestros clientes que una vez terminado su “vida útil” refaccionaremos y dejaremos operativo para poder donar a colegios o instituciones sin fines de lucro.

Inversionistas: para los inversionistas garantizaremos una gestión ética y transparente, teniendo siempre en mente la salud financiera de la empresa para no dañar sus intereses y ni los de los colaboradores.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos de marketing

Nuestro objetivo es introducir y posicionar a ITLABS como la empresa se servicios TI preferente para las microempresas de las comunas de Santiago, Las Condes, Vitacura, Providencia, y ser reconocidos como una empresa de servicios TI de grandes empresas enfocado en micro,

Para lograra esto estaremos dedicados 100% a este segmento y así entender en profundidad las necesidades de las microempresas para dar una oferta de servicios relevante y adaptable que permita la continuidad operativa de estas.

4.2 Estrategia de segmentación

Mercado objetivo: Microempresas de las comunas de Las Condes, Santiago, Providencia y Vitacura

Metricas de Market share y ventas	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Numero de microempresas en mercado objetivo	131,752	138,316	145,009	151,767	158,466	165,310
Numero de dispositivos en mercado objetivo	93,149	97,789	102,521	107,300	112,035	116,874
Tamaño de mercado en Valor por servicios por dispositivos (M\$ CLP)	18,950	19,894	20,857	21,829	22,792	23,777
Ventas proyectadas ITLABS (M\$ CLP)	76	101	126	151	177	202
Servicios proyectados ITLABS (numero de dispositivos)	225	300	375	450	525	600
M/S unidades	0.24%	0.31%	0.37%	0.42%	0.47%	0.51%
M/S Valores	0.40%	0.51%	0.60%	0.69%	0.77%	0.85%

Tabla 11: Tamaño de Mercado (Fuente: Elaboración Propia)

el cuadro muestra el tamaño de mercado en termino de microempresas, dispositivos y valor proyectado con el cual podemos fijar nuestras metas de ventas y Market share el cual al sexto año de comenzado el proyecto pensamos tener un 0,5% de participación de unidades y 0,85% en valor.

Estrategia: Como comentamos en el punto anterior nuestra estrategia será de **diferenciación** y el punto clave de esto serán los servicios que ofreceremos los cuales nos diferencian con respecto a la competencia los cuales se pueden englobar en 3 grupos:

- Tiempo de respuesta
- Respaldo y continuidad operativa
- Técnicos certificados
- Contratos anuales que garantizan mejores beneficios que la competencia

4.3 Estrategia de producto/servicio

Nuestros servicios será 100% enfocado en las necesidades de las microempresas y es por eso que en la fase de desarrollo de nuestro portfolio nos enfocamos en la oferta

actual que tienen nuestros competidores, las falencias que comúnmente tienen las microempresas y los servicios que ofrecen otros integradores enfocados en grandes empresas. con esto nuestro portfolio de servicios será el siguiente:

- 1) Planes mensuales: 3 planes diferenciados por el # de computadores que posee la microempresa (contratos anuales)
- 2) visitas de emergencia: incluidos según plan y con la opción de contratar por visitas puntuales o un plan anual con 12 visitas incluidas.

Servicios	IT-LA Labs plan semilla	IT-LA Labs plan start-up	IT-LA Labs plan unicornio
Visitas Fijas	1	1	2
Visitas de emergencia incluida	1	2	3
Tiempo de respuesta	3 horas; Garantizado	3 horas; Garantizado	3 horas; Garantizado
Soporte Telefónico	Incluido; 7x24	Incluido; 7x24	Incluido; 7x24
Soporte Remoto	Avanzado; 7x24	Avanzado; 7x24	Avanzado; 7x24
Conexión Remota Garantizada	Incluido	Incluido	Incluido
Cantidad de equipos de usuario minima (PCs, Laptops, etc)	1 a 5 equipos	5 a 10 equipos	10 a 15* se revisa a cada caso
Cantidad de servidores maxima	No Maximo. Se contabiliza como 2 dispositivos	No Maximo. Se contabiliza como 2 dispositivos	No Maximo. Se contabiliza como 2 dispositivos
Equipos Apple (Mac, Ipad, etc)	Incluido	Incluido	Incluido
Plataforma Respaldo Informacion Online	Incluido. Hasta 5T compartido	Incluido. Hasta 5T compartido	Incluido. Hasta 5T compartido
Mantenición preventiva	Incluido	Incluido	Incluido
Personal Certificado (Apple, HP, Microsoft, etc).	Incluido	Incluido	Incluido
Limpieza Interna	Incluido	Incluido	Incluido
Informe mensual	Incluido	Incluido	Incluido
Incluye HW/Repuestos	No	No	No
Incluye Laptop de Reemplazo	Incluido	Incluido	Incluido
Puesta a Punto Inicial	Incluido	Incluido	Incluido
Cobertura	5x8	5x8	5x8

Tabla 12: Servicios y Planes ITLA-LABs (Fuente: Elaboración Propia)

Para validar los servicios y oferta que proponemos, en la misma encuesta para medir el nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio actual que tenían, en un punto presentamos los servicios iniciales que ITLABS ofrecería y el resultado fue:

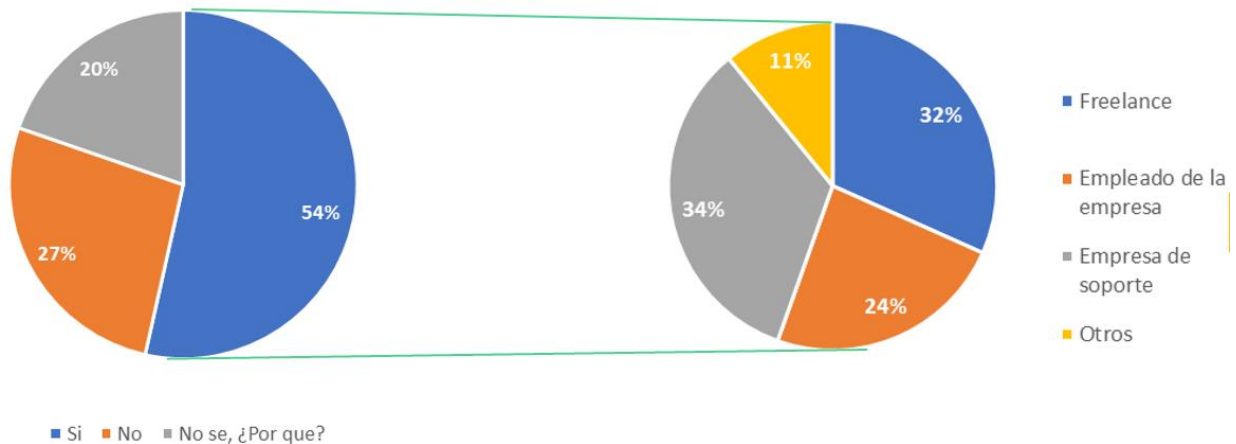


Figura 9: Encuesta - Disposición a elegir ITLA-LABs (Fuente: Elaboración Propia)

Este grafico muestra el % de usuarios que si elegirían nuestros servicios (54%) dado que su proveedor de servicios actual no les satisface (56% de ellos usa métodos informales) del porcentaje restante tomamos los comentarios y agregamos servicios como por ejemplo **conexión remota, cloud back up y seguridad de datos** para así ofrecer un servicio que se acomode a las necesidades de las microempresas.

4.4 Estrategia de Precio

El precio del Servicio está basado en un valor mensual por equipo soportado (la encuesta nos dice que el 60% de las empresas ya recibe un soporte mensual o trimestral) + un precio fijo por visita de emergencia o una opción de un plan anual de 12 visitas extras.

Nuestros precios en el plan más barato será un 2% más barato que el promedio de empresas establecidas y valorizando todos los servicios (despacho y notebook de reemplazo) seremos 3% más barato que el promedio de competidores informales

	Precios valor mensual por equipo	Free Lance	TecnofullChile	ServitecPC	PC-Tech	Best Solution TI	IT-LA Labs plan semilla	IT-LA Labs plan start-up	IT-LA Labs plan unicornio
	Plan mensual por equipo	\$ 10.000	\$ 17.501	\$ 24.751	\$ 11.990	\$ 15.900	\$ 17.188	\$ 18.334	\$ 20.626
	Plan anual	\$ 120.000	\$ 210.006	\$ 297.009	\$ 143.880	\$ 190.800	\$ 206.256	\$ 220.007	\$ 247.508
Servicios extras	Computador de reemplazo	\$ 2.750	\$ 2.750	\$ 2.750	\$ 2.750	\$ 2.750	incluido	incluido	incluido
	Retiro o despacho	\$ 4.950	\$ 4.950	\$ 4.950	\$ 4.950	\$ 4.950	incluido	incluido	incluido
	Real Valorizado mensual	\$ 17.700	\$ 25.201	\$ 32.451	\$ 19.690	\$ 23.600	\$ 17.188	\$ 18.334	\$ 20.626
	Real Valorizado anual	\$ 212.400	\$ 302.406	\$ 389.409	\$ 236.280	\$ 283.200	\$ 206.256	\$ 220.007	\$ 247.508

Tabla 13: Comparación 1 Planes Mensuales Competencia v/s ITLA-LABS (Fuente: Elaboración Propia)

Valorizando servicios que están incluidos en nuestros servicios y los otros no tienen somos el más conveniente incluso contra el freelance

Itlabs vs competidores (valor mensual)	IT-LA Labs plan semilla	IT-LA Labs plan start-up	IT-LA Labs plan unicornio
Free Lance	-3%	4%	17%
TecnofullChile	-32%	-27%	-18%
ServitecPC	-47%	-44%	-36%
PC-Tech	-13%	-7%	5%
Best Solution TI	-27%	-22%	-13%

Tabla 14: Comparación 2 Planes Mensuales Competencia v/s ITLA-LABS (Fuente: Elaboración Propia)

Plan visita emergencias	Free Lance	TecnofullChile	ServitecPC	PC-Tech	Best Solution TI	IT-LA Labs plan semilla	IT-LA Labs plan start-up	IT-LA Labs plan unicornio	Paquete anual de visitas
incluidas adicional	0	3	0	2	1	0	1	2	12
	\$ 25,000	\$ 82,503	\$ 27,501	\$ 34,900	\$ -	\$ 68,752	\$ 55,002	\$ 27,501	\$ 24,063
valor anual (12 visita anuales)	\$ 300,000	\$ 990,031	\$ 330,010	\$ 418,800	\$ -	\$ 825,026	\$ 660,020	\$ 330,010	\$ 288,756

Tabla 15: Comparación 1 Visitas de Emergencia Competencia v/s ITLA-LABS (Fuente: Elaboración Propia)

En termino de visitas de emergencia, nuestra propuesta de paquete (12 en total) es la más conveniente tanto anual como mensualmente

Itlabs vs competidores	IT-LA Labs plan semilla	IT-LA Labs plan start-up	IT-LA Labs plan unicornio	Paquete anual de visitas
Free Lance	175%	120%	10%	-4%
TecnofullChile	-17%	-33%	-67%	-71%
ServitecPC	150%	100%	0%	-13%
PC-Tech	97%	58%	-21%	-31%
Best Solution TI	0	0%	0%	0%

Tabla 16: Comparación 2 Visitas de Emergencia Competencia v/s ITLA-LABs (Fuente: Elaboración Propia)

4.5 Estrategia de Distribución

La estrategia de distribución está definida por la forma de acceder a nuestros clientes, nosotros estamos definiendo 2 modalidades off y on line:

Off line: esta modalidad ser a través de nuestra oficina ubicada en providencia donde se utilizará para poder captar clientes, atención en general y también realizar capacitaciones a nuestros colaboradores y/o clientes. Otro canal offline son nuestros vehículos donde los técnicos irán a atender a nuestros clientes quienes, si se requiere, harán el rol de informar o derivar requerimientos o consultas.

Online: Pagina web de la empresa donde se podrá realizar cotizaciones, solicitud de visitas y contratación de servicios que la empresa ofrece, otro rol importante de la página web es que podrá tener información de los casos en atención e información del usuario en general (plan contratado, número de visitas pendientes, computadores en arriendo etc.)

4.6 Estrategia de Comunicación y ventas

Al igual que la estrategia de distribución la estrategia de comunicación y ventas también tendrá 2 vías acciones ATL y BTL:

BTL:

- Charlas y presencia en actividades realizadas por asociaciones de pymes
<https://home.asech.cl/>
- Trabajo activo con los departamentos de fomento al emprendimiento que se encuentren en las comunas

Referencias:

<https://www.lascondes.cl/servicios/emprendimiento/emprendimiento.html>

<https://www.vitaemprende.cl/>

<https://www.munistgo.cl/emprendimiento/>

<https://providencia.cl/emprende>

- Ofrecer practicas a institutos profesionales que impartan carreras afines a nuestra empresa
- Branding a través del vehículo de la empresa.

ATL:

- Campaña online de medios para la generación de awareness y para la captación de clientes (campañas call to action), la campaña se realizará a través de google ads, social media afines al target.
- web page que tendrá la función informativa de ventas y también de apoyo en temas relacionados a servicios ti para todo el usuario que entre a la página.
- Para los clientes se harán campaña de mailings periódicos con tips relacionados a dispositivos que tengan los clientes.

4.7 Estimación de la demanda y proyecciones de crecimiento anual

Estimación de market share: Proyección hecha en base al número de equipos que en base a nuestra capacidad operativa podríamos prestar servicios anualmente, cada técnico tiene un promedio de equipos mensuales, por lo que el cálculo es número promedio de equipos por técnico, bajo esto logramos igualar el M/S de nuestro competidor al 4 año.

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Mercado unidades	93,149	97,789	102,521	107,300	112,035	116,874	121,820	126,889	132,115	137,513
unidades ITLABS	225	300	375	450	525	600	675	750	825	900
Market share ITLA LABS	0.24%	0.31%	0.37%	0.42%	0.47%	0.51%	0.55%	0.59%	0.62%	0.65%
Ventas en MM\$ CLP	75.7	100.9	126.1	151.4	176.6	201.8	227.0	252.3	277.5	302.7

Tabla 17: Estimación de Market Share (Fuente: Elaboración Propia)

Participación de mercado: La siguiente tabla muestra cómo se comportaría el mercado en termino de M/s vs la competencia, aquí el supuesto más importante que consideramos es que nuestra principal vía de crecimiento será de traer clientes que utilizan servicios informales

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Free Lance y medios informales	20.0%	19.93%	19.88%	19.82%	19.77%	19.73%	19.69%	19.65%	19.62%	19.59%
TecnofullChile	0,42%	0,42%	0,42%	0,42%	0,42%	0,42%	0,42%	0,42%	0,42%	0,42%
ServitecPC	0,22%	0,22%	0,22%	0,22%	0,22%	0,22%	0,22%	0,22%	0,22%	0,22%
PC-Tech	0,19%	0,19%	0,19%	0,19%	0,19%	0,19%	0,19%	0,19%	0,19%	0,19%
Best Solution TI	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%	0,27%
ITLA LABS	0.24%	0.31%	0.37%	0.42%	0.47%	0.51%	0.55%	0.59%	0.62%	0.65%
Resto del mercado	79.758%	79.758%	79.758%	79.758%	79.758%	79.758%	79.758%	79.758%	79.758%	79.758%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 18: Estimación Crecimiento de Mercado (Fuente: Elaboración Propia)

Nuestros clientes y ventas: Si bien nuestra meta por año es tener la siguiente cantidad de dispositivos bajo contrato, la venta está compuesta por distintas empresas con distintos planes y servicios. El siguiente cuadro ejemplifica las ventas por tipo de servicio del primer año

	IT-LA Labs plan semilla	IT-LA Labs plan start-up	IT-LA Labs plan unicornio	Total
Numero de empresas	32	5	2	38
Numero de dispositivos	158	45	22	225
% de dispositivos por plan	70%	20%	10%	100%
Precio por planes	17,188	18,334	20,626	17,753
total ingresos por concepto de plan mensual				3,994,498
Visitas de emergencia por equipo adicionales	2	1	1	
Valor de visita de emergencia	68,752	55,002	27,501	
total ingresos por concepto visita mensual	2,165,692	123,754	20,626	2,310,071
total ingresos				6,304,570
ingreso unitario por equipo				28,020
ingreso unitario por equipo anualizado				336,244
ingresos año 1				75,654,838

Tabla 19: Estimación Ventas 1er año (Fuente: Elaboración Propia)

Nuestro precio promedio de 336 mil pesos por dispositivo anual es una combinación de:

- empresas por tipo de planes
- visitas de emergencias extras a los planes

Todos los supuestos para poder componer el valor anual así se sustentan a través de data recolectada en información pública, encuestas e insights de empresas que brindan servicios TI.

Metas por mes de empresas por mes: El siguiente cuadro muestra las metas por plan por mes con respecto al número de empresas, la meta anual es de 38 con distintos porcentajes por los distintos planes

meta por mes de empresas por plan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	total
Plan de medios (awareness)													
Plan de captacion de clientes													
# de empresas plan semilla		3	5	1	1	8	1	2		7	2	2	32
# de empresa plan start-up			1			2				2			5
# de empresa plan unicornio						1				1			2

Tabla 20: Metas por mes de empresas por plan ITLA-LABs (Fuente: Elaboración Propia)

Las metas hablan con el timing de campañas dirigidas con distintos objetivos awareness y de captación de clientes.

4.8 Presupuesto de Marketing y cronograma

El presupuesto de marketing que utilizaremos es de 15MM CLP para el primer año y una provisión de 1% de la venta como inversión fija.

Las acciones de marketing tendrán 2 grandes objetivos:

- 1) Generación de awareness de la empresa
- 2) campañas “call to action” para la captación de clientes

Estas acciones serán ejecutadas en distintas fechas del primer año y un cronograma que estamos generando sería el siguiente

meta por mes de empresas por plan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Plan de medios (awareness)												
Plan de captacion de clientes												

Tabla 21: Cronograma meta por mes de empresas por plan ITLA-LABs (Fuente: Elaboración Propia)

Medios para generación de awareness :

- google ads
- web page
- emailings
- banners en sitios especializados

Acciones call to action:

- emailing
- social media (facebook, instagram, twitter)

Plan RRPP (Bajo Costo)

- Reportajes y aparición orgánica en prensa

5. PLAN DE OPERACIONES

Las operaciones de ITLA- LABS serán principalmente ejecutadas bajo modalidad “Home Office”, alineándose con las actuales tendencias operativas que utilizan las empresas a nivel mundial y que en Chile llega a un 33% según estudios realizados el año 2018 por la consultora multinacional de RRHH Randstad (Fuente: Diario El Economista). Adicional a esto tendremos un oficina para reuniones y gente staff.

En términos de nivel de servicio, para poder mantener un nivel de servicio optimo nuestros técnicos atenderán como máximo 71 equipos por persona los cuales tendrá un plan de capacitación anual que les permitirá prepararse en los distintos niveles de las certificaciones CompTIA (certificaciones de aptitudes profesionales para la industria TI) y otras certificaciones que se definn como requeridas para lograr brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.

Par poder brindar un servicio de primera es que definimos flujos para poder estandarizar procesos, estos serian :

1. Flujo de Ventas
2. Flujo de Operaciones
3. Lessons Learned, Feedback, Evaluación

Adicional a un plan de mejora continua que se implementara de la siguiente manera

- Plan: Identificar problemas u oportunidades de mejora,
- Do: Ejecutar el plan con las soluciones propuestas
- Check: Verificar los resultados
- Act: Actuar basado en los resultados. Si el problema es solucionado, se incorpora la mejora al proceso diario, en caso contrario, se aplica Deming nuevamente.

El detalle de este capitulo se encuentra en la Parte II de este plan de negocios “ITLA LABS “

6. EQUIPO DEL PROYECTO

El equipo gestor de este Plan de Negocios está compuesto por las siguientes personas:

- 1) Sebastián Guzmán Flores; Ingeniero Comercial Universidad Adolfo Ibáñez, Global MBA Universidad de Chile – EMBA Tulane University (en proceso de titulación). Profesional con más de 7 años en la Industria de TI & Servicios desempeñándose en las áreas de Marketing y Ventas de Sector Retail.

- 2) Fabian Ramírez Rucan; Ingeniero en Telecomunicaciones Universidad Diego Portales, Global MBA Universidad de Chile – EMBA Tulane University (en proceso de titulación). Profesional con más de 5 años en la Industria de TI & Servicios y 12 años en la Industria de las Telecomunicaciones, desempeñándose en las áreas de Operaciones y Proyectos.

**El detalle de este capítulo se encuentra en la Parte II de este plan de negocios
“ITLA LABS “**

7. PLAN FINANCIERO

La valorización de este plan de negocios considera un horizonte de evaluación de proyecto de 10 años donde principalmente la inversión se centrará en la compra de computadores y herramientas para que los técnicos puedan realizar su trabajo de forma eficiente y para la habilitación física de la oficina, decoración y mobiliarios y la habilitación de la conectividad.

Para la realización de este Plan de Negocios es necesario considerar un monto de inversión de CLP 95MM.

El Valor Actual Neto de este proyecto será de CLP 174MM, una Tasa Interno de Retorno de 22% con un payback de 7 años. Las utilidades al año 10 llegarán a los CLP 57MM con activos totales calculados en CLP 329MM.

El proyecto asume financiamiento con inversión propia y no considera deuda ni de corto o largo plazo.

Inversion inicial	95 MM
VAN (CLP \$)	174MM
Tasa de descuento	13,5%
Crecimiento LP	2,36%
TIR	22%
Payback	7 Año

El detalle de este capítulo se encuentra en la Parte II de este plan de negocios “ITLA LABS “

8. RIESGOS CRÍTICOS

Ítem	Riesgos	Mitigaciones	Acciones Adicionales
1	Planes de Servicio Mensual no generan la demanda esperada	+ planes flexibles + gestión de ventas y mas publicidad	+medición de nivel de servicio y fit de estos
2	Crecimiento de ventas menor al esperado	+ aumentar mercado objetivo	+evaluar servicios ofrecidos actuales
3	Pérdida de clientes debido a atenciones independientes que realicen nuestros propios empleados.	+ precios competitivos + servicios adicionales que el freelance no tiene	+clausula en el contrato que castigue estas practicas
4	Fuga de clientes debido a atenciones de tecnicos externos freelance.	+contratos anuales que aseguren un precio mas competitivo	+ ofrecer ventajas financieras (días de pago extra)

**El detalle de este capítulo se encuentra en la Parte II de este plan de negocios
“ITLA LABS “**

9. PROPUESTA INVERSIONISTA

Inversión emprendedor 46% y 54% inversionista

	Inversion %	Inversion MM\$	Flujos y acciones
Emprendedor	46%	-43,7	54%
Inversionista	54%	-51,3	46%
Total Proyecto	100%	-95,0	100%

	VAN	TIR
Emprendedor	\$101,24	23%
Inversionista	\$73,42	20%
Total Proyecto	\$174,66	22%

Flujo emprendedor	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Inversion inicial de capital	-43,7											
Flujo	-43,7	-14,7	-0,5	5,1	6,2	6,3	11,6	17,1	22,0	27,9	32,6	293,9
Acumulado	-43,7	-58,4	-58,9	-53,8	-47,6	-41,3	-29,7	-12,6	9,4	37,3	69,9	

Flujo Inversionista	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Inversion inicial de capital	-51,3											
Flujo	-51,3	-12,6	-0,4	4,4	5,3	5,4	9,9	14,5	18,7	23,7	27,8	250,3
Acumulado	-51,3	-63,9	-64,3	-59,9	-54,6	-49,3	-39,3	-24,8	-6,1	17,7	45,5	

Flujo Total	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Inversion inicial de capital	-95,0											
Flujo	-95,0	-27,3	-0,9	9,5	11,4	11,7	21,5	31,6	40,7	51,6	60,4	544,2
Acumulado	-95,0	-122,3	-123,2	-113,7	-102,3	-90,5	-69,0	-37,4	3,3	54,9	115,4	-

Para poder implementar el negocio en su totalidad, la administración será de exclusiva responsabilidad del emprendedor por el período que involucra este Plan de Negocios que son 10 años.

El detalle de este capítulo se encuentra en la Parte II de este plan de negocios “ITLA LABS “

10. CONCLUSIONES

Tanto el volumen actual del mercado, de sus tendencias de crecimiento y de un margen entorno al 28% hace que este Plan de Negocios sea atractivo y dado el análisis detallado anteriormente hace que su implementación sea factible tanto en los ámbitos técnico-comercial como financieramente.

El análisis de la industria y las fuerzas de Porter indican que estamos en frente a una industria que posee una alta competitividad y un alto poder de negociación de parte de los compradores debido a la gran oferta de empresas TI, sin embargo a través de una propuesta de valor ajustada a las necesidades de las microempresas y con una estrategia de diferenciación que permite otorgar un “servicio de grandes empresas para microempresas”, creemos que ITLA-LABs puede competir fuertemente y posicionarse en el mercado objetivo de las microempresas que presenta un crecimiento anual de 5% a 6%, apuntando como objetivo a lograr un marketshare de 1,08% al año 10.

Análisis financiero

Inversion inicial	95 MM
VAN (CLP \$)	174MM
Tasa de descuento	13,5%
Crecimiento LP	2,36%
TIR	22%
Payback	7 Año

Por último, se identifican posibles oportunidades de expansión para ITLA-LABs, tanto desde el punto de vista geográfico considerando el alto número de microempresas que poseen las provincias de Valparaíso y Concepción aportando a planes de descentralización que apuntan los gobiernos y desde el punto de vista de servicios,

implementando servicios de consultorías de “transformación digital” para microempresas que les permita implementar dicha transformación en el menor plazo posible.

11. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- ACTI (Asociación Chilena de Tecnologías de la Información)
- Páginas web de las empresas Servitec, PC-Tech, Best Solution y Tecnofull Chile.
- Tech Radar – Comparativa Precios de Laptops y PCs año 2018
- Spideroak – Precios y Planes Cloud 2019
- Teamviewer – Precios y Plataformas de conexión remota 2019
- SII - Estadísticas de empresas por región, rubro y subrubro
- Ministerio de Economía - Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas año 2015
- CompTIA – Precios y Certificaciones TI
- SolarWinds ITSM – What’s the average IT Service Desk to Employee Ratio? Article May 30, 2018
- Diario El Economista America – “Chile. 74% de los trabajadores quisieran trabajar desde su casa, pero su compañía no lo permite”. Mayo 2018
- ITIL v3 – Ciclo de Deming
- Portal Inmobiliario – Precios de Arriendos de Oficinas
- Banco Central – Tasa de Interés Mercado Secundario, Bonos en UF a 30 años (BCU, BTU), 08 Marzo 2019
- Banco Central – Informe de Política Monetaria Junio 2016
- Damodaran - Total Equity Risk Premium – Chile
- Damodaran - Unlevered beta corrected for cash - Computer Services
- Experiencia Profesional de grupo gestor de este Plan de Negocios

12. ANEXOS

12.1 ANEXO A – Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas – Ministerio Economía, Fomento y Turismo – octubre 2015 (extracto)



MINISTERIO DE ECONOMÍA FOMENTO Y TURISMO
División de Política Comercial e Industrial

octubre 2015

Resumen Ejecutivo

El presente documento entrega una descripción del acceso y uso de las tecnologías de la información y comunicación al interior de las empresas, empleando para ello los resultados de la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas. Esta encuesta retrata la situación de empresas durante el 2013 cuyas ventas durante el 2012 hayan sido superiores a las 800,01 UF. Dentro de los principales hallazgos se encuentra que:

Infraestructura y uso de TIC al interior de las empresas:

- **Disponibilidad de dispositivos tecnológicos activos:** un 84,6% del total de las empresas encuestadas cuenta con al menos uno de los siguientes dispositivos activo para fines laborales: computador de escritorio, servidor, computador portátil, Tablet y/o Smartphone. Esta cifra alcanza 81,2% en las microempresas, 97,8% en las pymes y 99,8% en las grandes empresas.
- **Uso de los dispositivos:** el 46,0% de los trabajadores¹ de la empresa emplea alguno de los dispositivos mencionados, proporción que se reduce a 42,0% en las pymes y a 38,4% en las grandes empresas. Cabe destacar que, sólo un 23,6% de las personas cuenta con un computador de escritorio, un 10,9% Smartphone, un 10,5% computador portátil y un 1,1% Tablet para fines del negocio.
- **Softwares más utilizados:** el tipo software más empleado es el básico de oficina (74,9% de las empresas) seguido por el de administración (20,7%). En este último caso, sólo un 12,4% de las microempresas lo tiene mientras que en las pymes este porcentaje sube a 50,2%. Respecto a softwares de ventas, marketing y gestión de clientes, menos del 40% de las empresas grandes lo tiene.
- **75,9% de las empresas utiliza Internet para fines de la empresa.** Por tamaño de empresa las cifras son: 70,6% en las microempresas, 96,0% en las pymes y a 99,9% en las grandes. En términos de trabajadores, sólo un 33,3% de ellos usa Internet, cifra que se reduce en las pymes y grandes empresas (alcanzando 29,9% y 29,7%, respectivamente).
- **Tipo de conexión a Internet:** un 75,8% de las empresas que utilizan internet, utiliza banda ancha fija, ADSL o cable, siendo éste el tipo de conexión más empleado por las microempresas (76,6%) y pymes (74,9%). Por el contrario, solo el 12,8% de las empresas lo hace a través de fibra óptica o red privada IP. Las grandes empresas prefieren utilizar Internet dedicado (75,9% de ellas).
- **Usos de Internet:** un 94,5% del total de empresas que utiliza Internet lo hace para enviar y recibir correos electrónicos y mensajería instantánea. En tanto, un 20,8% lo emplea para obtener información de la competencia.
- **Trámites en línea en el sitio del SII:** un 82,7% de las empresas que usa Internet ha pagado de IVA en línea y un 75,6% ha realizado la declaración renta. Estas cifras se mantienen a través de todos los estratos de tamaño de empresa.

¹ Esto incluye trabajadores, dueños y socios de la empresa que laboren en ella.

- **Trámites en línea en la Dirección del Trabajo:** un 33,7% del total de empresas que utilizan Internet ha enviado cartas de aviso, mientras que un 32,4% ha realizado constancias. Llama la atención la subutilización del portal por parte de las microempresas en comparación a las pymes. En efecto, alrededor del 23% de las microempresas usan en portal para enviar cartas de aviso mientras que esto lo hace el 63% de las pymes. Respecto a constancias, las cifras son similares (23,0% v/s 58,3% respectivamente).
- **Disponibilidad de sitio web:** un 34,1% de las empresas que utilizan Internet cuenta con un sitio web. Este valor alcanza 85,7% en las grandes empresas, 54,6% en las pymes y sólo 26,3% en las microempresas.
- **Servicios ofrecidos en los sitios web:** un 93,4% de las empresas que dispone de un portal entrega información, un 70,6% permite hacer preguntas y contactarse con la empresa y solo un 24,2% permite la venta de productos o servicios. En este último punto, las diferencias por tamaño de empresa son bajas (24,0% en las grandes y 22,6% de las pymes). Para operaciones más sofisticadas, todos los tipos de empresa muestran un bajo uso de su página web.
- **Bajo uso de redes sociales:** menos de un 40% de las empresas que usa Internet tiene presencia en las redes sociales. Esta baja penetración se verifica también en las grandes empresas (48,1%). Las redes más usadas son a Google+ y Facebook (25,4% y 17,7% del total de empresas que utilizan Internet, respectivamente).
- **Comercio electrónico:** un 42,6% de las empresas que utiliza Internet realizó comercio electrónico (ya sea compras y/o ventas) durante el 2013, cifra que se eleva a 72,8% en las grandes y se reduce a 37,6% en las microempresas. En tanto, un 40,1% realizó compras electrónicas, mientras que sólo un 23,7% de las empresas encuestadas reportó haber efectuado ventas.

Seguridad en TIC al interior de las empresas

- **Uso de instalaciones o procedimientos internos de seguridad:** un 42,7% de las empresas que utiliza Internet no cuenta ni utiliza instalaciones o procedimientos internos de seguridad, especialmente en las microempresas donde este porcentaje llega a 47,9%; por el contrario, sólo el 3,0% de las grandes está en esta situación. Adicionalmente, se observa que un 37,7% de las empresas ha implementado la autenticación de contraseña segura y un 23,0% cuenta con una copia de seguridad de datos.
- **Problemas de seguridad y privacidad de la información:** un 53,6% de las empresas que usa Internet indica no haber tenido ninguno de estos problemas. Por otro lado, un 31,9% de las empresas ha tenido problemas con virus, trojano o gusano.
- **Baja disponibilidad de firma electrónica:** solo un 15,1% de las empresas que utiliza Internet cuenta con ella, lo que se descompone en un 13,2% con firma electrónica simple y un magro 1,9% con firma avanzada. Los resultados según tamaño indican que aun entre las grandes empresas su penetración es baja (31,3% cuenta con firma simple y un 19,1% con una avanzada).

1. Introducción

La economía digital impregna innumerables aspectos de la economía mundial, impactando sectores tan diversos como la banca, el comercio minorista, la energía, el transporte, la educación, la edición, los medios de comunicación o la salud. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (en adelante TIC) están transformando las interacciones sociales y las relaciones personales que se llevan a cabo mediante dispositivos y objetos cada vez más conectados y que forman parte del Internet de las Cosas.

El potencial de la economía digital aún no se logra dimensionar del todo. Si bien el comercio mundial de fabricación de las TIC y los servicios siguen creciendo, el impacto real de este sector no se logra identificar y medir claramente con respecto a la contribución de otros sectores productivos tradicionales y su efecto en el producto interno bruto de nuestros países.

El uso de Banda Ancha en los mercados está en constante expansión, con un incremento en las suscripciones de banda ancha inalámbrica – que llegan cerca de un billón de suscripciones, de los países OCDE.

El rendimiento de las redes de comunicación está mejorando con el despliegue de la fibra óptica y 4G, mientras que los precios están disminuyendo, en particular para los servicios móviles.

Por ello, el potencial es enorme para aumentar la adopción y el uso de las TIC e Internet en empresas para impulsar el crecimiento y la innovación, en todos los sectores. Aunque la mayoría de empresas de los países de la OCDE posee una conexión de banda ancha (95% de las empresas con más de 10 empleados en 2014), poseen servicios de computación en nube (22%) o pueden recibir pedidos electrónicos (21%), aun las diferencias entre los países y entre las pequeñas y grandes empresas sigue siendo considerables.

En tal sentido, y dado que Chile es miembro activo de las economías de los países OCDE, el Ministerio de Economía elaboró la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas (Tercera ELE) en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas, con el objeto de caracterizar la situación de las empresas a nivel nacional en diversas áreas, una de ellas es la de TIC. Al emplearla, es posible determinar el acceso y uso de éstas al interior de las empresas, indagando por ejemplo en el tipo de los dispositivos más empleados, uso de software, realización de trámites en línea, realización de comercio electrónico, entre otros.

El marco muestral de la Tercera ELE lo conforman 302.840 empresas, comprendiendo todas aquellas que en el año 2012 se encontraban en el directorio del Servicio de Impuestos Internos (SII), y cuyas ventas superaban las 800,01 UF. La muestra efectiva la comprenden 7.267 empresas, seleccionadas para alcanzar representatividad según tamaño de empresa y sector económico. Esto significa que esta encuesta no cubre a las empresas y emprendimientos informales ni las unidades productivas con registro en el SII con ventas anuales muy pequeñas (menores a 800 UF).

Cuadro N°3: Desagregación de los tipos de dispositivos activos con los que cuentan las empresas, según tamaño

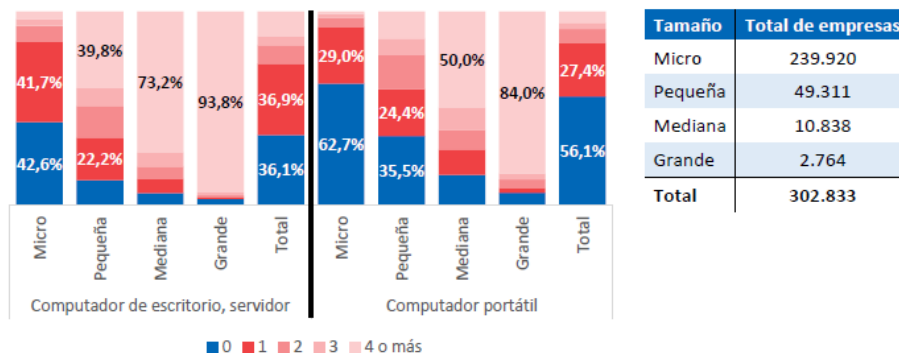
Dispositivo	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Sólo computador	46,5%	43,4%	36,4%	16,8%	45,3%
Sólo Tablet	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Sólo Smartphone	7,0%	1,4%	0,1%	0,3%	5,8%
Computador y Tablet	1,1%	1,9%	1,6%	2,4%	1,3%
Tablet y Smartphone	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%
Computador y Smartphone	22,0%	40,3%	46,8%	51,3%	26,1%
Computador, Tablet y Smartphone	4,3%	10,1%	15,0%	28,9%	5,9%
Total	81,2%	97,3%	99,9%	99,8%	84,6%

Fuente: Elaboración propia en base a la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas.

A continuación se presenta la distribución de las empresas en función al número de computadores de escritorio y/o servidores activos reportado. De los datos se observa que un 36,9% de las empresas registra un dispositivo activo, un 9,6% dos, un 17,5% tres o más y un 36,1% no cuenta con ninguno. Al analizar las cifras según tamaño de empresa se encuentra que un 42,6% de las microempresas indica no disponer de computadores de escritorio y/o servidores, mientras que un 41,7% registra uno, un 8,4% dos, un 3,4% tres y un 3,9% cuatro o más. En tanto, entre las pymes y las grandes empresas la categoría de mayor prevalencia es la de tres o más dispositivos abarcando el 54,6% y 95,2% de las empresas, respectivamente.

Por su parte, respecto al número de computadores portátiles activos reportados se encuentra que un 56,1% de las empresas no dispone de ninguno, un 27,4% cuenta con uno, y un 16,5% registra dos o más unidades. Entre las micro y pequeñas empresas predominan aquellas que no cuentan con tal dispositivo (62,7% y 35,5%, respectivamente), mientras que aquellas que cuentan con uno representan el 29,0% y 24,4%. En el caso de las medianas y las grandes la categoría de mayor prevalencia es "cuatro o más" (50,1% y 84,0% respectivamente).

Gráfico N°1: Distribución del número de computadores de escritorio y portátiles activos en las empresas, según tamaño de empresa

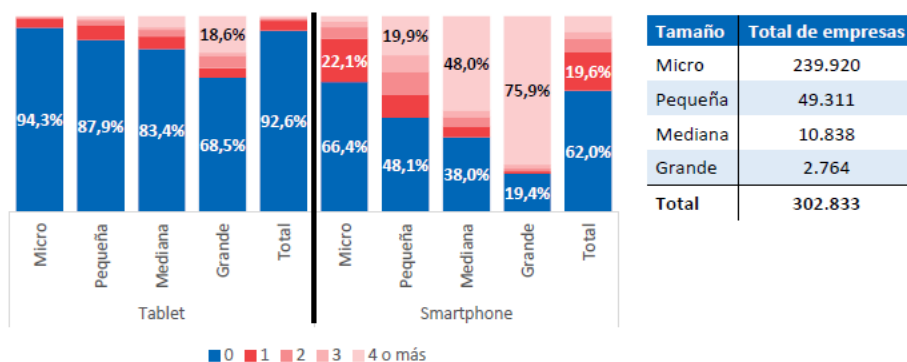


Fuente: Elaboración propia en base a la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas.

Las Tablets aún son poco utilizadas a nivel empresarial. En efecto, el 92,6% de las empresas no dispone de alguno de forma activa, cifra que se eleva a 94,3% entre las microempresas y se reduce entre las pymes (87,1%) y las grandes (68,5%). En tanto, un 5,3% de las empresas dispone de una unidad, un 1,0% dos y un 1,0% tres o más. Al respecto, es importante destacar la relevancia que adquiere la categoría "3 o más" entre las grandes empresas (20,0%).

En relación a la disposición de Smartphones como dispositivos exigidos para el trabajo, los resultados indican que un 62,0% de las empresas no cuentan de ellos, un 19,6% cuenta con uno, un 6,9% con dos, un 3,7% con tres y un 7,8% con 4 o más. Estos resultados varían de forma importante según tamaño de empresa. En efecto, mientras un 66,4% de las microempresas no registra dispositivos activos de este tipo, en los otros tipos de empresa el uso de Smartphones aumenta bastante. En las pymes más de la mitad tiene Smartphones (53,7%) y en las grandes empresas más de un 80% los usa para fines del negocio.

Gráfico N°2: Distribución del número de Tablets y Smartphones activos en las empresas, según tamaño de empresa



Fuente: Elaboración propia en base a la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas.

Con el objeto de complementar el análisis se presenta la proporción de trabajadores dentro de la empresa que emplea los dispositivos activos reportados. De acuerdo a los resultados de la encuesta, un 46,0% de ellas emplea alguno de los dispositivos mencionados. En las microempresas el registro alcanza 88,0%, en pymes se reduce a 42,0% y llega a 38,4% en el grupo de las grandes empresas. Cabe destacar que la superioridad en las proporciones asociadas a las microempresas guardan directa relación con el menor número de trabajadores que éstas registran, de tal modo, es probable que aun cuando disponen de una menor cantidad de dispositivos la proporción de trabajadores que los emplea es elevada dado que el número de trabajadores de éstas también es reducido. Al observar los resultados según tipo de dispositivo se encuentra que un 23,6% de las personas de la empresa emplea computador de escritorio, un 10,9% Smartphone y un 10,5% computador portátil.

Cuadro N°4: Proporción de personas que emplea los dispositivos con los que cuenta la empresa, según tamaño de empresa

Dispositivo	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Computador de escritorio	43,0%	22,2%	20,0%	20,7%	23,6%
Computador portátil	20,4%	9,8%	9,6%	8,5%	10,5%
Tablet	2,3%	1,0%	0,7%	1,0%	1,1%
Smartphone	22,6%	11,3%	9,5%	8,2%	10,9%
Total trabajadores que usan dispositivos	88,0%	44,2%	39,8%	38,4%	46,0%
Número total mensualizado de personas	532.717	875.617	905.294	2.029.132	4.342.759

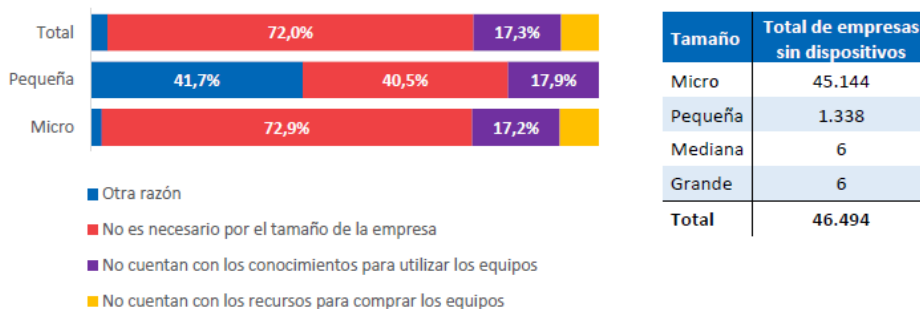
Fuente: Elaboración propia en base a la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas.

Nota 1: las personas contabilizadas son los dueños, socios y trabajadores de la empresa. El total de trabajadores corresponde a la mensualización del total de trabajadores dependientes y a honorarios reportado por las empresas. Donde se incluye a los dueños y socios.

Nota 2: El total de trabajadores difiere del presentado en el "Informe de resultados: empleo y capacitación" (agosto 2015), debido a que el módulo de tecnologías de la información y comunicación sólo fue respondido por 7.265 empresas, mientras que el módulo de recursos humanos fue respondido por 7.267.

Ahora bien, considerando que la fracción de empresas que no tienen alguno de estos dispositivos es significativa, resulta interesante conocer la razón que explica tal fenómeno. Los resultados son resumidos en el Gráfico N°6 e indican que el 72,0% de las empresas que no dispone ningún dispositivo indica que ello se debe a que no es necesario por el tamaño de la empresa, un 17,3% por no contar con los conocimientos para utilizar los equipos y sólo un 7,5% por no contar con los recursos para comprarlos. Al desagregar las cifras según tamaño de empresa se observa que el no contar con los recursos para adquirir los equipos sólo es relevante en las microempresas. En tanto, el no contar con el conocimiento para utilizar los equipos adquiere especial importancia entre las micro y pequeñas empresas (17,2% y 17,9% respectivamente). En las empresas grandes y medianas prácticamente no hay casos sin computadores, tablets o smartphones³.

Gráfico N°3: Principal razón por la cual la empresa no tiene computador de escritorio, portátil o Tablet, según tamaño de empresa



Fuente: Elaboración propia en base a la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas.

Nota: se excluye del gráfico, pero no del cálculo del total, a las medianas y grandes empresas dada su baja prevalencia en la pregunta analizada.

³ Sobre el 97,7% de ellas tiene alguno de los dispositivos preguntados en la encuesta. En la muestra expandida, esto afectaría a 6 empresas grandes y 6 medianas del total de 2.764 y 10.838 en cada caso.

12.2 ANEXO H – Encuesta (www.encuestafacil.com)

13 Encuesta Servicios Computacionales Pymes

No hay ningún filtro aplicado a los resultados de esta encuesta

Género	Total de respuestas
Hombre	68
Mujer	21
Respuestas recogidas:	
89	

Edad	Total de respuestas
18-25	4
26-33	29
34-44	46
45-52	7
53+	3
Respuestas recogidas:	
89	

¿Tiene algún dispositivo de estos en su empresa? (múltiple)	Total de respuestas
Notebook/Macbook	78
Pc de escritorio/ all-in-one/Mac	39
Tablet/Ípad	18
Otro (Por favor especifique)	6
Respuestas recogidas:	
86	

¿De los dispositivos mencionados en el punto anterior, cual es la cantidad aproximada que posee dentro de su empresa?	Total de respuestas
De 0 – 15 equipos	28
De 16 – 30 equipos	5
De 31 – 45 equipos	3
Mas de 45 equipos	49
Respuestas recogidas:	
85	

¿Con que frecuencia ha necesitado Soporte para sus dispositivos?	Total de respuestas
Mensual	35
Trimestral	19
Semestral	10
Annual	21
Respuestas recogidas:	
85	

¿A través de cuál de las siguientes opciones ha realizado este Soporte?	Total de respuestas	1. muy insatisfecho	2. insatisfecho	3.indiferente	4. satisfecho	5.muy satisfecho
Técnico Freelance	17	5	3	5	3	1
Empresa Servicios de Soporte	31	1	3	2	15	10
Algún empleado de su empresa con conocimientos	24	3	8	8	2	3
Otra opción ¿Cuál?	13	2	3	0	6	2

Respuestas recogidas: 85

de 1 a 5, siendo 5 muy satisfecho , esta conforme con su actual forma de soporte IT en su empresa?	Total de respuestas	1. muy insatisfecho	2. insatisfecho	3.indiferente	4. satisfecho	5.muy satisfecho
conformidad de soporte actual	85	11	17	15	26	16
		1	2	3	4	5
		13%	20%	18%	31%	19%

Respuestas recogidas: 85

¿Ha contratado servicios de alguna empresa de soporte para solucionar algún inconveniente en sus dispositivos?	Total de respuestas
Si	25
No	61

Respuestas recogidas: 86

¿En caso de que la respuesta sea afirmativa, cual fue la duración del Servicio?	Total de respuestas
One-time (Visita de emergencia)	14
Mensual	5
Trimestral	3
Anual	12

Respuestas recogidas: 34

¿Cuál era el monto aproximado del servicio que usted pagaba mensualmente por este Servicio?	Total de respuestas
5UF a 10UF	23
10UF a 15UF	8
15UF a 20UF	5
Otro (Por favor especifique)	12

Respuestas recogidas: 48

Si necesitara de ayuda con sus dispositivos, ¿Los servicios ofrecidos por ITLA Labs , son suficientes para elegirlo?	Total de respuestas
Si	38
No	19
No se, ¿Por que?	14
Respuestas recogidas: 71	

¿Cuál de los siguientes aspectos valora en un Servicio de Soporte? (múltiple)	Total de respuestas
Eficiencia	51
Transparencia	32
Efectividad	41
Simplicidad	18
Rapidez	46
Respuestas recogidas: 72	

Cuál de estos atributos/servicios son los que más valora? evalúelos del 1 al 5, siendo 1 muy poco valorado y 5 muy valorado	1. Muy Poco Valorado	2. Poco Valorado	3. Medianamente Valorado	4. Bien valorado	5. Muy bien valorado	Media	Total
Flexibilidad de Planes	0	3	17	30	17	3.9	67
Respuesta 24/7	0	1	11	13	43	4.4	68
Técnicos calificados	0	0	3	21	45	4.6	69
Post venta, garantía	0	0	4	22	42	4.6	68
Equipo de reemplazo mientras dura la reparación	2	3	15	22	27	4.0	69
Mesón de ayuda (telefónico o web)	0	3	17	20	30	4.1	70
Respaldo de información en tiempo real	1	0	8	23	39	4.4	71
Respuestas recogidas: 72							

¿Qué elementos más valora al ingresar a la página web de una empresa de Soporte? (Múltiple)	Total de respuestas
Simplicidad	59
Información de los servicios ofrecidos	43
Clientes a los cuales la empresa atiende	17
Vías de contacto y coordenadas de la empresa fácil de encontrar	44
Tips y Consejos	18
Respuestas recogidas: 71	

Partiendo de la base que las características y servicios de ITLA-Labs (pregunta 1) se ajustaran a las necesidades de su empresa, ¿Qué precio mensual estaría dispuesto a pagar por equipo?	Total de respuestas
1,5 UF	37
2 UF	17
2,5 UF	5
Otro (Por favor especifique)	12
Respuestas recogidas: 71	

Hay algún servicio que valore y que no esté dentro de la oferta de ITLA-Labs. Favor detalle	Total de respuestas
	18
Respuestas recogidas: 18	