



PLAN DE NEGOCIOS

IBWOZ

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO	3
1.-NATURALEZA DEL PROYECTO	5
1.1 PROCESOS CREATIVO PARA DETERMINAR EL PRODUCTO.....	5
1.2 DENOMINACIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA.....	5
1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA PÁGINA	6
1.4 MARCO TORICO.....	7
MISIÓN.....	7
VISIÓN	7
VALORES	7
1.5 OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	8
1.6 LOGOTIPO Y SLOGAN	9
2.0 FUNDAMENTOS DESCRIPTIVOS.....	10
2.1 VENTAJAS COMPETITIVAS.....	10
2.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	11
2.2.1 Acceso al Internet en México.....	13
2.2.2 Indicadores sobre actividades científicas y tecnológicas, 2009 a 2011.....	14
2.2.3 Indicadores sobre sociedad de la información, 2013 a 2015.....	15
2.2.4 Importancia de la página web	15
2.3 LAYOUT DE LA PAGINA SOMOS CAMPEONES	16
2.4 DESCRIPCIÓN DEL ESPACIO DE LA PÁGINA	16
3.0 MERCADOTECNIA	17
3.1 OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA	17
3.2 SEGMENTO DE MERCADO	18
3.3 LOS TARGETS	19
3.4 CLAVES DE FUTURO.	19
3.5 FACTORES QUE INFLUYEN EN SUS CLIENTES PARA COMPARAR UN PRODUCTO O SERVICIO	20
3.6 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.	21
4.0 ORGANIZACIÓN	23
4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	23
4.2 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	23
5.0 SITUACIÓN FINANCIERA.....	25
MÉTODO MÍNIMOS CUADRADOS	25

MÉTODO REGRESIÓN LINEAL	27
6.0 INVERSIÓN	28
RH, Material, etc.	28
Costo Mensual / Costo por Material	28

RESUMEN EJECUTIVO

SOMOS CAMPEONES se desarrolla a partir de las carencias de las demás páginas web, en el ámbito deportivo refiriéndose al fichaje.

La página tiene como principal uso, el poder demostrar las habilidades futbolísticas de los usuarios, para ser visualizados por equipos de la liga mexicana o extranjera y posteriormente ser fichados.

La existencia de una empresa que cuente con una página web que ofrezca la posibilidad de subir videos de los usuarios demostrando las habilidades en el futbol es nula, por lo tanto nos hace ser la única página web con estas características.

Consiste en hacer apuestas con puntos virtuales de cada uno de los partidos de liga durante la semana, para acumular y posteriormente ser canjeables por premios. Misma que posteriormente obteniendo recursos financieros las apuestas pueden ser con dinero real para una mejor satisfacción de los usuarios y aficionados al futbol y apuestas

A través de la narración en vivo de los partidos se realiza una serie de comentarios de interacción con el usuario creando una línea de confianza y comunicación para saber si se cumple con las necesidades de los usuarios.

Lo innovador de nuestro proyecto **SOMOS CAMPEONES** es que no existe una página web con estas características en el mercado lo que nos hace tener una ventaja competitiva.

Por lo tanto, sin competencia directa nos convertimos en la única empresa que ofrece una página web con las características mencionadas anteriormente.

La página tiene como mayor finalidad que los jóvenes de las generaciones actuales se enfoquen en actividades deportivas para un mejor desarrollo y desempeño dentro de la sociedad evitando que los mismos puedan estar involucrados con malas compañías e involucrarse en vandalismo.

La propuesta de la página es novedosa además de que va enfocado a jóvenes mismos que pueden enfocarse en actividades deportivas y mejorar su persona así también haciendo en foque a la obesidad que sufre México debido a la falta de actividad física es por eso que en somos campeones la página desarrollara e incitara a los jóvenes para mejorar su situación física refiriéndose a realizar cualquier tipo de actividad física y en especial practicar fútbol. Considerando que si el joven es muy bueno en o que hace puede ser visualizado por equipos de ligas profesionales para ser fichados e incorporados a una liga deportiva

Dar a los jóvenes una alternativa de lograr sus sueños a través del deporte es la clave para crecer como sociedad y evitar posteriormente la delincuencia

Los targets que nos dirigimos, esencialmente son a Cualquier empresa o proyecto que haga de la página un medio esencial.

Agencias de publicidad medianas y pequeñas.

Estos son los targets a los que vamos a dirigir nuestros esfuerzos preferentes, debido a las dificultades de segmentación detallada dirigiremos nuestro esfuerzo al conjunto de empresas, asegurando no perder ninguna oportunidad interesante.

La falta de recursos financieros para la terminación e iniciación de próximos proyectos es un obstáculo debido a que no tenemos apoyo de ninguna institución referente a solventar los gastos de la página y así también de la empresa

El objetivo principal de la página es el reconocimiento del talento mexicano a través de las habilidades futbolísticas para ser visualizados y posiblemente fichados por equipos de las ligas

1.-NATURALEZA DEL PROYECTO

1.1 PROCESOS CREATIVO PARA DETERMINAR EL PRODUCTO.

La elección del producto **SOMOS CAMPEONES** se desarrolla a partir de las carencias de las demás páginas web, en el ámbito deportivo refiriéndose al fichaje.

La página tiene como principal uso, el poder demostrar las habilidades futbolísticas de los usuarios, para ser visualizados por equipos de la liga mexicana o extranjera y posteriormente ser fichados. Sin embargo no es el único proyecto que tiene la empresa **IBWOZ S.A DE C.V**, existe más de un proyecto en mente que aun no se desarrolla por la falta de recursos financieros.

Lo innovador de nuestro trabajo **SOMOS CAMPEONES** es que no existe una página web con estas características en el mercado lo que nos hace tener una ventaja competitiva.

Por lo tanto, sin competencia directa nos convertimos en la única empresa que ofrece una página web con las características mencionadas anteriormente.

1.2 DENOMINACIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

IBWOZ S.A DE C.V

Tipo de empresa

Servicios

Nombre del producto

Somos campeones

Ubicación de oficinas de programación y soporte de la página

Colonia Historiadores Calle Hernán Cortez #28, código postal 72365 Puebla Pué.

Tamaño

Microempresa 4 personas.

1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA PÁGINA

La pagina web **Somos Campeones** cuenta con los siguientes servicios:

- Noticias más sobresalientes de equipos de futbol y de jugadores.
- Minuto a minuto de todos los partidos de todas las ligas.
- Narración en vivo de los partidos a través de YouTube, lo cual nos permite interactuar con los usuarios en vivo.
- Apuestas con puntos virtuales.
- Canjeo de puntos por premios.
- Oportunidad para que los jóvenes suban videos demostrando sus habilidades en el futbol para ser visualizados por ligas y posteriormente ser fichados.

1.4 MARCO TORICO

MISIÓN

Somos una empresa dedicada al desarrollo de aplicaciones Móviles de escritorio y Web, cubriendo las necesidades de nuestros clientes en el sector de servicios informáticos para el mercado.

VISIÓN

Ser una empresa líder a nivel nacional en el desarrollo y venta de aplicaciones Móviles de escritorio y Web, brindando a nuestros clientes una opción única de diseño, calidad e innovación en nuestros servicios informáticos.

VALORES

- Responsabilidad

Cumplimos con una serie de lineamientos, normas y reglas para contribuir en el crecimiento y armonía del entorno.

- Compromiso

Disponemos de todas nuestras capacidades para cumplir con nuestras obligaciones haciendo un poco mas de lo esperado, cuidando los intereses de nuestros clientes y los de la organización.

- Excelencia

Desarrollamos cada una de nuestras aplicaciones con el mejor persona en su ámbito para poder brindar a los usuarios y clientes una mejor calidad en cada una de ellas y así también una satisfacción para el cliente.

- Honestidad

La honradez, la verdad y la congruencia son compromisos en la organización que impulsan acciones para actuar con ética y transparencia generando un desarrollo integral.

1.5 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Objetivo general

Posicionar nuestros servicios informáticos en el mercado nacional, cubriendo las necesidades de nuestros clientes con el mejor desarrollo de aplicaciones móviles, de escritorio y paginas web así también cubriendo las expectativas de nuestros empleados e inversionistas creando un valor, y marcando diferencia.

Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado con la finalidad de detectar las necesidades de los usuarios, para dar una alternativa de solución a través de la página.
- Posicionar localmente la pagina **SOMOS CAMPEONES** al que los demandantes reconozcan por su calidad, diseño e innovación en cada apartado de la pagina, mediante la buena promoción de marketing.
- En un lapso de 2 años crear nuestro primer equipo de futbol creado por los jóvenes mas votados en la página web, de acuerdo a sus habilidades, para desarrollar su potencial en el futbol.
- Lanzar al mercado en 5 años nuestro segundo producto informático, mediante la constante investigación de las necesidades de los clientes para un mejor reconocimiento de la marca.

1.6 LOGOTIPO Y SLOGAN

Logo



SOMOS CAMPEONES

Slogan

HACER POSIBLE, LO IMPOSIBLE

2.0 FUNDAMENTOS DESCRIPTIVOS

2.1 VENTAJAS COMPETITIVAS

Pagina web somos campeones

El objetivo principal de la pagina es el reconocimiento del talento mexicano a través del las habilidades futbolísticas para ser visualizados y posiblemente fichados por equipos de las ligas.

➤ **Innovador**

La existencia de una empresa que cuente con una pagina web que ofrezca la posibilidad de subir videos de los usuarios demostrando las habilidades en el futbol es nula, por lo tanto nos hace ser la única pagina web con estas características.

➤ **Apuestas**

Consiste en hacer apuestas con puntos virtuales de cada uno de los partidos de liga durante la semana, para acumular y posteriormente ser canjeables por premios.

➤ **Reconocimiento**

Consiste en el reconocimiento de las personas con un mayor puntaje en las apuestas para conocer su trayectoria dentro de la pagina

➤ **Interacción con el usuario**

A través de la narración en vivo de los partidos se realiza una serie de comentarios de interacción con el usuario creando una línea de confianza y comunicación para saber si se cumple con las necesidades de los usuarios.

➤ **Calidad**

La realización de la pagina web cuenta con el mejor personal para su mejor desarrollo y aceptación en el mercado comenzando desde el diseño de la pagina a través de los diferentes estudios mercadológicos y contando con personal idóneo para la programación de la misma.

2.2 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Paralelamente a su uso creciente, en los últimos años se observa una progresiva concentración de las búsquedas en unas pocas marcas. Si bien existe un importante número de sitios web donde buscar cada vez son menos las alternativas que se reparten la mayor parte de los resultados, es decir, cada vez son menos los indexadores reales de páginas de la Red. Entre las circunstancias causantes de esta situación se pueden citar al menos tres: la crisis de la denominada “burbuja tecnológica”, que dio al traste con muchas compañías del sector; la tendencia empresarial hacia la concentración mediante fusiones o adquisiciones; y el sorprendente y avasallador éxito de algunas empresas (en particular, Google). Evolución de los buscadores y sus estrategias de negocio

Durante el denominado Boom tecnológico, ambos sistemas evolucionaron hacia un nuevo concepto denominado portal, basado en la oferta de múltiples servicios a sus visitantes. En los portales, las búsquedas de información forman parte de la oferta diversificada del sitio junto a chats, foros, noticias o direcciones de correo electrónico de acceso gratuito. Los modelos de negocio para rentabilizar la creciente inversión en infraestructuras y servicios, siempre gratuitos para el visitante, siguen basándose en la venta de publicidad en diferentes formatos. «La globalización en el mercado se debe a la crisis tecnológica, que acabó con muchas compañías del sector; la tendencia empresarial hacia la concentración mediante fusiones o adquisiciones; y el avasallador éxito de algunas empresas

La estrategia en la página de resultados de los buscadores va postergando los mensajes publicitarios en forma de banners, pop-ups y propuestas más agresivas para dejar paso a un procedimiento más sutil: estar en los primeros lugares de la lista bajo un determinado término de búsqueda. La clave, aunque bajo distintas presentaciones, es que la publicidad pase lo más desapercibida posible

Los enlaces patrocinados, a unos pocos céntimos el impacto, han resultado ser un suculento negocio.

Cómo funcionan los enlaces patrocinados Cuando un usuario de un buscador lanza una consulta cualquiera recibe en cuestión de segundos una lista ordenada de resultados. Junto a los enlaces que obedecen a criterios objetivos de relevancia (frecuencia absoluta, ubicación, densidad, inmediatez, popularidad o proximidad), dependiendo del web utilizado se muestran más o menos diferenciados y priorizados otros enlaces con la etiqueta “patrocinados” o simplemente “Overture”. Los buscadores perciben sus ingresos principalmente de este tipo de publicidad que representa para sus clientes (empresas, organizaciones, partidos políticos, instituciones, etc) poder aparecer en una mejor situación en la lista de resultados. Para las organizaciones que pagan por situarse en las primeras posiciones, ésta es una de las formas más efectivas de publicitar un web en internet. Los anunciantes pujan una cantidad, que parte de unos pocos céntimos, por cada palabra clave por la que quieren ser encontrados. Dependiendo del precio que tenga ese término aparecerán más arriba o más abajo de la lista. Si muchos clientes pujan por la misma el precio aumentará y, si por el contrario, es poco demandada, con menos dinero aparecerá en los primeros lugares. Los diferentes anunciantes interesados en una palabra son ordenados rigurosamente según la cantidad que han pagado. «Los anunciantes pujan una cantidad, que parte de unos pocos céntimos, por cada palabra clave por la que quieren ser encontrados» Todo está previsto, pues si dos clientes ofertan lo mismo se sigue un criterio de antigüedad o si uno de ellos ofrece un precio excesivamente superior al de su inmediato perseguidor puede ser informado por los administradores del buscador para que lo ajuste y reducir así la brecha de coste.

Cada buscador dispone de herramientas para que el cliente pueda gestionar sus licitaciones, los términos por los que quiere ser encontrado, la cantidad límite que quiere gastar, las fechas en las que realizará sus campañas, los países y los idiomas en los que se realizará. Otras funcionalidades ofrecen soporte para buscar palabras clave o frases con los sinónimos más populares sobre la base de miles de millones de búsquedas de los usuarios. Esto hace que el anunciante obtenga una mejor segmentación y un mayor número de

impactos

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2004/julio/5.pdf>

2.2.1 Acceso al Internet en México

El desarrollo de nuevas tecnologías, así como el alcance a ellas, ha dado un crecimiento de acceso al Internet de maneras distintas.

No hace muchos años, el acceso a la “red de redes” era solamente por PCs y/o equipos portátiles como notebooks, así como también era necesario tener una conexión por medio de un cable que recibía y mandaba la información a través de la red telefónica. En donde anteriormente se utilizaba para búsqueda de la información, transferencia de datos y comunicación; en donde usualmente se hacía en la oficina, hogar y/o escuela.

Con la entrada de los teléfonos inteligentes (smartphones), la tabletas electrónicas (por ejemplo la iPad), la banda ancha y las redes wifi, (sin dejar también de mencionar los dispositivos como smartTV's, los relojes inteligentes, google glass, etc.). Ahora es mucho más fácil poder estar conectado al Internet, en donde su aplicación y usos también se han diversificado en áreas de diversión y entretenimiento, teniendo una gran gama de páginas ya sea para jugar “en línea” o ver programación de televisoras y películas a través de sistemas “streaming”.

De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), y a la información obtenida de la encuesta que realizó: Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH 2013), muestra que a pesar del intenso ritmo de crecimiento de estas de las tecnologías en el mundo y su alcance a las mismas, en México aún muestra rezagos importantes.

En países los países que componen la OCDE el acceso es en promedio del 70 por ciento de los hogares con conexión a Internet, México muestra solamente un 30.7 por ciento.²

Un comportamiento semejante guarda la disponibilidad de computadora: el 75 por ciento de los hogares en países desarrollados dispone de equipo, mientras que en el nuestro la proporción es del 35.8 por ciento.

Respecto de las conexiones a Internet, conviene hacer algunas comparaciones respecto de países de la región. Para los latinoamericanos que incorporaron indicadores al sistema de estadísticas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de la ONU (CEPAL) para el año 2011, el promedio de hogares con Internet alcanzaba el 29.7 por ciento. Uruguay, Argentina y Chile tienen proporciones de poco más del 40 por ciento, mientras que la proporción en México es del 30.7 por ciento al 2013.

2.2.2 Indicadores sobre actividades científicas y tecnológicas, 2009 a 2011

Indicador	Unidad de medida	Valores			Variación anual	
		2009	2010	2011	2010	2011
Patentes solicitadas en México	Número	14 281	14 576	14 055	2.1	-3.6
Patentes concedidas en México	Número	9 629	9 399	11 485	-2.4	22.2
Acervo de recursos humanos en ciencia y tecnología ^{a b}	Miles de personas	9 816.9	10 118.8	10 370.2	3.1	2.5
Población que está ocupada en actividades de ciencia y tecnología ^b	Miles de personas	5 736.9	5 893.8	6 169.8	2.7	4.7
Proporción de la población económicamente activa ocupada que labora en actividades de ciencia y tecnología ^b	Porcentaje	13.1	13.3	13.4	1.5	0.8
Egresados de licenciatura	Personas	333 378	344 651	371 451	3.4	7.8
Graduados de programas de doctorado	Personas	2 724	2 673	2 826	-1.9	5.7
Miembros del sistema nacional de investigadores	Personas	15 565	16 600	17 639	6.6	6.3
Apoyos a becarios del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) en el país y el extranjero	Becas vigentes (Personas)	30 634	37 396	40 596	22.1	8.6
Gasto federal en ciencia y tecnología	Millones de pesos	45 973.6	54 436.4	58 810	18.4	8.0
Establecimientos certificados con ISO 9001:2000 y 14001	Número	1 847	2 497	2 906	35.2	16.4
Saldo de la balanza de pagos tecnológica	Millones de dólares	-1 728.2	-568.6	-676.2	-67.1	18.9
Exportaciones mexicanas de bienes de alta tecnología	Millones de dólares	41 965.9	52 122.9	55 734.1	24.2	6.9
Importaciones mexicanas de bienes de alta tecnología	Millones de dólares	82 807.2	63 977.6	68 780.4	-23.9	9.2

2.2.3 Indicadores sobre sociedad de la información, 2013 a 2015

Indicador	Unidad de Medida	Valores porcentuales.			Variación Porcentual (diferencia en puntos)	
		2013	2014	2015	2014	2015
Hogares con computadora (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	35.8	38.3	44.9	2.5	6.6
Hogares con conexión a Internet (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	30.7	34.4	39.2	3.6	4.8
Hogares con televisión (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	94.9	94.9	93.5	0.0	- 1.3
Hogares con televisión de paga (como proporción del total de hogares)	Porcentaje	36.7	38.1	43.7	1.4	5.6
Usuarios de computadora (como proporción de la población de seis años o más de edad)	Porcentaje	46.7	46.3	51.3	- 0.4	5.0
Usuarios de Internet (como proporción de la población de seis años o más de edad)	Porcentaje	43.5	44.4	57.4	0.9	13.0
Usuarios de computadora que la usan como herramienta de apoyo escolar (como proporción del total de usuarios de computadora)	Porcentaje	49.7	50.1	51.3	0.4	1.2
Usuarios de Internet que han realizado transacciones vía Internet (como proporción del total de usuarios de Internet)	Porcentaje	5.8	5.5	12.8	- 0.2	7.3
Usuarios de Internet que la acceden desde fuera del hogar (como proporción del total de usuarios de Internet)	Porcentaje	44.1	43.2	29.1	- 1.0	- 14.1

Fuente: De 2013 a 2014 **INEGI**. Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares. Para 2015 **INEGI**. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de TIC en Hogares, ENDUTIH 2015.

Fecha de actualización: Miércoles 23 de marzo de 2016

2.2.4 Importancia de la página web

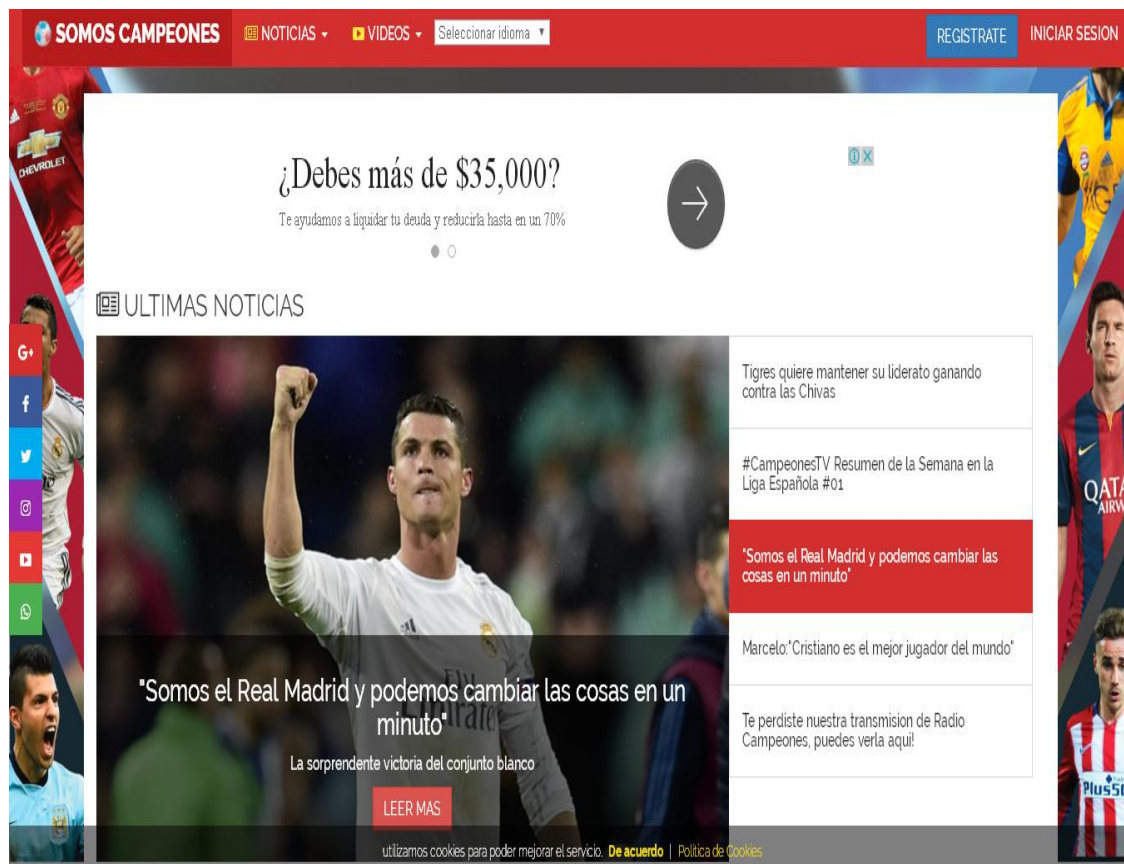
Hay que pensar en internet como en un mundo paralelo, pero estrechamente conectado con el real. Digo paralelo por que si alguien busca una empresa en internet y no la encuentra, es como si esa empresa no existiera para ese usuario. Pero si el usuario encuentra el sitio web de la empresa, pues luego tiene muchas mas posibilidades de contactarse en el mundo físico y transformarse en un cliente.

El hecho de tener un buen diseño de página web es muy importante. El aspecto, la funcionalidad y el contenido del sitio son los encargados de

transmitir al usuario la esencia de la empresa y de convencerlo de confiar en sus productos y servicios.

Hay que pensar que un usuario que visita tu sitio web no tiene idea sobre la empresa, y todo lo que sabe es lo que uno le muestra a través de los contenidos del sitio. Ya sean textos, fotos, videos, etc.

2.3 LAYOUT DE LA PAGINA SOMOS CAMPEONES



<http://www.campeonessomos.com/>

2.4 DESCRIPCIÓN DEL ESPACIO DE LA PÁGINA

La página se encuentra clasificada en apartados referentes a el tipo de información y lo que el usuario le interesa observar.

3.0 MERCADOTECNIA

3.1 OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- **Identificar los mercados en los que el servicio sea factible.**

Satisfacer las necesidades y/o deseos de nuestros prospectos a través de los servicios que se ofrecerán y tener altas probabilidades de que estos sean rentables, pero considerando que la incursión y la permanencia sea factible, lo cual dependerá de la capacidad financiera, del desarrollo de aplicaciones y mejoramiento de la página web.

- **Lograr una buena participación en el mercado.**

En otras palabras conseguir una buena aceptación y posición y en lo posible ser líderes con respecto al número de visitas a todas nuestras opciones con las que cuenta la página web de Somos Capiones. Lograr este objetivo es muy importante por que ayuda a que los patrocinios sean visualizados el mayor número de veces y por otro lado una mejor posicionamiento en el mercado de páginas de fútbol y una buena reputación ante los ojos de los usuarios patrocinadores, inversionistas etc. Por que eso significa que se transmite una imagen de que todo se está haciendo correctamente.

- **Lograr un crecimiento acorde a la realidad del mercado y al ciclo de vida.**

Lograr un crecimiento en el número de visitas a la página y que la empresa obtenga un mayor número de patrocinios para la misma, así como obtener mayor número de ingresos.

- **Lograr utilidades o beneficios para la empresa.**

Todos los objetivos que se pueden lograr, están condicionados al hecho de conseguir utilidades para la empresa, caso contrario, no habría un éxito real, sino un fracaso.

- **Incrementar el número de patrocinadores.**

Incrementar el numero de patrocinadores para la pagina somos campeones mediante el buen desarrollo y desempeño en el mercado para crear confianza en el patrocinador y en el usuario final.

➤ **Apuestas reales**

Lograr una penetración en el mercado exitosa, referente a las apuestas virtuales para conseguir que se conviertan en apuestas con dinero real para lograr un mayor entretenimiento y satisfacción de los beneficios de la página.

3.2 SEGMENTO DE MERCADO

Cientes

Variables	Descripción
Demográfica	Edad 13- 35 Sexo. Masculino y femenino Ocupación. General
Pictográfica	Estilo de vida. aficionados al futbol con gustos referentes a la apuesta mediante puntos virtuales
Cientes reales	Jóvenes con habilidades deportivas para ser visualizados por equipos de la liga de futbol y así también a personas con preferencias por el deporte de futbol.
Cientes potenciales	Hombre y mujeres interesados por el servicio.
Sector empresarial	Empresas que por medio de publicidad y anuncios pretendan ganar más consumidores a través de la visualización de mas personas de la población.

3.3 LOS TARGETS

Los targets que nos dirigimos, esencialmente son:

Cualquier empresa o proyecto que haga de la página un medio esencial.

Agencias de publicidad medianas y pequeñas.

Estos son los targets a los que vamos a dirigir nuestros esfuerzos preferentes, debido a las dificultades de segmentación detallada dirigiremos nuestro esfuerzo al conjunto de empresas, asegurando no perder ninguna oportunidad interesante.

3.4 CLAVES DE FUTURO.

Las claves del desarrollo del mercado y nuestro crecimiento como página residen en:

- Las nuevas oportunidades que proporcionarán la tecnología, especialmente la telefonía móvil y los micro portátiles que permitirán acceder a Internet desde cualquier punto y momento.
- Nuestra capacidad de adaptación a los cambios tanto tecnológicos como, sobretodo, de hábitos de los consumidores y aprovecharlos para liderar el mercado.
- Dotarnos de la flexibilidad operativa necesaria para desarrollarnos en un entorno en constante evolución.

3.5 FACTORES QUE INFLUYEN EN SUS CLIENTES PARA COMPARAR UN PRODUCTO O SERVICIO

❖ **Calidad del producto**

A través de la pagina online lo que queremos es dar a nuestros usuarios una pagina web de calidad, nos referimos a que la programación de la misma este innovando para satisfacer las expectativas de los usuarios con respecto al futbol.

❖ **Opiniones y valoraciones de los usuarios**

Nos referimos a los comentarios positivos o negativos que va adquiriendo la página, lo cual generar buena fama confianza o desconfianza mala fama en los nuevos y actuales usuarios.

❖ **Función de búsqueda visual**

Esta función facilita la búsqueda de productos para el cliente lo cual aumenta las posibilidades de compra.

❖ **Fácil navegación**

Nos enfocamos en generar a los usuarios una experiencia de navegación divertida, entretenida y de fácil entendimiento.

❖ **Innovación**

La tendencia de la programación va cambiando, es por eso que nosotros ofrecemos estar actualizando y mejorando la página para ser la primera opción para los usuarios y ofrecer una mejor experiencia en la visita de la página.

3.6 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

❖ **Publicidad**

Volantes en instituciones educativas de cierto rango de edad para poder incitar a los jóvenes con intereses acerca del futbol y de la visualización gratuita de sus habilidades en el futbol por equipos de la liga.

❖ **Redes sociales**

La importancia de las redes sociales es imprescindible es por tal motivo que a través de las mismas se hacen publicaciones y se genera una red de visualización de los usuarios a través de los videos mas sobresalientes de la semana mismos que serán etiquetados y compartidos por los aficionados.

❖ **Anuncios vía internet**

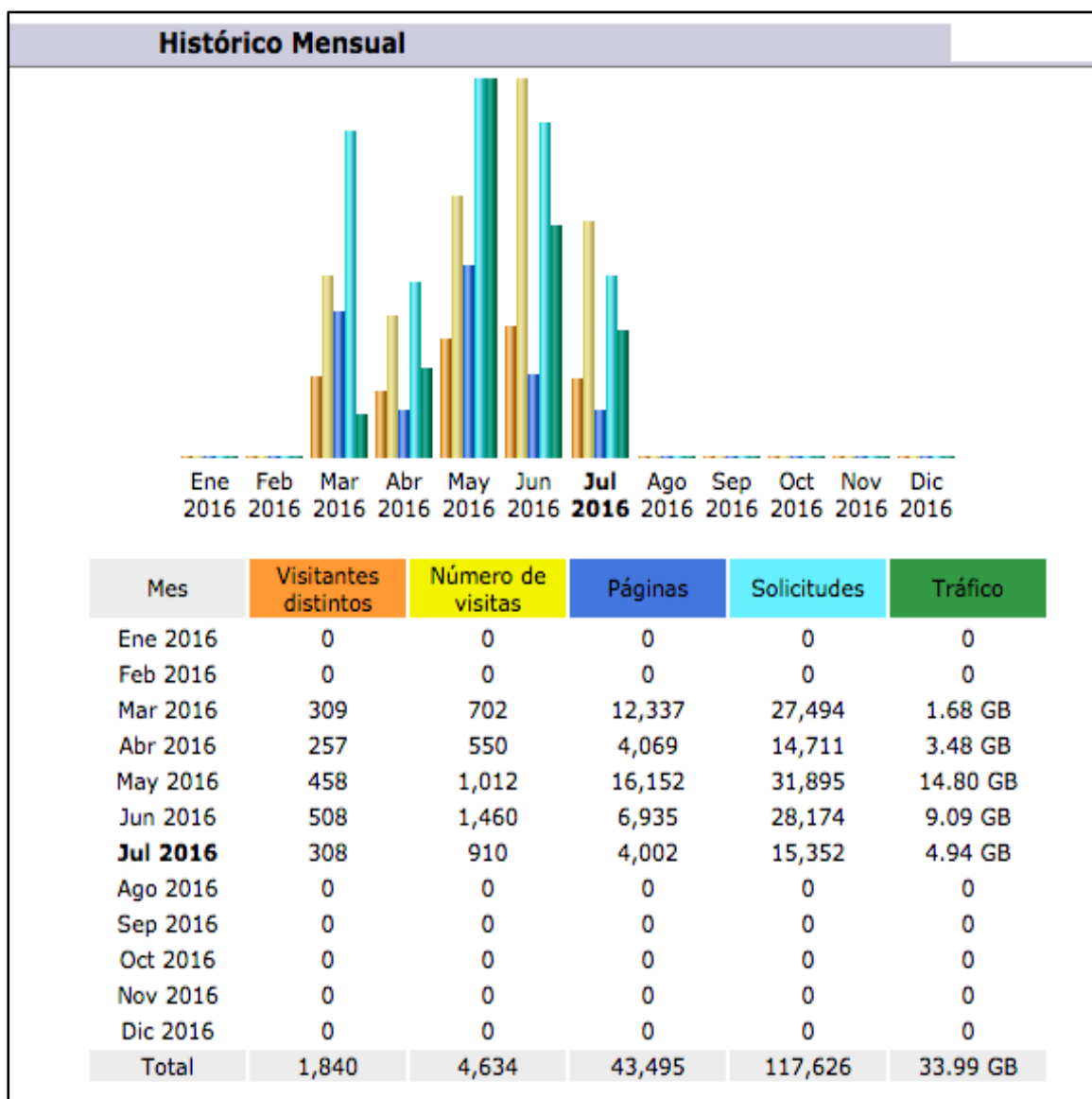
Demostración de las ventajas y usos del servicio en internet como lo es youtube solamente para que el reconocimiento de la pagina inicie, y posteriormente involucrar otros anuncios vía internet.

❖ **Regalos de puntos**

Si es un usuario nuevo que se a registrado a nuestra pagina de somos campeones obtendrá ciertos puntos para que pueda comenzar con las apuestas virtuales e ir acumulando o restando según los pronósticos

3.7 ESTADISTICAS DEL SERVIDOR

del 23 de Julio del 2016

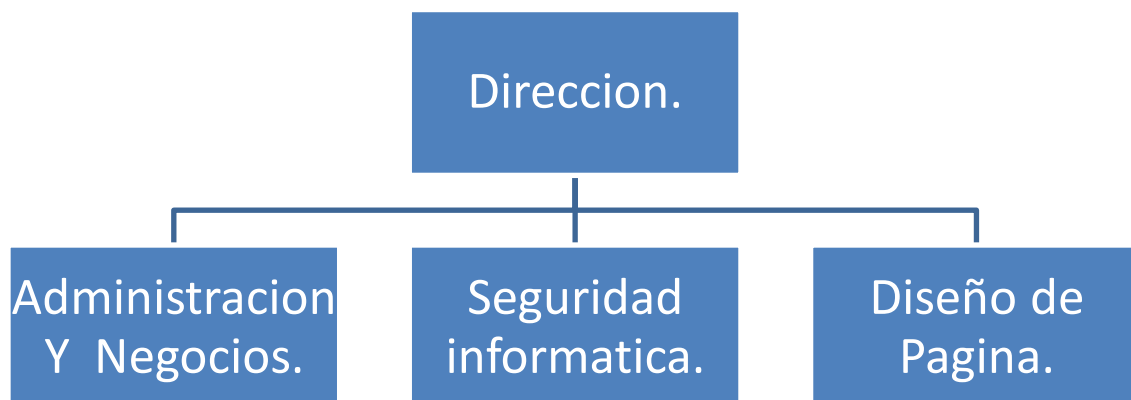


Las estadísticas son referentes al número de visitas de los usuarios a la página web misma que sigue en aumento lo cual nos abre en el mercado para interactuar con los usuarios y logara un mejor posicionamiento y reconocimiento de la marca.

4.0 ORGANIZACIÓN

Actualmente la empresa esta trabajando únicamente con cuatro personas. Un director y programador, una en seguridad informática, una en diseño de página y una persona de administración y negocios.

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



4.2 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

DIRECTOR

El responsable a su cargo es Jordy Emmanuel Santamaría Cruz, es el responsable de supervisar el buen funcionamiento de la

organización, realizar la planeación estratégica, desarrollar nuevos productos, responsable de programación de la página

ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

La responsable a su cargo es Marlen Carrillo Capilla, se encarga de todo lo relacionado con las cuestiones de la empresa, incluyendo aspectos financieros, la planeación a corto mediano y largo plazo de la empresa, rubros de personal como establecer los perfiles de puestos adecuados, programas de motivación, capacitación, realización de nomina.

SEGURIDAD INFORMÁTICA.

La responsable a su cargo es Blanca Flor Habana Matamoros, se encarga de la programación del desarrollo y buen funcionamiento de la página web, el desarrollo de aplicaciones móviles y de escritorio y la responsable absoluta de la seguridad informática.

DISEÑO DE PÁGINA

La responsable a su cargo es Sara Chávez Zeferino, se encarga del diseño de la página web referente a fondos, y creatividad de la misma.

5.0 SITUACIÓN FINANCIERA

A continuación se desarrolla una herramienta de pronóstico para estimar el número de visitas a la página de acuerdo a los antecedentes

MÉTODO MÍNIMOS CUADRADOS

Servicio: somos campeones

El objetivo principal de la página es el reconocimiento del talento mexicano a través de las habilidades futbolísticas para ser visualizados y posiblemente fichados por equipos de las ligas.

	Periodo	Cantidad de Visitas	x^2	y^2	(X)(Y)
Marzo	1	702	1	492804	702
Abril	2	550	4	302500	1100
Mayo	3	1012	9	1024144	3036
Junio	4	1460	16	2131600	5840
Julio	5	1230	25	1512900	6150
Agosto	6	734	36	538756	4401
Septiembre	7	608	49	369664	4256
	28	6292	140	6372368	25488

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad b = \frac{7 \sum 25488 - \sum 28 \sum 6292}{7 \sum 11.43 - ((\sum 28))^2}$$
$$= \frac{2240}{196} = 11.43$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} \quad a = \frac{\sum 6292 - 11.43 \sum 28}{7} = 853.14$$

$$C = \frac{b(n)}{\Sigma y} c = \frac{11.43(7)}{6292} = .012\% \text{ Tasa de crecimiento}$$

Octubre	y=a+bX=	853.14+(11.43)(8)=	944.58
Noviembre	y=a+bX=	853.14+(11.43)(9)=	956.01
Diciembre	y=a+bX=	853.14+(11.43)(10)=	967.44

CONCLUSIÓN

Analizando ambos métodos (mínimos cuadrados y regresión lineal), obtenemos resultados idénticos lo cual quiere decir que habrá gran probabilidad de que nuestras visitas se comporten de esa manera.

Los números de visitas pronosticadas representan que la pagina va cada vez más impactando en el mercado de fútbol.

Se muestra un pronóstico favorable para las visitas. Aun así intensificar las estrategias para poder cumplir con lo establecido y aun mejor poder superarlo.

Así también da un beneficio para los patrocinios debido a que si el número de visitas aumenta tendrá un mayor visualización de sus productos o servicios.

MÉTODO REGRESIÓN LINEAL

	Periodo	Cantidad de Visitas
Marzo	1	702
Abril	2	550
Mayo	3	1012
Junio	4	1460
Julio	5	1230
Agosto	6	734
Septiembre	7	608
	28	6292

$$\Sigma x \cdot t = [(702 \cdot 1) + (550 \cdot 2) + (1012 \cdot 3) + (1460 \cdot 4) + (1230 \cdot 5) + (734 \cdot 6) + (608 \cdot 7)] = 25488$$

$$\Sigma x = 6292$$

$$\Sigma t = 28$$

$$\Sigma t^2 = 84$$

$$(\Sigma t)^2 = 784$$

$$b = \frac{N \Sigma x \cdot t - \Sigma x \cdot \Sigma t}{N \Sigma t^2 - (\Sigma t)^2} = \frac{7 \cdot 25488 - 6292 \cdot 28}{7 \cdot 84 - 784} = \frac{2240}{196} = 11.43$$

$$\bar{x} = \frac{\Sigma x}{7} = \frac{6292}{7} = 898.85 \quad t = \frac{\Sigma t}{7} = \frac{28}{7} = 4$$

$$a = \bar{x} - bt = 898.85 - (11.43)(4) = 853.13$$

Octubre	y=a+bX=	853.14+(11.43)(8)=	944.58
Noviembre	y=a+bX=	853.14+(11.43)(9)=	956.01
Diciembre	y=a+bX=	853.14+(11.43)(10)=	967.44

6.0 INVERSIÓN

RH, Material, etc.	Costo Mensual / Costo por Material
Luz	\$ 150
Agua	\$ 350
Programador	\$ 10000
RH	10000
Mercadolog@s	
Abogado	\$ 7000
Soporte Tecnico	\$ 8000
Administrador de Base de Datos y Servidores	\$ 5000
Diseñador Grafico	\$ 2000
Personal de Limpieza	\$ 4000
Costo de Oficinas	
Computadora para Programadores	\$ 5000
Computadora de Diseño Grafico (iMac)	\$19000
Computadora para Personal	\$4000
Rack para Servidores	\$1900
Servidores	\$10000