**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PEQUEÑA EMPRESA ESPACIO DIGITAL DE CARLOS A. CARRILLO, VERACRUZ.**

**TESIS**

QUE PARA OBETENER EL TÍTULO DE:

PRESENTA:

**MARIO PAOLO SOLANO HERNÁNDEZ**

COSAMALOPAN, VER. MARZO 2023

**DEDICATORIAS.**

**AGRADECIMIENTOS.**

**RESUMEN.**

**ÍNDICE**

[INTRODUCCIÓN. 8](#_Toc131117849)

[CAPÍTULO 1: GENERALIDADES DEL ESTUDIO 9](#_Toc131117850)

[1.1. Planteamiento del problema. 10](#_Toc131117851)

[1.1.1. Pregunta de Investigación. 12](#_Toc131117852)

[1.2. Objetivo del Estudio. 12](#_Toc131117853)

[1.2.1. General. 12](#_Toc131117854)

[1.2.2. Específicos. 13](#_Toc131117855)

[1.3. Justificación del Estudio. 14](#_Toc131117856)

[1.4. Hipótesis. 16](#_Toc131117857)

[1.5. Metodología de la investigación. 16](#_Toc131117858)

[1.5.1. Paradigma de la Investigación. 17](#_Toc131117859)

[1.5.1.1. Paradigma Interpretativo. 17](#_Toc131117860)

[1.5.2. Método Base. 19](#_Toc131117861)

[1.5.2.1. Método Científico. 19](#_Toc131117862)

[1.5.3. Variables del Estudio. 19](#_Toc131117863)

[1.5.3.1. Variable independiente. 19](#_Toc131117864)

[1.5.3.2. Variable Dependiente. 19](#_Toc131117865)

[1.5.4. Enfoque metodológico. 20](#_Toc131117866)

[1.5.5. Ubicación de la investigación. 20](#_Toc131117867)

[1.5.6. Tipo de Investigación. 20](#_Toc131117868)

[CAPÍTULO II MARCOS DE REFERENCIAS. 20](#_Toc131117869)

[2.1. Marco Teórico. 23](#_Toc131117870)

[2.1.1. Antecedentes en relación al objeto de estudio. 23](#_Toc131117871)

[2.1.2. Historia y evolución de los iPhone. 25](#_Toc131117872)

[2.1.3. Comportamiento del iPhone en el mercado. 30](#_Toc131117873)

[2.1.4. concepto de plan de Negocio. 32](#_Toc131117874)

[2.1.5. Puntos de un formato tradicional de un plan de negocio. 32](#_Toc131117875)

[2.1.6. Paso a determinar para un plan de negocio. 34](#_Toc131117876)

[2.1.7. Objetivo de un plan de negocio. 36](#_Toc131117877)

[2.1.8. Ventajas y desventajas de un plan de negocio. 36](#_Toc131117878)

[2.1.9. Resultados de encuestas aplicadas a consumidores de la empresa Espacio Digital. 39](#_Toc131117879)

[2.1.10. Resultados. 40](#_Toc131117880)

[2.2. Marco Histórico y Contextual. 51](#_Toc131117881)

[Conclusiones. 52](#_Toc131117882)

[Fuentes Bibliográficas. 53](#_Toc131117883)

[Anexos. 54](#_Toc131117884)

[Anexo A Cuestionario. 54](#_Toc131117885)

**Índice de Tablas.**

[Tabla 1 Descripción del tipo de Estudio. 16](#_Toc131117887)

[Tabla 3 Técnicas e Instrumentos 18](#_Toc131117888)

[Tabla 2 Enfoque Metodológico. 20](#_Toc131117889)

[Tabla 4 40](#_Toc131117890)

[Tabla 5 41](#_Toc131117891)

[Tabla 6 42](#_Toc131117892)

[Tabla 7 43](#_Toc131117893)

[Tabla 8 44](#_Toc131117894)

[Tabla 9 45](#_Toc131117895)

[Tabla 10 46](#_Toc131117896)

[Tabla 11 47](#_Toc131117897)

[Tabla 12 48](#_Toc131117898)

[Tabla 13 49](#_Toc131117899)

**Índice de Gráficos.**

[Gráfico No. 1 40](#_Toc131117911)

[Gráfico No. 2 41](file:///C%3A%5CUsers%5CASUS%5CDesktop%5CUNIVERSIDAD%20DEL%20SURESTE.docx#_Toc131117912)

[Gráfico No. 3 42](#_Toc131117913)

[Gráfico No. 4 43](#_Toc131117914)

[Gráfico No. 5 44](#_Toc131117915)

[Gráfico No. 6 45](#_Toc131117916)

[Gráfico No. 7 46](#_Toc131117917)

[Gráfico No. 8 47](#_Toc131117918)

[Gráfico No. 9 48](#_Toc131117919)

[Gráfico No. 10 49](#_Toc131117920)

# **INTRODUCCIÓN.**

# **CAPÍTULO 1: GENERALIDADES DEL ESTUDIO**

# **Planteamiento del problema.**

 La evaluación de la viabilidad financiera de un negocio ha sido una necesidad latente a través de la historia. Siempre existe la inquietud del inversionista de saber si el negocio que pretende emprender va a darle ese retorno de la inversión que él espera. Así es como han surgido distintas técnicas para dar respuesta a esta inquietud. Dentro de estas herramientas se tienen la de Plan de Negocios y la de Evaluación de Proyectos de Inversión.

 La empresa Espacio Digital fue fundada en el año 2021, en la cual inicia la inquietud de su propietario al cubrir una necesidad de ventas de celulares de las diversas marcas reconocidas dentro del mercado, como inicial propósito proporcionando diversos créditos que otorga al consumidor, ha obtener un equipo con ciertos criterios y lineamientos para ser candidatos a dicho crédito de un equipo, el cual permita cubrir sus necesidades básicas y económicas de adquisición.

 Con el transcurso del tiempo se fue implementando diversos servicios en relación a la tecnología que parte de las reparaciones de quipos móviles, laptops, formateo, mantenimiento de equipo de cómputo, instalación de cámaras, impresiones de tarjetas de presentación, lonas y área de serigrafiado.

 Siendo una empresa local en desarrollo, encontrando una ineficiencia de competencia directa en el local se analizan y enfocan ciertas necesidades internas que le permita el llevar a cabo un desarrollo más adecuado en el cual partimos de la implementación de un plan de negocio estable para el área en el que se encuentra enfocado actualmente y en donde se determina su nicho de mercado más fuerte enfocado en la venta de los equipos móviles.

 La iniciativa del investigador consiste en proponer el tema de investigación para dicha empresa a partir de los lineamientos que considera que se deben de considerar para llevar una venta exitosa, actualmente la empresa se encuentra enfocada solo a una área de venta mas especifica la venta de celulares al contado y a crédito, sin embargo lo que hemos detectado que al seguir implementando otros servicios se mantiene un descuido en las ares externas a la venta de celulares es decir no hay un enfoque de mayor informes al publico en general (consumidores) de los servicios extras que se encuentran.

 Todos estos problemas que se presentan con lleva que la empresa no obtengas los recursos financieros de una manera estable debido que no tiene un orden un equilibrio para obtener un ingreso adecuado a relación a todas las ventas, el llevar a cabo el proceso de un plan de negocio le permitirá en primera parte como debe lograr mantener un adecuado manejo y orden que le permita tener un equilibrio en los ingresos a través de un equilibrio financiero.

 Tomando en cuenta los puntos Espacio Digital no solo estará enfocado a la venta de celulares si no de igual manera rodeado al manejo de todos los servicios, sin embargo no podemos dejar de destacar que el mayor ingreso que se mantiene en la empresa es por la venta de celulares por ende no puede ser descuidado y es al que se le busca dar el mayor enfoque y publicidad ante los consumidores considerando que es la atracción principal para los diversos clientes que buscan cubrir una necesidad de comunicación.

### **Pregunta de Investigación.**

Lo cual nos lleva a establecer la pregunta de investigación:

 ¿Determinar una propuesta de un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo Veracruz?

 ¿Implementar un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital con diversas estrategias de ventas enfocada a los teléfonos celulares’

 ¿Como determinar un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital en el enfoque de lograr una organización y estrategias de ventas en diversos servicios tecnológicos?

# **Objetivo del Estudio.**

## **General.**

 Elaborar un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo Veracruz.

 Establecer un plan de negocio de elaboración y comercialización de equipos celulares para la empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo, Veracruz.,

 Determinar un plan de Negocio para la empres Espacio Digital, con el objetivo de elevar las ventas de equipos celulares como de los determinados servicios externos que ofrece.

## **Específicos.**

* Revisar las teorías administrativas, así como las de negocios que sustenten la investigación.
* Analizar los mercados de celulares a nivel nacional, para identificar los principales países con mayor venta de equipos iPhone, que ayuden a determinar las posibles oportunidades de mercados en el exterior.
* Elaboración de un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo, Veracruz.
* Mostrar las ventajas de ventas a los posibles consumidores de la empresa Espacio Digital.
* Evaluar y determinar las posibilidades financieras de los consumidores en el municipio de Carlos A. Carrillo para determinar el rango de precio de venta al alcance de los con consumidores.
* Especificar el tipo de publicidad para atracción de nuevos consumidores.
* Mostrar la competencia directa e indirecta de la empresa Espacio Digital.
* Analizar a los consumidores de equipos telefónicos de la marca iPhone.
* Determinar una estrategia dentro de un plan de negocio para el aumento de venta y la introducción de nuevos mercados con diversos servicios extras a la venta de equipos celulares que maneja la empresa Espacio Digital.

# **Justificación del Estudio.**

 Espacio Digital es una pequeña empresa que trabaja, localmente, en el cual realiza la venta de diversos equipos telefónicos como diversos servicios a la tecnología, llevando a cabo sus ventas entre los consumidores que les permite cubrir cada una de sus diversas necesidades, identificando arduamente su mercado y áreas de oportunidad, con la propuesta de un plan de negocio se busca lograr el establecer lineamientos de crecimiento interna y externamente para la empresa, así como la ampliación de su nicho de mercado entre cada uno de los consumidores del Municipio de Carlos A. Carrillo, Veracruz.

 Con el plan de negocio se busca establecer y llevar a cabo las estrategias de ventas que se deben de considerar para el logro de los objetivos que parten desde el lugar de establecimiento, y las estrategias de marketing para la atracción de consumidores. Actualmente al ser considerada una empresa de inicio cuenta con capacidad de inversión para la iniciación de pedidos de equipos celulares requeridos por los clientes actuales de la empresa, sin embargo en la implementación y busca de un menor desarrollo dentro del mercado de la tecnología ha implementado establecer la creación de créditos aquellos consumidores que cumplen los criterios establecidos por la empresa para su adquisición llevando a cabo el establecer medidas de poder adquisitivo en base a lo económico para los criterios de pago.

Sociales:

* Creación de empleos: Fuentes de empleos para el Municipio de Carlos A. Carrillo, Ver. El cual partirá de nuevas sucursales de la empresa, a nivel local buscando acaparar más nichos de mercado.

Económicos:

* Crecimiento de la empresa: crecimiento a partir del aumento de las ventas.
* Mayor rentabilidad.
* Expansión a nuevos mercados.

Académico:

* Es del interés del investigador debido a la aportación que se hará al acervo bibliográfico de la Universidad, con la finalidad de colaborar al brindar mayor información a futuros trabajadores e investigadores del ende empresarial.

Personal:

* Surge la iniciativa de implementar una propuesta de un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo Veracruz, con el fin de realizar una aportación de beneficio para la mayor rentabilidad de las ventas de sus diversos equipos celulares, el cual le permita a su emprendedor tener una visión más definida y determinada de un mejor mercado a futuro con una expansión.

 Dentro de este trabajo de tesis se muestran las diferencias básicas y coincidencias entre la aplicación de ambas herramientas, esenciales para la consolidación de un proyecto de negocio para el logro de los objetivos que se pretendan establecer.

# **Hipótesis.**

 Con la elaboración de un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo Veracruz, se busca incremental el potencial de ventas y su competitividad comercial a nivel local.

# **Metodología de la investigación.**

 En la siguiente tabla se muestran los diferentes tipos de investigación de acuerdo a su finalidad, en el cual destacaremos el esquema de la investigación documental la cual será utilizado por el investigador, en el proyecto a desarrollar.

Tabla 1 Descripción del tipo de Estudio.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| De acuerdo: | Esquema de investigación | Razones |
| La finalidad de la investigación. | BásicaAplicada | No se aplica Identificar los elementos que contribuyen a solucionar los problemas del objeto de estudio. |
| Las fuentes de información. | DocumentalDe campo | Se revisarán documentos existentes de la empresa.Información personal de la empresa adquirida por los empleados y clientes de la empresa a cargo de la investigación. |
| El lugar donde el estudio de campo es llevado a cabo. | De laboratorioIn situ | No se aplicaSe acudirá al lugar mismo donde tiene lugar el objeto de estudio. |
| Población de estudio. | DescriptivoComparativo | Se realizará una descripción de cada uno de los problemas internos y externos de la empresa, así como los resultados obtenidos del estudio de campo.No se aplica. |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la antología del autor Ortiz García Juan Manuel, consultada el día 15 de febrero del 2023.

## **Paradigma de la Investigación.**

### **Paradigma Interpretativo.**

 El cual tiene como fundamento que el investigador participe de la realidad estudiada. De tal manera la ciencia y la experiencia no se contraponen en el proceso de investigación y la descripción, es decir la interpretación del sentido de la acción.

 Los datos para realizar la investigación serán a través de técnicas de investigación documental y de campo, mediante lecturas y análisis de la información documentos, así como, por la aplicación de encuestas a los diversos clientes de la empresa, y una entrevista al propietario de la empresa Espacio Digital el Sr. Luis Enrique Castillo Hernández.

Tabla 3 Técnicas e Instrumentos

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Enfoque Metodológico | Técnica | Instrumento |
| Cualitativo | Entrevista | Entrevista al propietario de la empresa Espacio Digital. |
| Cuantitativo | Encuestas | Cuestionario |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la antología del autor Ortiz García Juan Manuel, consultada el día 15 de febrero del 2023.

**Definición de la población.**

 La población estará integrada por el área de los consumidores de la empresa Espacio Digital la cual se pretende implementar alrededor de 40 cuestionarios.

**Procedimiento para analizar datos.**

 Los resultados obtenidos en los cuestionarios serán contabilizados y analizados por pregunta, posteriormente para llevar a cabo la elaboración de gráficas, así a su vez analizar y redactar cada uno de los resultados obtenido.

 En el siguiente apartado se muestran los resultados estadísticos de cada una de las preguntas aplicadas a los diversos clientes de la empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo, Veracruz. Una vez efectuada la recopilación de los datos con la información necesaria se procede a la codificación, análisis e interpretación de los datos obtenidos serán por medio del programa de Microsoft Excel.

## **Método Base.**

### **Método Científico.**

Método utilizado en sus diversas etapas de desarrollo para llegar al fin de cada uno de los objetivos establecidos en la investigación, Un método que se construye estableciendo relaciones entre observables y no a partir de certezas absolutas, implementando el método que usualmente utiliza las Matemáticas para establecer la relación entre las variables.

## **Variables del Estudio.**

### **Variable independiente.**

 Elaboración de un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo Veracruz.

### **Variable Dependiente.**

 Incremento potencial de ventas y competitividad comercial a nivel local.

## **Enfoque metodológico.**

Tabla 2 Enfoque Metodológico.

|  |  |
| --- | --- |
|  | Razones |
| Mixto | Enfocado al método cualitativo se realizará una entrevista al propietario de la empresa Espacio Digital, tanto por el método cuantitativo estará en función de la aplicación de un cuestionario para los diversos clientes de la empresa. |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la antología del autor Ortiz García Juan Manuel, consultada el día 15 de febrero del 2023.

## **Ubicación de la investigación.**

 Empresa Espacio Digital en tecnología de la investigación.

Dirección. C. Independencia entre 16 de Sep. y 18 de marzo, Carlos A. Carrillo, México, 95330.

## **Tipo de Investigación.**

Documental: Se revisarán documentos existentes de la empresa, información personal de la empresa adquirida por gerente, empleados y clientes de la empresa a cargo de la investigación.

# **CAPÍTULO II MARCOS DE REFERENCIAS.**

## **2.1. Marco Teórico.**

 Para entender el porqué de un plan de negocio, es importante tener presente que es una herramienta dentro de los negocios que ayuda a determinar a la empresa con ciertos criterios a considerar para tener un establecimiento con éxito al conocer todo tipo de debilidades y fortalezas por haber como empresa.

 A continuación, se presentan antecedentes en relación al objeto de estudio, así como diversos conceptos en relación al área administrativa, plan de negocios y teorías en relación al tema de estudio.

### **2.1.1. Antecedentes en relación al objeto de estudio.**

 De acuerdo a la citado por los autores Serrato Sebastián y Quintero Luis Carlos realizaron la investigación de un Plan de negocio para una empresa de telefonía móvil: un estudio de caso para obtener el título de tecnólogo de mercadeo, con el fin de determinar La adjudicación de la Telefonía Móvil Celular en Colombia. (Serrato & Quintero, 2011).

 Con la investigación realizada por los investigadores antes mencionados se “determina que la importancia de la comunicación es un medio de importancia para todo el mundo siento una herramienta de importancia en las empresas, en lo que determinan lo importante que es llevar a cabo un desarrollo adecuado de un plan de negocio para la evolución de las empresas en un servicio que se ofrece al público en general y a todo tipo de clase social de acuerdo a sus necesidades y poder adquisitivo.” (Serrato & Quintero, 2011).

 El autor Méndez Alvarado Sergio; de la investigación: Evaluación de proyecto y plan de negocios de mouses oculares para diversas personas discapacitadas, con la finalidad de obtener el título de maestría en administración de negocio por medio de la institución del Politécnico Nacional realizada en el año 2011, se elaboro con el “objetivo de desarrollar la evaluación financiera de la fabricación y venta de Mouses Oculares para discapacitados cuadripléjicos, parapléjicos, hemipléjicos o amputados de sus miembros que vivan en el Distrito Federal con el fin de comprobar si es viable técnica, comercial y financieramente su operación.” (Mèndez, 2011).

 Con dicha investigación los diversos investigadores pueden determinar por los medios de las herramientas utilizadas para lograr cada uno de los objetivos establecidos en el desarrollo de la misma, poder determinar la viabilidad de un proyecto nuevo para determinadas empresas que suelen ser objetos de estudios.

 La investigación presentada por los investigadores Arévalo Freire Francisco Javier y Véliz Vera Miguel Alejandro la cual presenta “el objetivo de Diseñar un plan de negocio para crear una empresa de catering direccionada al sector ejecutivo en la vía a Samborondón como alternativa gastronómica saludable, lo cual consiste en llevar a cabo la producción de alimentos y bebidas para los clientes que requieren las entregar en un lugar diferente al de la producción.” (Arèvalo & Vèñiz Vera, 2015).

 Las mejoras son nuevos métodos para poder atraer nuevos clientes que buscan el servicio de los productos de la empresa es de importancia para tener en mente cada una de las necesidades para las mejoras que se pueden desarrollar para el mantenimiento de un mejor servicio de calidad para los diversos consumidores.

 Los trabajos a los que se hacen mención son de diversos autores presentando una relación en el fin común de un objetivo de estudio que se han realizado por investigaciones, de esta forma fortaleciendo y determinando el llevar a cabo un trabajó sólido y sustentable para el investigador brindando diversas herramientas y mecanismos implementados por los investigadores antes mencionados para el logro del éxito de sus diversas investigaciones, con dichos apoyos el investigar adquiere nuevos conocimientos que permiten el ampliar la visión de la investigación para el fin de determinar el logro de cada uno de sus objetivos planteados en la investigación a cargo para llevar cabo la Elaboración de un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo Veracruz.

### **2.1.2. Historia y evolución de los iPhone.**

En 2007, Steve Jobs hizo historia al presentar el primer iPhone. La pantalla de 3,5 pulgadas fue pionera en su clase al contar con un monitor táctil que combinaba a un iPod con un navegador web con un teléfono. La cámara de 2 MP se encontraba en la parte posterior del dispositivo (aún no se habían impuesto las selfies) y solo estaba disponible para AT & T, según recordó el diario New York Daily News.

IPhone 3G, 2008.

Un año más tarde, el CEO de Apple volvió a las portadas de todos los medios con el iPhone 3G. El 9 de junio de 2008 Steve Jobs mostró un teléfono que era más delgado, tenía una cubierta de plástico y en dos colores: blanco o negro. De todas formas, la noticia más importante de esa fecha fue el lanzamiento de App Store, que les permitió a los usuarios acceder a una gran cantidad de aplicaciones y no solo a las que venían con el teléfono, como en el iPhone original.

 IPhone 3Gs, 2009.

El 8 de junio de 2009, Jobs anunció el iPhone 3Gs, una versión más rápida y actualizada del 3G. Aunque el diseño del teléfono era idéntico al 3G, el 3G fue el doble de rápido y menos costoso. Atrajo a multitudes en todo el mundo cuando llegó a las tiendas el 19 de junio de 2009 con sus modelos de 8GB, 16GB y 32GB.

IPhone 4, 2010.

La cuarta versión provocó uno de los mayores cambios del diseño del iPhone. Era una tecnología plana, elegante y con funciones que superaba todo en el mercado en ese momento; sin mencionar que fue la primera vez que presentó la cámara frontal en el teléfono, dando origen a la generación de las selfies y el Facetime. También fue la primera vez que el video HD estaba disponible para acompañar a la cámara de 5 MP en ambos lados.

IPhone 4s, 2011.

Después de que Steve Jobs renunciara como director ejecutivo por sus problemas de salud, la clientela temía que la calidad de los productos de Apple disminuyera. Pero Jobs dejó su empresa en buenas manos ya que el iPhone 4s se anunció unas semanas más tarde, el 4 de octubre de 2011. Siri, el programa de comandos de voz de Apple, se dio a conocer junto al modelo de 64 GB. Salió a la venta el 14 de octubre de 2011.

IPhone 5, 2012.

Durante un evento de Apple el 12 de septiembre de 2012, Tim Cook, el hombre que tomó el timón de Apple tras la retirada de Jobs, anunció el iPhone 5, el primero en contar con una pantalla de 4 pulgadas y pesar un 20% menos que su predecesor. También fue más delgado y más rápido, y Cook afirmó que era el mayor cambio en el iPhone desde la primera generación en 2007. Contaba con una cámara de 8 MP y hasta 10 horas de navegación por la web.

IPhone 5s y 5c, 2013.

Anunciado el 10 de septiembre de 2013, Apple llegó a sus clientes con no una, sino DOS enormes actualizaciones para el iPhone. El iPhone 5s fue el primer teléfono en ofrecer una opción en color dorado aparte de las opciones en blanco y negro habituales. Los 5 también presentaban un sistema operativo mucho más rápido, Touch ID, y el comienzo de aplicaciones integradas de salud y estado físico. El mismo día, Apple también presentó el 5c, el primer modelo de plástico que era más barato y presentaba divertidos colores como verde, azul, amarillo y rosa. Ambos modelos llegaron a las tiendas el 20 de septiembre de 2013. Con 2 modelos para elegir, era la primera vez que Apple ofrecía un teléfono significativamente más económico que el más nuevo.

IPhone 6 y 6 Plus, 2014.

Por segundo año consecutivo, Apple presentó dos teléfonos al mismo tiempo. Ambos presentaban bordes redondeados, la primera vez que se veía el estilo en el iPhone desde 2009. Mientras que los 6 se jactaban de tener una pantalla de 4,7 pulgadas, el enorme 6 Plus presentaba la pantalla más grande del iPhone hasta el momento, una de 5.5 pulgadas. Comenzaron a venderse el 19 de septiembre de 2014. Ambos presentaban procesadores más rápidos, cámaras mejoradas y múltiples opciones de almacenamiento.

IPhone 6s y 6s Plus, 2015.

El CEO de Apple, Tim Cook, los anunció el 9 de septiembre de 2015. Fueron los primeros en ofrecer un touch 3D, una cámara de 12 MP con tecnología de píxeles avanzada, así como una cámara de 5 MP Facetime HD con Retina Flash. El color rosado también se agregó a la línea de opciones. Aunque la firma decidió mantener el aspecto de los modelos exactamente igual que el 6 y 6 Plus, internamente eran más poderosos que nunca; hasta que salió el iPhone siguiente.

IPhone SE, 2016.

En lugar de ir más grande y mantener su diseño elegante de borde redondeado, Apple decidió volver al pasado con un modelo que se ve muy similar al popular iPhone 5 de 2012. Internamente, el teléfono era excelente ya que contaba con una cámara iSight de 12 MP, video 4K, un coprocesador de movimiento M9 super eficiente y LTE y Wi-Fi más rápidos. Se anunció el 21 de marzo de 2016.

IPhone 7, 2016.

El 7 de septiembre de 2016, después de muchos rumores y mucha especulación, Apple finalmente dio a conocer el muy esperado iPhone 7. Phil Schiller, vicepresidente senior de Marketing Mundial de Apple Inc., subió al escenario durante un evento especial para presentar el iPhone 7 y 7 Plus. Además de la cámara, el procesador y la pantalla con muchas mejoras, estos modelos no tendrían una toma de auriculares ya que Apple también presentaba unos audífonos inalámbricos llamados AirPods.

IPhone 8, 2017.

Los teléfonos llegaron a pantallas Retina HD de 4.7 y 5.5 pulgadas y están disponibles en color plateado, gris espacial y tienen un sensor de 12 megapíxeles, y vienen con nuevos filtros fotográficos. El iPhone 8 Plus también se anunció en el evento del 12 de septiembre de 2017. El iPhone 8 también cuenta con un diseño de vidrio, protegido por una banda de aluminio de grado aeroespacial. Al igual que el iPhone X, la carga inalámbrica es posible debido a la parte posterior del vidrio.

IPhone X.

Después de que Apple anunciara el lanzamiento del iPhone X en su campus en Cupertino, California, el 12 de septiembre de 2017, el nuevo dispositivo se lanzó el 3 de noviembre de 2017. El iPhone X tiene un diseño "completamente de vidrio" y pantalla Super Retina de 5,8 pulgadas, carga inalámbrica, reconocimiento facial para desbloquear el teléfono, emojis animados, un chip Bionic A11 para un rendimiento mejorado y resistencia al polvo y al agua. (Infobae, 2018).

 Con lo antes analizado nos podemos dar cuenta la importancia que tiene el mantener un nuevo producto dentro del marcado que sea de interés, tal como poder adquisitivo para los diversos consumidores que pretenden la necesidad de un equipo con mas tecnología, con la evolución de este tipo de celulares determinamos la magnitud que hay dentro del mercado, las expectativas a la que el proveedor tiene que lograr mantener para cada evolución sea un éxito.

 Los iPhone son un tipo de celular de lujo que diversos jóvenes buscan obtener con el objetivo de una mayor facilidad de las herramientas, la variedad tecnológica que ofrece, por lujo, por poder adquisitivo lejos de cada una de las diversas razones encontramos la necesidad de mantener una comunicación cada vez mas frecuente con herramientas únicas que otros no pueden adquirir aún.

 Las diversas estrategias que ah presentado la marca para poder mantener los ojos de todos los consumidores en sus productos como accesorios le ah brindado un mayor numero de porcentaje de ventas tanto a nivel nacional como internacional y el mas importante el posicionamiento de la marca en los consumidores que con los hechos se ah logrado mantener la publicidad de boca en boca al solo escuchar la palabra iPhone siendo de gran popularidad entre los consumidores.

### **2.1.3. Comportamiento del iPhone en el mercado.**

 Apple presentó, resultados financieros correspondientes al “segundo trimestre y, de nuevo, son estratosféricos: aumento interanual de ingresos del 36% hasta 81.400 millones de dólares para batir las previsiones de Wall Street por un margen considerable.” (Ranchal, 2021).

 Manteniendo cada año más ingresos como posicionamiento entre los consumidores dentro del mercado, es una empresa de clase mundial que se encuentra en renovaciones constante de los diversos productos de lanzamiento dentro de la compañía.

 Aunque todas las divisiones tuvieron un gran comportamiento, no te sorprenderá conocer que las ventas de iPhone destacaron por encima del resto y estuvieron acompañados por otro récord de ingresos de unos servicios que Apple maneja como nadie y una oferta de suscripciones que se configura como modelo de crecimiento de ingresos en el futuro.

 “Conectado a la venta de dispositivos, Apple ha seguido aumentando su oferta de servicios a la multimillonaria tienda App Store, incluyendo Música, TV +, iCloud, Arcade, News + y Fitness +. La empresa ve claramente las suscripciones como el futuro de su modelo de ingresos y su división de servicios ha registrado un crecimiento del 33% hasta 17.500 millones de ingresos.” (Ranchal, 2021). Lo que la lleva a seguir obteniendo un gran posicionamiento dentro del mercado a raíz de las actualizaciones que presenta en las diversas ramas externas a la venta de celular como las anteriormente mencionada en los servicios extras que son de la marca.

 “El resto del negocio de Apple también brilló, aunque sigue eclipsado por las ventas de iPhone.

* Los ingresos por venta de ordenadores Mac aumentó un 16% hasta 8.230 millones de dólares.
* Los ingresos por venta de tablets iPad aumentaron un 12% hasta 7.400 millones de dólares.
* Los ingresos de las divisiones de wearables, hogar y accesorios aumentaron un 36% hasta 8.800 millones de dólares.

 Datos espectaculares. Con un nivel de beneficios inalcanzable para ninguna otra tecnológica y un valor de mercado que se acerca a los 2,45 billones, la gran pregunta es si Apple puede seguir creciendo. Las acciones de la compañía han subido un 13% en lo que va de año.” (Ranchal, 2021).

 Es una empresa con la cual logra cada vez mas crecimiento y posicionamiento a raíz de la marca con ello los diversos consumidores cada vez están mas atrapados a las expectativas nuevas que pueden presentar en los diversos equipos tecnológicos y servicios.

### **2.1.4. concepto de plan de Negocio.**

“El plan de negocio es una estrategia documentada que busca una idea de lo que se debe tomar en cuanta y puede determinante el éxito o el fracaso de la empresa, en el cual se busca ser realista y determinar la viabilidad, no se trata de buscar y encontrar un negocio que revolucione al mercado” (Zorita, 2015, pág. 13) es decir una oportunidad que nadie más ha aprovechado. Por ello es determinante realizar un listado y presentar las viabilidades que se pueden obtener en nel marcado que brinda las nuevas posibilidades de ventas para la obtención de los recursos deseados.

### **2.1.5. Puntos de un formato tradicional de un plan de negocio.**

 El llevar a cabo el proceso de un plan de negocio para cualquier tipo de empresa es de importancia tener en cuanta ciertos lineamentos que le permita el llevar a cabo el logro de los objeticos establecidos, con ello ayudará a determinar la viabilidad que se pretenderá a obtener con el producto o servicio a ofrecer aun determinado dicho de marcado.

 Al redactar un plan de negocios se tiene que apegar al borrador exacto del plan. Más bien a las secciones que tengan más sentido para su negocio y sus necesidades. Los planes de negocios tradicionales combinan las siguientes secciones:

**Resumen ejecutivo**: indique a su lector qué es su empresa y por qué tendrá éxito, los objetivos, su producto o servicio e información básica sobre el equipo directivo, empleados y ubicación de la empresa.

**Descripción de la compañía**: Brindar información detallada de la empresa. Los diversos servicios o productos de venta que pretende introducir en el mercado.

**Análisis de mercado**: En el cual se pretende analizar las diversas competencias directas e indirectas con las que cuenta la empresa, en el cual se especificará el tipo de sector y mercado al que se pretende cubrir la necesidad de sus consumidores.

**Organización y gestión:**  Estructura de la empresa.

**Línea de servicios o productos**: Se describe el servicio o producto, así como los beneficios obtenidos por los consumidores

**Publicidad y ventas**: Abordar una estrategia de mercado. Su estrategia debe evolucionar y cambiar para satisfacer sus necesidades específicas. Debe describir el procedimiento para atraer y conservar a los clientes, y para producir realmente una venta.

**Solicitud de financiamiento**: Si busca financiamiento, aquí debe delinear sus necesidades. Su meta es explicar claramente cuánto necesitará en los cinco años siguientes y el uso que le dará.

**Proyecciones financieras**: Complementación de petición de fondos con proyecciones financieras. (Small Business, s.f.).

 Con los anterior nos damos cuenta de la importancia que es determinar y considerar los puntos mencionado para el éxito dentro del mercado del producto que se busca introducir entre los consumidores, en el caso de la empresa Espacio Digital la cual es el objeto de estudio por el investigador el producto de venta se encuentra actualmente en el mercado el cual es el servicios de venta de iPhone nuevos y de usos al igual de servicios externos que ofrece, sin embargo no cuenta con un esquema que le permita determinar diversos objetivos a corto y largo plazo debido que no implemento un plan de negocio al inicio de la apertura del establecimiento por ello es la inquietud del investigador proporcionar una herramienta que le permita organizar su mecanismo de ventas y de diversos servicios externos a la venta de equipos celulares, con un logro de éxito.

### **2.1.6. Pasos a determinar para un plan de negocio.**

Para el autor establecer un plan de negocios para las pequeñas empresas es de importancia que deriva principalmente de marcar un modelo clave que le permita el desarrollo de ello, los cuales se basan en:

* “Descripción del negocio.
* Portafolio de productos y servicios.
* Marcado
* Análisis de la competencia.
* Procesos de operación.
* Organización y personal estratégico.
* Aspectos económicos.
* Riesgos y estrategias de salidas.
* Sistema de gestión.
* Documentos de apoyo.” (Pedraza, 2014, pág. 5).

 Estas diversas herramientas son los pasos a seguir y considerar cualquier empresa que busca determinar y establecer un posicionamiento dentro del mercado de las ventas, manteniendo una organización de acuerdo a sus necesidades y demandas por los consumidores el autor nos da a conocer las herramientas bases de trabajo para determinar la viabilidad y las herramientas con las que cuenta la empresa actualmente.

### **2.1.7. Objetivo de un plan de negocio.**

 Se basa principalmente es “concretar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto a mediano y largo plazo. Esto permitirá llegar a conclusiones y decidir finalmente si debe constituirse la empresa, asumiendo riesgos controlados, o si debe mejorarse la idea de negocio, evitando de esta manera un fracaso seguro.” (Secretaría de Desarrollo Económico, 2020). Por ello siempre es indispensable tener en cuanta que los objetivos establecidos dentro de la empresa tales como a corto y largo plazo según las circunstancias son de importancia para la determinación de la viabilidad de la empresa.

 Sin dejar de mencionar que estas diversas herramientas, permiten al emprendedor a llevar a cabo un exhaustivo estudio de todas las variables que pueden afectar a su idea, aportando la información necesaria para determinar la viabilidad de lo que se busca y pretende alcanzar.

### **2.1.8. Ventajas y desventajas de un plan de negocio.**

 Un buen plan de negocios es el primer paso para alcanzar una vida confortable y sin problemas financieros, el objetivo puede ser diseñado por un sistema de negocio sustentable, centrarse en las ventas o reducir el riesgo. Así puede mantenerse al corriente la transformación tecnológica y medir su evolución continuamente, de acuerdo a cada una de las necesidades de los clientes sin perder la evolución que le permitirá seguir teniendo una colocación dentro del mercado de las ventas de acuerdo a los productos de venta.

 A continuación de mientras diversas ventajas de importancia para dentro de un plan de negocio que son de importancia tener en cuanta para el logro de los objetivos establecidos.

Previsión y planificación financiera: Por lo general, estas herramientas están diseñadas para garantizar que todos los aspectos de la empresa sean optimizados. De esta forma, el negocio puede desarrollarse sin generar muchos problemas y definiendo prioridades adecuadas o corrigiendo los errores en un momento posterior. Un buen programa incluye prevenir el futuro, identificar las razones por las que las condiciones económicas, establecer metas concretas que permitan alcanzar el objetivo previsto.

Claridad sobre los objetivos y estrategias de la empresa: Nos permiten estabilizar nuestros objetivos, establecer metas concretas y planear el ritmo de la empresa a través de indicadores. Éstos dan cuenta de la marcha actual y del progreso realizado en la organización ayudando a identificar las causas de éste. La clave es mantenerse continuamente informado sobre las circunstancias externas e internas.

Base para negociar oportunidades de financiación o inversión: Es buena base como punto de partida para negociar oportunidades positivas. Es necesario establecer una serie de acciones que permitan alcanzar los objetivos, como comercializaciones, creación de marca, venta directa etc.

Evaluación de puntos fuertes y débiles: Ayuda a evaluar cómo está funcionando el negocio, qué ventajas tiene para determinadas operaciones, y cómo pueden mejorarse.

Herramienta con fines de marketing y creación de marca: Uno de sus propósitos puede ser estimular el crecimiento empresarial y aumentar el valor de la empresa. Con una guía clara del camino a seguir, se puede trazar una estrategia de marketing para lograr fines como el fortalecimiento de la marca o la generación de ingresos. (El Mundo Infinito, 2023).

 En este otro apartado se mencionarán las desventajas que pueden presentarse en el camino y así como los inconvenientes que pueden determinar el rumbo de la organización y planeación de un plan de negocio.

Tiempo y esfuerzo: Una de los principales problemas de esta herramienta es que puede llevar mucho tiempo y esfuerzo crearlo.

Difícil cambiar de rumbo: El plan puede basarse en suposiciones sobre el mercado, los competidores y el propio producto o servicios ofrecidos. Si estas suposiciones son incorrectas, cambiar el proyecto puede no ser posible o incluso deseable.

Costoso si hay que actualizarlo periódicamente: La desventaja de tener un plan de negocio es que puede ser costoso lo cual sebe actualizarse periódicamente. Además, si la empresa fracasa, es probable que hay que reconstruir las ideas desde cero y esto puede llevar mucho tiempo y ser costoso.

Contener inexactitudes: Es importante ser realista en cuanto a los posibles obstáculos y desafíos que surgirán durante el proyecto, para poder planificar en consecuencia. (El Mundo Infinito, 2023).

 Elaborar un plan de negocios es importante para todos los emprendedores y grandes empresas. Una buena estrategia tiene el objetivo de obtener ganancias en el corto plazo y mejorar nuestro posicionamiento en la competencia.

 Levar a cabo dicho proceso es una buena manera de iniciarse en el mundo empresarial, pero hay que tener cuidado para no hacerlo por errores. Es necesario determinar qué mercados se quieren abarcar y cómo competir. También es importante establecer los precios de las materias primas, productos terminados y servicios a ofrecer. Por último, es preciso determinar el número de personas que se van a contratar y el financiamiento necesario. Todo esto parece abrumador, pero con una buena guía hecha desde el principio puede ser una tarea simple con grandes recompensas. Tomando todos los puntos ayudara a determinar la viabilidad y los porcentajes de ganancias de igual forma que pueden llegar a proporcionarse.

### **2.1.9. Resultados de encuestas aplicadas a consumidores de la empresa Espacio Digital.**

 En el siguiente apartado se dará a conocer los resultados que se han obtenido de las encuestas aplicada a 40 diversos clientes de la empresa Espacio Digital lo cual nos permite conocer cada una de las opiniones que se obtienen de ella, sin dejar de mencionar el tema principal la cual es el objeto de estudio de la investigación.

 En el cual nos damos cuenta que con un determinado porcentaje se han brindado diversas opiniones de mejora para la empresa siendo una de ella la mas importante el lograr un desarrollo adecuado de un plan de negocio para las ventas.

### **2.1.10. Resultados.**

¿Conoces la empresa Espacio Digital ubicada en el Municipio de Carlos A. Carrillo, Ver?

Tabla 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta  | Resultado | Porcentaje |
| Si | 29 | 28% |
| No | 11 | 72% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

**Gráfico No. 1**

Fuente: Elaboración propia.

 De acuerdo a la pregunta realizada a los clientes de la pequeña empresa hemos determinado que dentro del mercado de consumidores un 72% tienen conocimiento de la ubicación de la empresa, es decir conocen de ella en contra con un 28% que no la conocen aún.

¿Como considera el comportamiento empresarial de atención al cliente de la empresa Espacio Digital?

Tabla 5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta  | Resultado | Porcentaje |
| Bueno | 22 | 55% |
| Regular | 11 | 27% |
| Malo | 7 | 18% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

**Gráfico No. 2**

Fuente: Elaboración propia.

 De acuerdo a los resultados obtenidos logramos ver que un bajo porcentaje en relación al 18% consideran que el servicio que se presta dentro de la empresa toda vía deja mucho que desear sin embargo con un 55% se logra rescatar que con un 55% el servicio que prestan es considerado bueno.

¿Se encuentran satisfechos con los servicios prestados por la empresa Espacio Digital?

Tabla 6

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta | Resultado | Porcentaje |
| Si | 33 | 82% |
| No | 7 | 18% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

**Gráfico No. 3**

Fuente: Elaboración propia.

 En la respuesta analizada encontramos con u 82% aún más que la mitad en relación al porcentaje del 100% que la mayor parte de los clientes que han adquirido un tipo de servicio en la empresa Espacio Digital están muy satisfecho con la atención brindada en ello.

¿Qué tipo de servicio has adquirido en la empresa Espacio Digital?

Tabla 7

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta  | Resultado | Porcentaje |
| Compra de celular | 20 | 50% |
| Reparación tecnológica | 6 | 15% |
| Serigrafiado | 2 | 5% |
| Servicio de papelería | 5 | 12% |
| Compra de accesorios | 7 | 18% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

**Gráfico No. 4**

Fuente: Elaboración propia.

 Con la pregunta analizada nos podemos dar cuenta que la empresa se encuentra la mayor demanda de venta para sus consumidores es la venta de celular a comparación de los servicios extras que ofrece que puede verse reflejado con un 50%.

¿Cuáles considera que es el principal servicio que buscan como cliente en una empresa como Espacio Digital?

Tabla 8

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta  | Resultado | Porcentaje |
| Compra de celular | 30 | 75% |
| Reparación tecnológica | 3 | 7% |
| Serigrafiado | 2 | 5% |
| Servicio de papelería | 2 | 5% |
| Compra de accesorios | 3 | 8% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

**Gráfico No. 5**

Fuente: Elaboración propia.

 Cada uno de los clientes entrevistados determinan que la principal causa por la que buscan un servicio dentro de la empresa Espacio Digital es con el fin de adquirir un equipo de celular con un 75% dejando a un lado los diversos servicios extras que ofrece.

¿Conocen lo que es un plan de negocio para una empresa?

Tabla 9

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta | Resultado | Porcentaje |
| Si | 15 | 37% |
| No | 25 | 63% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

**Gráfico No. 6**

Fuente: Elaboración propia.

 La pregunta relacionada a los clientes de que si tienen el conocimiento alguno de lo que es un plan de negocio es muy bajo ya que la mayor parte de las personas encuestas no conocen o cuentan con el conocimiento alguno de lo que es un plan de negocio con un 63% a comparación con el 37% que si tienen conocimiento de ello.

¿Consideras de acuerdo a lo observado en la empresa Espacio Digital que requiere la implementación de un Plan de Negocio?

Tabla 10

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta | Resultado | Porcentaje |
| Si | 30 | 75% |
| No | 10 | 25% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

**Gráfico No. 7**

Fuente: Elaboración propia.

 De acuerdo a la pregunta anterior que va relacionado a la actual analizada y explicado a cada uno de los consumidores lo que es un plan de negocios y bajo que necesidades es necesario llevar a cabo su implementación han determinado con un 75% que si consideran necesario la realización del plan de negocio para la empresa para poder cumplir con ciertas necesidades.

¿Cuáles son los puntos que piensa que le ayudara a un mejor servicio a la empresa Espacio Digital con la implementación de un Plan de Negocio?

Tabla 11

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta | Resultado | Porcentaje |
| Radiografía del mercado | 16 | 40% |
| Estructura y estrategia de ventas | 14 | 35% |
| gestión de conocer las necesidades de los consumidores | 10 | 25% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

**Gráfico No. 8**

Fuente: Elaboración propia.

 La pregunta analizar y de acuerdo a las respuestas otorgadas por cada uno de los consumidores determinan que con un plan de negocio para la empresa le permitirá tener un mayor desarrollo de la empresa y buscar el aumento de las ventas buscando establecer los puntos estratégicos que permita el logro de los objetivos.

¿Cuál es la evaluación que le otorgaría a la empresa en su satisfacción como consumidor?

Tabla 12

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta | Resultado | Porcentaje |
| Mala | 7 | 17% |
| Regular | 11 | 28% |
| Buena | 22 | 55% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

Gráfico No. 9

Fuente: Elaboración propia.

 La evaluación que los consumidores otorgan a la pequeña empresa Espacio Digital, de acuerdo a cada una de sus experiencias de compra en diferentes áreas de servicios que presta a los diversos clientes con un 55% determinan que es muy buena la atención sin embargo un 17% aun refleja la mala experiencia que se han presentado.

¿Qué recomendación le daría al encargado de la empresa Espacio Digital?

Tabla 13

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Respuesta | Resultado | Porcentaje |
| Marketing | 9 | 22% |
| Promociones | 11 | 28% |
| Plan de negocio (aumento de ventas) | 20 | 50% |
| Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las encuestas aplicadas.

Gráfico No. 10

Fuente: Elaboración propia.

 Las recomendaciones que los diversos consumidores, sugieren a la empresa con un 50% es el llevar a cabo la implementación de un plan de negocio el cual permita el tener mejores ventas, así como estrategias de atención para los consumidores.

 Con la información obtenida se justifica cada una de las respuestas a las preguntas de este proyecto, planteado en el principio del documento, cada uno de los resultados obtenidos por las diversas técnicas e instrumentos de la recolección de la información, ayudaron para el logro del complemento para algunas de las secciones que contiene el presente proyecto.

 La información obtenida en las encuestas, fue de importancia para justificar la elaboración de este modelo, así como la construcción del marco contextual del mismo. De acuerdo a lo observado fue de utilidad para determinar que la empresa Espacio Digital al ser una empresa de funcionamiento dentro del mercado mantiene ineficiencias que pueden ser mejoradas con la propuesta de un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo Veracruz, que contribuirá en una mejora de ventas como rendimientos internos y externos para la empresa logrando mayores beneficios. Las diversas fuentes de información, sirven para complementar y sustentar el proyecto.

 De acuerdo a las estadísticas presentadas se concluye que con una de un plan de negocio para la pequeña empresa Espacio Digital de Carlos A. Carrillo Veracruz, se busca la obtención de beneficios tales como económicos y reconcomiendo comercial entre los consumidores es decir la publicidad de boca en boca que permitirá abrir nuevas puertas a consumidores que buscan satisfacer la necesidad de adquirir un equipo de telefonía celular.

## **2.2. Marco Histórico y Contextual.**

# **Conclusiones.**

# **Fuentes Bibliográficas.**

Arèvalo, F. F., & Vèñiz Vera, M. A. (Mayo de 2015). *Diseño de un plan de negocio para la empresa catering direccionada al sector ejecutivo en la via Samborondòn como alternativa gastronòmica saludable.* Recuperado el 22 de Marzo de 2023, de https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/16208/1/tesis.pdf

El Mundo Infinito. (2023). *Ventajas y desventajas de un plan de negocios.* Mèxico.

Infobae. (9 de Enero de 2018). *Evoluciòn del Iphone.* Obtenido de https://www.infobae.com/america/fotos/2018/01/09/la-evolucion-del-iphone/

Mèndez, A. S. (2011). *Evaluación de Proyectos y Plan de Negocios de Mouses Oculares para diversas personas discapacitadas.* Recuperado el 22 de Marzo de 2023, de https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/16208/1/tesis.pdf

Pedraza, R. O. (2014). *Plan de negocios para la micro y pequeña empresa.* Mexico.: Patria.

Ranchal, J. (21 de Julio de 2021). *Mc*. Obtenido de Las ventas de iPhones y servicios: https://www.muycomputer.com/2021/07/28/ventas-de-iphones-apple/

Secretaría de Desarrollo Económico. (2020). *Objetivo de un Plan de negocios.* Mèxico.

Serrato, V. S., & Quintero, C. L. (2011). *Plan de Negocio para una empresa de Telefonìa Mòvil.* Recuperado el 22 de Marzo de 2023, de https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1137/2/Esumer\_telefono.pdf

Small Business. (s.f.). *Small Business Administration*. Recuperado el 30 de Marzo de 2023, de https://www.sba.gov/guia-de-negocios/planifique-su-empresa/redacte-su-plan-de-negocios

Zorita, L. E. (2015). *Plan de Negocio* (primera ed.). España, Madrid: Esic.

# **Anexos.**

## **Anexo A Cuestionario.**

¿Conoces la empresa Espacio Digital ubicada en el Municipio de Carlos A. Carrillo, Ver?

¿Como considera el comportamiento empresarial de atención al cliente de la empresa Espacio Digital?

¿Se encuentran satisfechos con los servicios prestados por la empresa Espacio Digital?

¿Qué tipo de servicio has adquirido en la empresa Espacio Digital?

¿Cuáles considera que es el principal servicio que buscan como cliente en una empresa como Espacio Digital?

¿Conocen lo que es un plan de negocio para una empresa?

¿Consideras de acuerdo a lo observado en la empresa Espacio Digital que requiere la implementación de un Plan de Negocio?

¿Cuáles son los puntos que piensa que le ayudara a un mejor servicio a la empresa Espacio Digital con la implementación de un Plan de Negocio?

¿Cuál es la evaluación que le otorgaría a la empresa en su satisfacción como consumidor?

¿Qué recomendación le daría al encargado de la empresa Espacio Digital?