



Universidad del Valle de Guatemala

# PeekGrad: Plan de Negocios

Desarrollado por: Carlos López Camey, Héctor Hurtarte, Josué Rendón y Héctor Ruano.

Octubre, 2009

# Tabla de Contenido

<b>Descripción del Proyecto</b>	<b>1</b>
Selección de la idea	1
Descripción de la idea	1
Justificación de la empresa (Modelo de Negocio)	1
Misión y visión de la empresa	1
Análisis FODA	2
Identidad de la empresa	3
Responsabilidad Social	3
Análisis de la Industria	3
<b>Mercadeo</b>	<b>4</b>
Características del segmento del mercado	4
Mercado total y Demanda Potencial	4
La encuesta realizada	5
Resultado de las encuestas	6
Interpretación de las encuestas	7
Conclusiones del Estudio de Mercado	7
<b>Aspectos Operativos (Producción)</b>	<b>8</b>
Descripción del proceso de producción o prestación del servicio	8
Instalaciones	8
<b>Organización</b>	<b>9</b>

**Organigrama de la empresa**

**9**

**Finanzas**

**10**

# Descripción del Proyecto

## Selección de la idea

Tres de los cuatro integrantes, son estudiantes de Ciencias de la Computación en la Universidad, puesto que se decidió hacer un proyecto aplicado a la carrera de estos.

Las características que se quería que cumpliera el proyecto eran:

- Realizar un proyecto *diferente*.
- Un proyecto con proyección a largo plazo. Que persistiera después de concluir el curso.
- Ayudar, contribuir a nuestro entorno: la educación universitaria en Guatemala.

## Descripción de la idea

Ofreceremos un portal electrónico, donde los estudiantes podrán obtener y compartir material educativo relacionado con los cursos de la universidad, como guías de estudio, apuntes de clase, materiales extra, etc. Por otro lado, existe la opción de compartir observaciones, dudas, comentarios y respuestas sobre los documentos publicados, con lo que se incrementa el posible beneficio obtenido de estudiar de dichos documentos.

## Justificación de la empresa (Modelo de Negocio)

Se venderán tickets de acceso. Cada ticket costará Q10 e incluirá 3 accesos. Con cada acceso el estudiante tendrá derecho a seleccionar un material para verlo durante un lapso de una semana. No podrá copiarlo, enviarlo, bajarlo o imprimirlo. Además, se le ofrecerá al cliente la opción de compartir material. Por cada material compartido, le regalaremos 5 accesos.

## Misión y visión de la empresa

### Misión:

Ser el mayor proveedor de material educativo en Guatemala para ayudar con la formación académica de los estudiantes, enseñándoles la actitud de compartir y aprender conocimiento en otros sitios que no sean las cátedras universitarias.

**Visión:**

Ofrecer un medio electrónico a los estudiantes de la Universidad del Valle para compartir y obtener material de estudio. Objetivos de la empresa.

## Análisis FODA

**Fortalezas**

- Todos los estudiantes necesitan herramientas para fortalecer su estudio, nosotros proveemos una.
- No hay ningún producto similar en Guatemala, producto innovador.
- Experiencia en programación y diseño.
- Publicidad accesible en la Universidad por un costo decente.
- Todos tienen cuenta en Facebook.
- Metadata en cada examen: quién hizo el examen, que año, que curso, etc.

**Oportunidades**

- Alumnos de otras instituciones académicas pueden usarlo. (Expansión)
- Cada curso tiene por los menos 4 exámenes parciales, exámenes cortos, apuntes de clases, etc.
- Otros alumnos comparten material a cambio de ver otros.
- Fomentar la cultura de Compartir en Internet.
- Fomentar la mutua ayuda en el estudio y el desarrollo académico.

**Debilidades**

- Tiempo para desarrollar el producto.
- La gente no confía en pagar por Internet, por lo que es necesario vender en la universidad físicamente.
- Algunas personas podrían hacer trampa al usar el servicio, como imprimir vistas de pantalla (screenshots) del material y compartirlo con otros.

**Amenazas**

- Formas de pago, disponibilidad por parte de cada uno para vender cupones.
- Algunos departamentos en la UVG como el de matemáticas para los cursos de primeros años, ponen copias de los exámenes en la fotocopidora, un examen puede costar tan bajo como Q0.25 (una fotocopia).
- Las autoridades en la Universidad podrían dudar de nuestras intenciones y podrían pensar que se trata de una herramienta para fomentar el plagio.



*Peek your graduation*

## Identidad de la empresa

PeekGrad es una empresa que se esfuerza día a día para ofrecer a sus clientes los mejores recursos educativos y herramientas que complementen su aprendizaje en la universidad. Los valores que nos rigen son:

1. **Calidad:** En todos los ámbitos de cada uno de los proyectos que realizamos.
2. **Cultura de compartir:** Fomentamos esta cultura y promovemos el trabajo en equipo en todos nuestros productos.
3. **Conciencia:** Proporcionamos a nuestros clientes material para que trabajen y estudien sin necesidad de violar las reglas de su establecimiento educativo.
4. **Responsabilidad:** Proporcionamos a nuestros clientes material que sirva como herramienta para cumplir con su responsabilidad de estudiar.
5. **Innovación:** Nuestro producto es una forma nueva, fresca y práctica para obtener material educativo.

## Responsabilidad Social

PeekGrad tiene un gran compromiso con las comunidades educativas en el país:

1. Proporcionar medios y recursos para fomentar la comunicación y trabajo en equipo entre los estudiantes.
2. Fomentar entre los estudios la responsabilidad académica a través de proporcionar herramientas útiles y accesibles para hacer más eficiente su tiempo de estudio.

## Análisis de la Industria

En el mercado objetivo del servicio a vender no hay distinción entre minoristas y mayoristas, por lo que esto no se especifica.

El servicio a vender consiste en 3 vistas de archivos alojados en el sitio, por un precio de Q. 10.00. Cada vista de archivo se extiende por un período de 1 semana y se excluyen las posibilidades de imprimirlo o enviarlo por correo.

El servicio ofrece la opción de alojar documentos subidos por el usuario, y por cada uno de estos se regala al usuario una vista de algún archivo alojado.



*Peek your graduation*

El sitio de donde se provee el servicio también ofrece instrucciones acerca de como interactuar con él, además de opciones para ubicar documentos según parámetros específicos o parámetros de búsqueda.

# Mercadeo

## Características del segmento del mercado

El segmento de mercado de clientes esta definido: estudiantes, en principio, universitarios de la UVG.

Dada la naturaleza electrónica del servicio, los medios de publicidad que mejor se adaptan son también de naturaleza electrónica: un sitio web. Sin embargo, para dar a conocer este sitio se plantea la necesidad de distribuir volantes o colocar carteles visibles de donde los potenciales clientes puedan identificar el sitio.

Debido a que en la universidad los exámenes y proyectos son continuos, se plantea el mes de septiembre como un buen momento para realizar la promoción del producto.

La evaluación de los resultados consiste en las estadísticas de las visitas y vistas realizadas al sitio y a los distintos documentos, en relación con la venta de tickets.

Dado que toda la información sobre el proyecto esta tan accesible como acceder a un sitio web, el entrenamiento del personal de ventas consiste en resaltar los beneficios del servicio y grabar en las personas el sitio al que deben acceder.

La publicidad del producto incluye la publicación de un sitio en internet con una descripción del mismo, la colocación de *banners* con la información sobre el servicio y la distribución de volantes invitando a los usuarios a acceder al sitio, la colocación de información en los *screensavers* de los laboratorios de la universidad y su anuncio en redes sociales de uso amplio tales como *Facebook*.

## Mercado total y Demanda Potencial

En la Universidad del Valle se hizo una encuesta, la cual está adjunta. De 40 personas encuestadas, el 35% de las personas respondió que pagaría por un servicio como el que proveemos. Creemos que ese porcentaje puede variar, con respecto a los años en los que encontraban estudiando los encuestados.

Otro aspecto importante es que, en otras universidades no se realizó ninguna encuesta, pero si se extrapolan los resultados, se tiene una oportunidad fuera de la Universidad también.

## La encuesta realizada

Consistió de 10 preguntas:

**1. ¿Suele tomar notas durante las clases de los cursos?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Rara vez
- ☐ Nunca

**2. ¿Estudia usted de sus notas o de las notas que alguien más ha tomado?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Rara vez
- ☐ Nunca

**3. ¿Se prepara usted para los exámenes estudiando de exámenes similares o de años anteriores?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Rara vez
- ☐ Nunca

**4. De ser así, ¿busca usted algún examen que haya sido preparado por el mismo profesor?**

- ☐ Si, casi siempre
- ☐ No, no me importa eso
- ☐ No aplica (no estudio de otros exámenes)

**5. ¿Suele buscar ejercicios adicionales o notas de otros para reforzar el estudio?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Rara vez
- ☐ Nunca

**6. ¿Utiliza las herramientas que provee internet para estudiar? Por ejemplo, ¿lee usted en Internet?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ Ocasionalmente
- ☐ Casi nunca
- ☐ Nunca
- ☐ No tengo una conexión a internet

**7. ¿Guarda usted los exámenes parciales/tareas/cortos/notas de los cursos que ha cerrado?**

- ☐ Siempre
- ☐ Tengo bastantes
- ☐ Tengo unos cuantos
- ☐ Nunca

**8. En caso de ser así, ¿estaría usted dispuesto a compartirlos para beneficiar a otros?**

- ☐ Sí, a cambio de algo
- ☐ Sí, y no me molestaría obtener algo a cambio por eso
- ☐ No
- ☐ No aplica (no guardo mis trabajos)

**9. ¿Tiene usted una cuenta de Facebook?**

- ☐ Sí
- ☐ No (o no sé que es)

**10. De los siguientes precios, ¿cuál de todos estaría dispuesto a pagar por estudiar de exámenes parciales/cortos/tareas o notas de cursos anteriores relacionados con su próximo examen?**

- ☐ Q 10.00, no me lo pensaría dos veces!
- ☐ Q 20, si enserio necesito ganar ése examen
- ☐ Definitivamente más de Q20 si estoy en aprietos
- ☐ No pagaría

---

**Muchas Gracias! estate pendiente!**



## Resultado de las encuestas

1	Suele tomar notas durante las clases de los cursos?	Siempre <b>28%</b>	Casi Siempre <b>40%</b>	Ocasionalmente <b>25%</b>	Rara vez <b>8%</b>	Nunca <b>0%</b>
2	Estudia usted de sus nota o de las notas que alguien ha tomado?	Siempre <b>23%</b>	Casi Siempre <b>38%</b>	Ocasionalmente <b>25%</b>	Rara vez <b>10%</b>	Nunca <b>5%</b>
3	Se prepara usted para los exámenes estudiando de exámenes similares o de años anteriores?	Siempre <b>23%</b>	Casi Siempre <b>33%</b>	Ocasionalmente <b>30%</b>	Rara vez <b>15%</b>	Nunca <b>0%</b>
4	De ser así, ¿busca usted algún exámen que haya sido preparado por el mismo profesor?	Si, casi siempre <b>65%</b>	No, no me importa eso <b>33%</b>	No aplica (no estudio de otros exámenes) <b>3%</b>		
5	Suele buscar ejercicios adicionales o notas de otros para reforzar el estudio?	Siempre <b>18%</b>	Casi Siempre <b>20%</b>	Ocasionalmente <b>40%</b>	Rara vez <b>18%</b>	Nunca <b>5%</b>
6	Utiliza las herramientas que provee internet para estudiar? Por ejemplo, ¿lee usted en Internet?	Siempre <b>28%</b>	Casi Siempre <b>33%</b>	Ocasionalmente <b>30%</b>	Rara vez <b>10%</b>	Nunca <b>0%</b>
7	Guarda usted los exámenes parciales/tareas/cortos/notas de los cursos que ha cerrado?	Siempre <b>45%</b>	Tengo Bastantes <b>28%</b>	Tengo unos cuantos <b>23%</b>	Nunca <b>5%</b>	
8	En caso de ser así, ¿estaría usted dispuesto a compartirlos para beneficiar a otros?	Si, a cambio de algo <b>13%</b>	SI, y no me molestaría obtener algo a cambio por eso <b>83%</b>	No <b>5%</b>	No aplica (no guardo mis trabajos) <b>0%</b>	
9	¿Tiene usted una cuenta de Facebook?	Si <b>83%</b>	No <b>18%</b>			
10	De los siguientes precios, ¿cuál de todos estaría dispuesto a pagar por estudiar de exámenes parciales/cortos/tareas o notas de cursos anteriores relacionados con su próximo exámen?	Q10, no me lo pensaría dos veces <b>28%</b>	Q20, si en serio necesito ganar ese examen <b>5%</b>	Definitivamente mas de Q20 si estoy en aprietos <b>3%</b>	No pagaría <b>65%</b>	

40 PERSONAS ENCUESTADAS	
Ing. Electronica	20%
Ing. Compu	15%
Ing. Industrial	18%
Ing. civil	3%
Quimica farm	5%
Ing. Quimica	10%
Ing. Admon	5%
Ing. Mecanica	3%
Nutricion	3%
Ing. Mecatronica	10%
unknown	10%

## Interpretación de las encuestas

Creemos que hay bastantes estudiantes que guardan sus documentos después de concluir sus cursos y hay una respuesta bastante variada con respecto a que si los estudiantes se ayudan con documentos similares o de años anteriores.

## Conclusiones del Estudio de Mercado

### El Precio

El total de costos y gastos de producción y administrativos asciende a Q. 420.00.

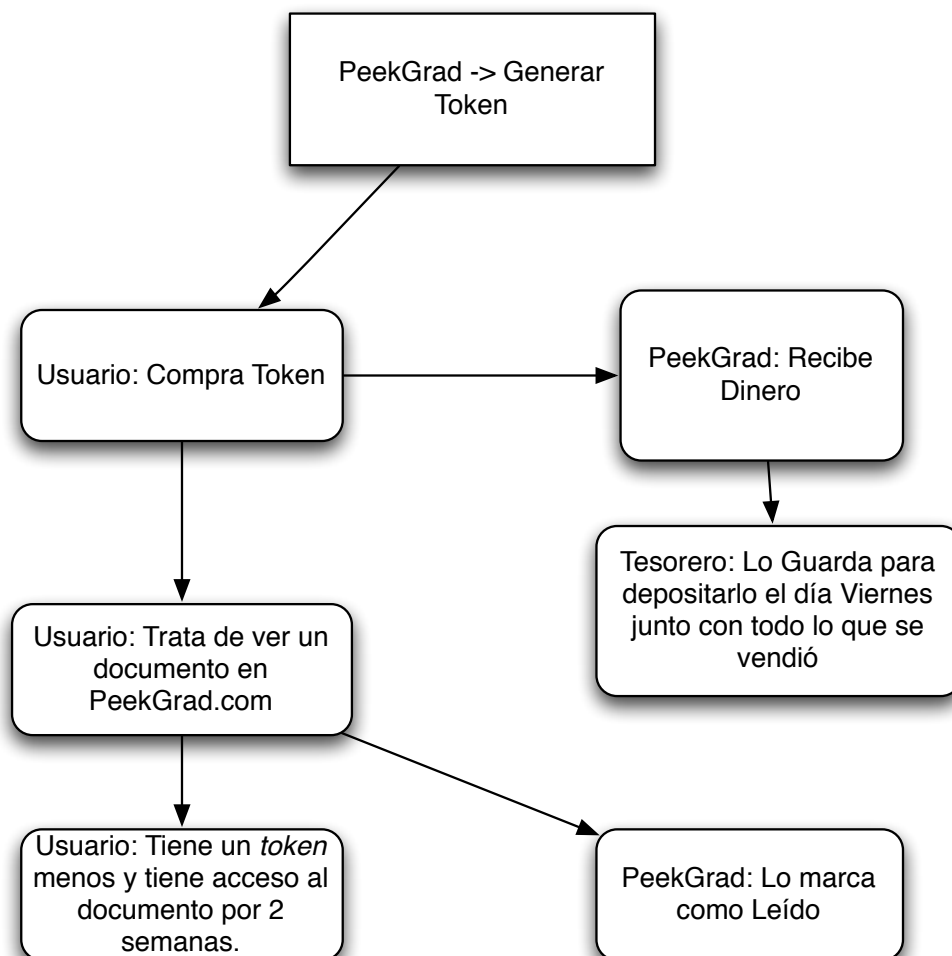
La ganancia neta por unidad planificada es de Q. 5.00

Según el estudio de mercado, un precio de Q.10.00 por unidad (que consiste en 3 vistas) resulta aceptable.

Finalmente, dada la completa ausencia de competencia en el mercado específico de publicación de recursos asociados a instituciones educativas, el precio no se ve afectado por motivos de competencia.

# Aspectos Operativos (Producción)

## Descripción del proceso de producción o prestación del servicio



Instalaciones



*Peek your graduation*

Inicialmente, la forma de comercialización del producto involucra la venta de tickets físicos, por lo que se pondrá un *stand* en un pasillo transitado de la universidad. Luego, dado que éste es precisamente el mercado objetivo, se plantea este lugar como un buen punto de comercialización.

El canal de distribución, dado que, como se mencionó, no existe distinción entre mayoristas y minoristas, será de distribución directa, vendiendo el servicio directamente a los consumidores finales.

# Organización

## **Organigrama de la empresa**

### **Gerente General:**

Héctor Hurtarte

### **Gerente de Ventas y Secretario:**

Carlos Eduardo López Camey

### **Gerente Financiero y Recursos Humanos:**

Héctor Ruano

### **Gerente de Producción y Publicidad**

Josué Rendón

## Taller de Iniciativa Empresarial - UVG IA4001

[illegible]