



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CYBER

CAFÉ TEMÁTICO AL NORESTE DE LA

CIUDAD DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en

Administración de Recursos Humanos-Personal

Autora: Pujota Rivera Sandra Nataly

Tutor: Ing. Juan Guevara Samaniego

Quito, Octubre 2013

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Pujota Rivera Sandra Nataly

CC 172080016-6

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD

INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Pujota Rivera Sandra Nataly**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de sistemas que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración de empresas, Banca y Finanzas, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CYBER-CAFÉ TEMÁTICO AL NORESTE DE LA CIUDAD DE QUITO**”, el- cual incluye la creación y desarrollo de un invernadero hidropónico, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del invernadero, motivo por el

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CYBER-CAFÉ TEMÁTICO AL NORESTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del Invernadero descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el proyecto por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del invernadero; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del proyecto; d) Cualquier transformación o modificación del proyecto; e) La protección y registro en el IEPI del proyecto a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del proyecto; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del

invernadero que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTÍA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se

obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 24 días del mes de Octubre del dos mil trece.

f) _____

f) _____

Pujota Rivera Sandra Nataly

C.C. N° 172080016-6

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

ES1

AL

NO

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

A Dios, Por haberme permitido llegar hasta este punto, haberme dado salud, sabiduría y sobre todo paciencia para lograr uno de mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre, por su apoyo, consejos, valores, motivación constante.

A mi padre, por los ejemplos que me ha infundado siempre.

A mis hermanos, por su apoyo incondicional que me han brindado, me han enseñado que hay que luchar por lo que más queremos y nunca es tarde.

A mis sobrinos, Joel por el motivo de despertar cada día, es una de las personas que hoy en día sigue mi ejemplo y es motivo para seguir saliendo adelante y a Martin por llegar a nuestras vidas a llenarnos de alegría.

Nataly

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	III
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA.....	VII
RESUMEN.....	¡Error! Marcador no definido.
ABSTRACT	XXV
Capítulo I	1
Introducción	1
1.01 Justificación	1
1.02. ANTECEDENTES	5
Capítulo ii.....	10
Análisis situacional.....	10
2.01 AMBIENTE EXTERNO	10
2.01.01 factor económico	10
2.01.01.01 inflación.....	11
2.01.01.02 tasas de interés.....	12
2.01.01.02.01 tasas activa.	13

2.01.01.02.02 tasas pasiva.....	14
2.01.01.03 producto interno bruto.....	16
2.01.01.04 comercio exterior	19
2.01.02 aspecto socio-cultural.....	21
2.01.02.01 población.....	21
2.01.02.02 migración.....	24
2.01.03 aspecto político-legal.	26
2.01.03.01 situación política del ecuador.....	26
2.01.03.02 requisitos legales.	27
2.01.04 aspecto tecnológico.	33
2.02 Entorno local	36
2.02.01 clientes.....	36
2.02.02 proveedores	37
2.02.03 competidores.	38
2.02.04 sustitutos.....	40
2.03 Ambiente Interno	41
2.03.01 propuesta estratégica	41
2.03.01.01 misión.....	41
2.03.01.02 visión.....	42
2.03.01.03 objetivos.	42
2.03.01.03.01 objetivos corporativos.	42
2.03.01.03 valores	42

2.03.01.04 principios.....	43
2.03.02 gestión administrativa.	44
2.03.02.01 planificación.....	44
2.03.02.01.02 organización.....	45
2.03.02.01.02 dirección.....	49
2.03.02.01.03 control.	50
2.03.03 gestión operativa	54
2.03.03.01 flujograma del servicio.....	54
2.03.04 gestión comercial.	55
2.03.04.01 producto / servicio.....	55
2.03.04.02 precio.....	57
2.03.04.03 plaza.	58
2.03.04.04 promoción	60
2.03.04.05 publicidad.....	60
2.04 ANÁLISIS FODA	65
Capítulo III	66
Estudio de Mercado	66
3.01. Análisis del Consumidor.....	66
3.01.01. determinación de la población y muestra.....	68
3.01.02 técnicas de obtención de información.....	70
3.01.03 análisis de la información	71
3.01.02.01 resultados de la encuesta.	71
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CYBER-CAFÉ TEMÁTICO AL NORESTE DE LA CIUDAD DE QUITO.	

3.03. Demanda	85
3.02.01. demanda histórica	86
3.02.02. demanda actual.....	87
3.02.03. demanda proyectada.....	89
3.04. OFERTA	89
3.04.01. oferta histórica.....	90
3.04.02 oferta actual.....	90
3.04.03 oferta proyectada.....	90
3.05. Balance Oferta-Demanda	91
3.05.01 balance actual	91
3.05.02 balance proyectado.....	92
Capítulo IV	93
Estudio Técnico	93
4.01. Tamaño del Proyecto	93
4.01.01. capacidad instalada.....	93
4.01.02. capacidad óptima.....	93
4.02. Localización	94
4.02.01 macro-localización	94
4.02.02 micro-localización.....	95
4.02.03 localización óptima	96
4.03. Ingeniería del Proyecto	97

4.03.01 definición del servicio	97
4.03.02 distribución de la planta	98
4.03.03. proceso productivo.	103
4.03.04 maquinaria y equipo	103
4.03.04.01 cuadro de activos	104
Capítulo V	105
Estudio Financiero	105
5.01 Ingresos Operacionales.....	105
5.02 Costos	106
5.02.01 gastos administrativos.	106
5.02.02 Gastos de Ventas	108
5.02.03 costos de ventas.....	109
5.02.04 costos de producción.	110
5.02.05 Costos Operativos	114
5.02.06 proyección de costos y gastos.	118
5.02.07 costos fijos y variables.	119
5.03 Inversiones	119
5.03.01 inversión fija.....	120
5.03.01.01 activos diferidos (nominales)	120
5.03.02 capital de trabajo.	121
5.03.03 fuentes de financiamiento y uso de fondos	122

5.03.04 amortización de financiamiento (tabla de amortización)	122
5.03.05 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)	124
5.03.06 estado de situación inicial	124
5.03.07 estado de resultados proyectado	126
5.03.08 flujo de caja	126
5.04 Evaluación.....	128
5.04.01 tasa de descuento.....	128
5.04.02 valor actual neto VAN/ VNP	128
5.04.03 tasa interna de retorno	129
5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación Inversión).....	130
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)	131
5.04.06 Punto de Equilibrio	132
5.04.07 análisis de índices financieros.....	133
5.04.07.01 índice de endeudamiento.....	133
5.04.07.02 rentabilidad sobre el patrimonio (ROE).....	133
5.04.07.03 rentabilidad sobre la inversión (ROI).....	134
5.04.07.04 rentabilidad sobre el activo (ROA)	134
Capítulo VI	135
Análisis de Impactos	135
6.01 Impacto Ambiental	135
6.02 Impacto Económico.....	137

6.03 Impacto Productivo.....	137
6.04 Impacto Social	138
Capítulo VII.....	141
Conclusiones y Recomendaciones.....	141
7.01 Conclusiones	141
7.02 RECOMENDACIONES.....	143
BIBLIOGRAFÍA.....	144
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Inflación	11
Tabla N° 2. Tasas activa.....	13
Tabla N° 3. Tasa pasiva.....	15
Tabla N° 4. Producto interno bruto	16
Tabla N° 5. Proyección del producto interno bruto.....	18
Tabla N° 6. Cuadro producto interno bruto por sectores	18
Tabla N° 7. Comercio exterior	19
Tabla N° 8. Registro de la Tasa de migración neta (migrante(s)/1000 habitantes).....	25
Tabla N° 9. Proveedores.....	37
Tabla N° 10. Cronograma de presentación del desarrollo del proceso	45
Tabla N° 11. Factores para trabajar de manera exitosa en la organización.....	51
Tabla N° 12. Trabajo en equipo	52
Tabla N° 13. Puntualidad, compromiso y responsabilidad	52
Tabla N° 14. Resistencia al cambio.....	53
Tabla N° 15. Trabajo individual.....	53
Tabla N° 16. Productos	56
Tabla N° 17. Productos	57
Tabla N° 18. Servicios.....	57
Tabla N° 19. Productos	58

Tabla N° 20. Productos	58
Tabla N° 21. Matriz FODA	65
Tabla N° 22. Población	69
Tabla N° 23. Calculo de muestra.....	69
Tabla N° 24. Edad	72
Tabla N° 25. Genero.....	73
Tabla N° 26. Pregunta N° 1	74
Tabla N° 27. Pregunta N° 2	75
Tabla N° 28. Pregunta N° 3	76
Tabla N° 29. Pregunta N° 4	77
Tabla N° 30. Pregunta N° 5	78
Tabla N° 31. Pregunta N° 6	79
Tabla N° 32. Pregunta N° 7	80
Tabla N° 33. Pregunta N° 8	81
Tabla N° 34. Pregunta N° 9	82
Tabla N° 35. Pregunta N° 10	83
Tabla N° 36. Pregunta N° 11	84
Tabla N° 37. Uso de internet por provincias	86
Tabla N° 38. Demanda del porcentaje de uso del internet	86
Tabla N° 39.	87
Tabla N° 40. Demanda actual.....	88
Tabla N° 41. Demanda proyectada.....	89

Tabla N° 42. Oferta actual.....	90
Cuadro N° 43. Oferta proyectada	91
Tabla N° 44. Demanda insatisfecha actual.....	91
Tabla N° 45. Demanda insatisfecha	92
Tabla N° 46. Distribución de departamentos	94
Tabla N° 47. Localización optima.....	96
Tabla N° 48. Códigos de cercanía	100
Tabla N° 49. Razones de cercanía.....	100
Tabla N° 50. Proceso productivo	103
Tabla N° 51. Cuadro de activos.....	104
Tabla N° 52. Resumen de ingresos	105
Tabla N° 53. Otros gastos.....	107
Tabla N° 54. Sueldos y salarios.....	108
Tabla N° 55. Resumen de gastos administrativos	108
Tabla N° 56. Gastos de ventas.....	108
Tabla N° 57. Costos de ventas.....	109
Tabla N° 58. Capuchino	110
Tabla N° 59. Café tradicional.....	111
Tabla N° 60.	111
Tabla N° 61. Sanduche de mortadela	112
Tabla N° 62.	113
Tabla N° 63. Resumen de costo de producción.....	114

Tabla N° 64. Servicio de internet	115
Tabla N° 65. Servicio impresión B/N	115
Tabla N° 66. Servicio de impresiones a color	116
Tabla N° 67. Servicio de copias B/N	116
Tabla N° 68. Servicio de copias a color	117
Tabla N° 69. Servicio de Scanner	117
Tabla N° 70. Resumen de costos operativos	118
Tabla N° 71. Proyección de costos y gastos.....	118
Tabla N° 72. Costos fijos	119
Tabla N° 73. Inversión fija.....	120
Tabla N° 74. Activos diferidos (nominales).....	121
Tabla N° 75. Resumen de activos diferidos	121
Tabla N° 76. Capital de trabajo	121
Tabla N° 77. Cuadro de inversión	122
Tabla N° 78. Tabla de amortizaciones	123
Tabla N° 79. Depreciación	124
Tabla N° 80. Estado de situación inicial	125
Tabla N° 81. Estado de resultados proyectados	126
Tabla N° 82. Flujo de caja proyectado	127
Tabla N° 83. Tasa de descuento	128
Tabla N° 84. Valor actual neto.....	129
Tabla N° 85. Tasa interna de retorno.....	130

Tabla N° 86. Periodo de recuperación de la inversión	130
Tabla N° 87. Periodo de Recuperación (Meses y días)	131
Tabla N° 88. Relación costo beneficio	132
Tabla N° 89. Punto de equilibrio	132

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura N° 1. Mural del bosque en la pared.....	5
Figura N° 2. Inflación.....	12
Figura N° 3. Tasa activa	14
Figura N° 4. Tasa pasiva	15
Figura N° 5. PIB.....	17
Figura N° 6. Evolución del producto interno bruto.....	17
Figura N° 7. Balanza comercial (Miles Usd)	20
Figura N° 8. Balanza comercial (Millones de dólares)	20
Figura N° 9. Población total y tasa de crecimiento	22
Figura N° 10. Población Económicamente activa (PEA).....	23
Figura N° 11. Composición de la PEA en valores absolutos	23
Figura N° 12. Análisis de la PEA menores de 18 y mayores de 18 años.....	24
Figura N° 13. Tasa de migración neta (migrante(s)/1000 habitantes)	25
Figura N° 14. Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado internet	34
Figura N° 15. Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado internet por grupos de edad.....	35
Figura N° 16. Matriz BCG.	39
Figura N° 17. Organigrama estructural	46
Figura N° 18. Aplicación.....	51

Figura N° 19. Flujograma del servicio	54
Figura N° 20. Croquis	59
Figura N° 21. Logotipo	61
Figura N° 22. Eslogan	61
Figura N° 23. Hojas volantes	62
Figura N° 24. Tarjetas de presentación	63
Figura N° 25. Rotulo	64
Figura N° 26. Edad.....	72
Figura N° 27. Género	73
Figura N° 28. Pregunta N° 1.....	74
Figura N° 29. Pregunta N° 2.....	75
Figura N° 30. Pregunta N° 3.....	76
Figura N° 31. Pregunta N° 4.....	77
Figura N° 32. Pregunta N° 5.....	78
Figura N° 33. Pregunta N° 6.....	79
Figura N° 34. Pregunta N° 7	80
Figura N° 35. Pregunta N° 7	81
Figura N° 36. Pregunta N° 9.....	82
Figura N° 37. Pregunta N° 10.....	83
Figura N° 38. Pregunta N° 11.....	84
Figura N° 39. Barrio Monteserrín	95
Figura N° 40. Barrio Monteserrín	95

Figura N° 42. Área de trabajo	99
Figura N° 43. Matriz triangular	101
Figura N° 44. Matriz de tabulación AEIOUX.....	102

RESUMEN

El presente proyecto generara fuentes de empleo, beneficiando así al población y a la empresa con cada uno de sus ingreso, con la prestación de servicios ayudaremos a los estudiantes y demás personas del barrio a tener acceso a la herramienta actual de mayor utilidad para el desarrollo de tareas e investigaciones cada vez son más necesarias, en donde se cuenta con máquinas de rápido acceso a dicha información, servicio de scanner, impresión de fotos, computadoras con cámaras y micrófono (video conferencias), así como por ofrecer bebidas frías y calientes como complemento de la estancia de los clientes y de esta manera satisfacer sus necesidades, y que nuestros jóvenes, niños y adultos residentes del barrio nos exigen más y mejores servicios en cuanto a tecnología se refiere y a su vez fortalecer las relaciones con los proveedores para lograr mayores beneficios, mediante la publicidad de la misma; en la matriz FODA en cada indicador podemos observar que en su mayoría es una oportunidad para la empresa, esto ayudara al crecimiento y posicionamiento del mismo.

Una vez realizado el Estudio de mercado se determinó un aceptación del 94% sobre la creación del servicio, en donde se puede ya determinar la localización optima del mismo que se encuentra en el sector de las Guindas y Perales; ya que tenemos una cercanía perfecta con nuestros posibles consumidores, la renta es aceptable y es de mucha ayuda que se cuenta con los servicios básicos necesarios, la seguridad en el sector es aceptable

ya que es una zona transitada por estudiantes, la competencia no se encuentra cerca y los permisos de funcionamiento como en cualquier otro sector están accesibles para cualquier tipo de empresa sin importar el lugar en el que se encuentre.

Al realizar el estudio financiero se determinando costos fijos de \$ 83.517,56, costos variables de \$ 58.089,36 y ventas de \$ 109.073,90 , obteniendo así un punto de equilibrio de \$ 83.517,02 en ventas para el primer año, dicho monto nos indica el valor a vender en el año para o tener ni pérdida ni ganancia, tomando en cuenta que tiene una inversión de \$ 22.630,98 que su periodo de recuperación será de dos años, nueve meses y diecisiete días también determinando una Tasa Interna de Retorno del 47,71% y obteniendo una Relación Costo Beneficio de \$ 2,21, esto nos indica que por cada dólar de inversión se obtendrá una utilidad de \$ 1,21; y con estos datos tenemos como resultado de que el proyecto es viable.

ABSTRACT

This project will generate employment opportunities , thereby benefiting the company population and each of their income with the help services to students and other people from the neighborhood to access the current tool more useful for the development of and research tasks are becoming more necessary , where machines have quick access to the information , service scanner , photo printing , computers with cameras and microphone (video conferencing) as well as to provide hot and cold beverages to complement of stay of clients and thus meet their needs, and that our young people , children and adult residents of the neighborhood we demand more and better services as technology is concerned and in turn strengthen relationships with suppliers to achieve greater benefits , by advertising the same , in the SWOT matrix for each indicator we can see that the majority is an opportunity for the company , this will help the growth and positioning.

Once the market research determined a 94% acceptance on the creation of the service, where you can already determine the optimal location of the same that is in the field of cherries and Perales , as we have a perfect proximity to our potential consumers , the income is acceptable and it is helpful to have the necessary basic services , security in the area is acceptable as it is a busy area for students, the competition is close and operating permits as in any other sector are accessible to any company regardless of the place you are.

In financial studies is determining fixed costs of \$ 83,517.56 , variable costs of \$ 58,089.36 and \$ 109,073.90 sales , obtaining a balance of \$ 83,517.02 in sales for the first year , that amount indicates the value in the year to sell or have no gain or loss , taking into account that has an investment of \$ 22,630.98 that your recovery period is two years , nine months , and seventeen days will also determine an Internal Rate of Return of 47.71 % and obtaining a Benefit Cost Ratio \$ 2.21 , this indicates that for every dollar of investment will result in a gain of \$ 1.21, and with this data we have as a result that the project is viable .

Capítulo I

Introducción

1.01 Justificación

En la actualidad en el sector Noreste de la ciudad de Quito, en el Barrio de Monteserrín los moradores, en especial los estudiantes de primaria y secundaria de las instituciones educativas del sector no cuentan con un Cibercafé que cubra las necesidades de tener al alcance de sus manos un servicio inmediato y oportuno. Pues, las nuevas unidades de producción y las ya existentes, tienen que asumir el protagonismo que les corresponde para contribuir al crecimiento y desarrollo del país, logrando mayor eficiencia y brindando productos y servicios de calidad. Hoy más que nunca parece existir un amplísimo consenso respecto de la urgente necesidad de que las empresas funcionen bien competitivamente.

El proyecto del Cibercafé tiene como finalidad, brindar a la comunidad de Monteserrín un servicio de calidad, con tecnología de punta, y, personal altamente capacitado para orientar en los requerimientos de los estudiantes y del público en general, además que los precios serán asequibles.

Los Cybercafé y los locales de Internet son equipamientos extendidos a nivel mundial, aunque tienden a concentrarse en las grandes ciudades, las localidades en las

que el acceso hogareño a Internet aun no es masivo, y los lugares turísticos. Un cibercafé (también llamado ciber, Internet café, PC café, etc.) es típicamente un emprendimiento comercial en el que las personas acceden a Internet por medio de un pago, generalmente equivalente a una fracción de tiempo de una hora o minutos. Un número creciente de cafés ofrecen acceso inalámbrico ilimitado.

En muchos Cibercafé también se venden bebidas, papelería, insumos de computación, cigarrillos y golosinas, o se ofrecen servicios como fotocopias y envío y recepción de faxes”. En la actualidad los jóvenes buscan sitios cómodos para realizar investigaciones de estudio o trabajo y que más que un Cibercafé que posee toda la tecnología de última mano para que ese espacio sea más rápido y más confortable en la búsqueda también aprovechando de una variedad de lonchería al gusto de cada quien.

Son una alternativa válida para entrenar y generar desarrollo y crecimiento a usuarios que no poseen equipo propio en casa o que lo poseen pero no pueden acceder a obtener el servicio privado de internet.

Los Cybercafé y los locutorios que ofrecen acceso a la red son espacios verdaderamente públicos. Comprender el fenómeno de la proliferación de cibercafé puede resultar como un bastón para sostenerse y no caer más abajo en la brecha. (Habrà que volver y revolver al tema de los cybercafés, repensar sus usos y potencialidades,

imaginar/pensar/construir criterios de legitimación de ese proceso, reaprovechar los espacios y poner en el centro la “inclusión digital y la sustentabilidad”).

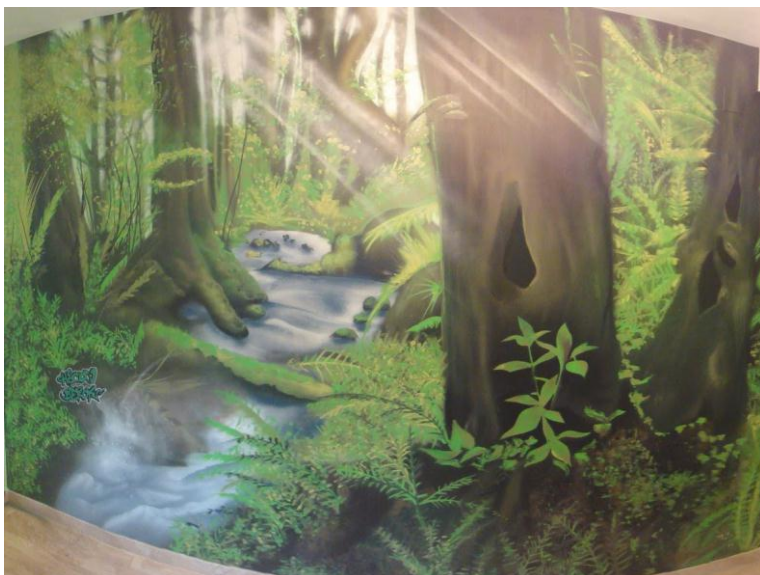
En vista del gran enriquecimiento cultural y tecnológico que brinda el mundo de hoy y que en gran modo está al servicio de la sociedad, el acceso a internet se ha visto como un negocio rentable, donde los clientes se sienten cómodos y regresan, por lo anterior este proyecto tiene una oportunidad de negocio importante, un espacio de ocio, formación y nuevas tecnologías, accesible a muchos jóvenes de los barrios.

Pero hoy en día el Concepto de “Cibercafé” cada vez va quedando a la zaga de lo que originalmente era; muchos de los Cibercafés o Café Internet actualmente ya no ofrecen bebidas, incluso muchos de ellos no ofrecen nada que tenga que ver con ingerir alimentos dentro de sus instalaciones, lo cual deja atrás estos términos, que podrían pasar a ser nombrados como “Salas de Computo”, “Sala de Internet” o algo parecido. El presente proyecto pretende mantener esta tradición del cibercafé donde se piensa establecer un pequeño servicio de cafetería “Bebidas, alimentos, golosinas, etc.”, anexo a la papelería especializada (digitación de trabajos, fotocopidora, scanner, quemador de CD, impresiones, insumos básicos de papelería, etc.), asesoramiento de tareas y trabajos escolares, entre otros servicios que agradan a un grupo grande de clientes habituales a los cuales se quiere llegar con la ejecución del proyecto, teniendo en cuenta que un cibercafé como lo planteamos, no existe aún en el sector residencial propuesto, el cual ofrezca el servicio de internet y otros servicios aquí planteados.

Mural del bosque en la pared.

La contribución temática tiene que ver con su decoración interior, Ud cuando va ingresa al local sentirá la sensación de estar en medio de la selva, en un ambiente totalmente natural y olvidarse por un momento de que está en medio de la ciudad, la cual estará basada en un crear un ambiente de relajación para el cliente, con diseños únicos y exclusivos para que cuando acceda al servicio no solo cubra su necesidad a más de esto logre tener una paz interior mientras desarrolla sus actividades. El lugar en el que desenvuelves ocupa una parte importante de nuestra vida, y para desarrollar con éxito las actividades, el ambiente que nos rodea juega un papel fundamental, ir a un lugar donde existe una buena iluminación natural, decoraciones innovadores a sus alrededor y la amplitud es un hecho.

Figura N° 1. Mural del bosque en la pared



Tomado de página web: www.berok.es

1.02. ANTECEDENTES

(ABBATE, 2003) El cibercafé es un neologismo creado por Ivan Pope, compuesto de ciber (De cibernética) y café (Lugar donde se va a tomar café).

El elemento ciber: es el resultado de un corte de la palabra cibernética, entendida hoy como la técnica de pilotear un equipo informático y navegar con él.

El primer cibercafé “Cyberia” abrió sus puertas en Londres a principios de 1994. Sus fundadores fueron Gene Teare y Eva Pascoe, dos emprendedoras que querían crear un ambiente relajado de un buen café.).

La idea surgió un día cuando Eva, sentada en un café cerca de su universidad, pensó que podría ser divertido poder ir a ese establecimiento, con su ordenador portátil y enviar correos mientras se tomaba un descanso en su rutina habitual. Echó un vistazo, alrededor y pudo reconocer algunos amigos, de los que sabía que tenían conexión a Internet desde sus casas.

Después, hablando con ellos, pensaron en cómo sería tener conexión permanente a Internet desde un café y pagar una pequeña tarifa para poder intercambiar mensajes con sus amigos y familiares, enviar correo y tener mensajería instantánea. Tres meses después, en septiembre, abrieron el primer café Internet en Londres. Desde ese momento hasta ahora, los cibercafés se han multiplicado por todo el mundo.

En la actualidad gracias a la masificación de Internet en muchos países, los cibercafés se han convertido en negocios muy populares, sin embargo la sobre oferta, la competencia desleal y la caída de los precios ha hecho que el segmento haya sido duramente golpeado, razón por la cual son muchos los negocios que han debido salir de circulación.

Es difícil reconocer cual fue el primer cibercafé. Este fenómeno se extendió rápidamente en diversas ciudades del país y casi al mismo tiempo. El cibercafé con mayor antigüedad y que también es viable que sí sea el primer cibercafé.

Un evento que se ha puesto en la mira de las autoridades en los cafés internet, es el aumento de delitos informáticos realizados desde estos sitios de acceso público donde se dificulta el control del usuario. En algunos países con déficit de derechos humanos, como Turquía, China o Arabia Saudita, los cafés internet han sido duramente regulados para prevenir que sus ciudadanos se comuniquen con libertad y conozcan el exterior sin restricciones, por eso obligan a la prestación del servicio aplicando estrictos filtros y controles de censura gubernamental.

Los recientes avances en la tecnología hacen del Cibercafé una de las primeras y más originales formas de negocio relacionado con Internet, con las bases de un comercio que existe físicamente. El éxito de este concepto se debe a la combinación del agradable entorno de un Café, restaurante o bar con las numerosas aplicaciones de la Red.

En la actualidad el cibercafé es un espacio de características agradables, en el cual el cliente puede acceder de forma rápida y eficiente a todos los servicios que en Internet se ofrecen mediante computadores conectados a la Red. Además, también puede utilizar un extenso software de procesadores de textos y hojas de cálculo, todo esto haciendo uso de equipos periféricos como impresoras, escáner, videocámaras, etc. La idea es combinar estos elementos tecnológicos con el ambiente y los servicios que tradicionalmente ofrece un Café. Algunos establecimientos ofrecen adicionalmente venta de equipo de computación, servicios de Internet a domicilio, cursos, desarrollo de aplicaciones y páginas, entre otros.

Un gran número de personas también aprovechan este espacio físico para desarrollar su microempresa, ya que tienen la posibilidad de encontrar respuestas directas a sus dudas, sin la necesidad de esperar horas la asesoría de un soporte técnico casi inaccesible. Muchas compañías reconocen, también, que es el lugar perfecto para vender sus productos.

En nuestro país en 1997. Se abrieron anunciando que eran cafés con un nuevo atractivo: Internet. Por aquel entonces, muy pocos ciudadanos de a pie sabían lo que era la red. Hoy, ya se puede decir que los cibercafé han creado escuela, el primer cibercafé en la ciudad de Quito, fue el Café-net, por lo cual en la ciudad se lo tomó como nombre genérico a dicho nombre, este negocio fue implementado en Quito en el año 1997, para cubrir el mercado extranjero que visitaba Quito fue implementada en uno de los locales de las Torres de la Almagro, que todavía está en funcionamiento, ellos siempre fueron los pioneros en la utilización de los tipos de conexión existentes hoy por hoy en el país, sus dueños aducen que su primer intento lo hicieron en Cumbaya en el año 1994, lo cual no dio resultado alguno, probablemente era muy temprana la idea de brindar acceso a la red, cuando apenas las grandes empresas internacionales tenían acceso, por lo que tuvieron que cerrar. Pero ahora podemos ver que hay varios en toda la ciudad, pues empezaron a surgir de forma inesperada después de la crisis económica que sufrió el país, pues ahora los clientes más frecuentes de estos establecimientos dejaron de ser los turistas europeos, americanos, asiáticos, etc. Para llegar a ser los más visitados por

ecuatorianos con el afán de comunicarse, con sus parientes en el extranjero sea por correo electrónico, video-Chat, llamadas internacionales.

Hoy día, los mayores usuarios de los cibercafés son los jóvenes que suelen reunirse en ellos para divertirse jugando en línea, también son frecuentados por empleados que tienen controlado el acceso a internet en sus trabajos y no tiene alternativas de consulta en sus hogares, por estudiantes y padres que requieren asesoría en búsquedas de información, por viajeros que encuentran en los cibercafés la posibilidad de tener una vía para comunicarse con sus familiares y amigos y por cualquier otra persona que requiera acceso a Internet y sus servicios de forma rápida y económica. En algunos países los cibercafés reúnen comunidades de amigos los fines de semana por la noche, como alternativa de ocio a la ingesta de alcohol, pues sus horarios liberales se suelen extender hasta altas horas de la noche

Capítulo ii

Análisis situacional

2.01 AMBIENTE EXTERNO

El ambiente externo lo constituyen las variables exógenas que la empresa no puede controlar, por tanto, tiene que adaptarse a ellas.

2.01.01 factor económico

(EMAGISTER) Son fuerzas que rodean a la empresa, sobre las cuales la misma no puede ejercer ningún control. Podemos citar el rápido cambio de tecnología, las tendencias demográficas, las políticas gubernamentales, la cultura de la población, la fuerza de la naturaleza, las tendencias sociales, etc.; fuerzas que de una u otra forma pueden afectar significativamente y de las cuales la empresa puede aprovechar las oportunidades que ellas presentan y a la vez tratar de controlar las amenazas.

Afectan el poder de compra y el patrón de gastos de los consumidores. Los países tienen diversos niveles de vida distribución de ingreso de sus habitantes.

2.01.01.01 inflación.

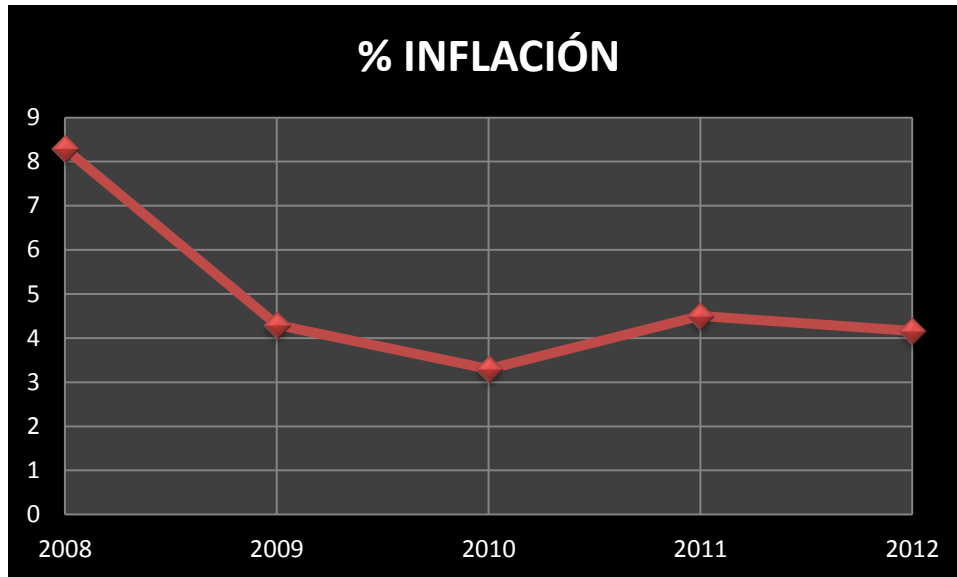
(E-CONOMIC) La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado. Para su cuantificación se usa el "índice de precios al consumo.

Tabla N° 1. Inflación

Año	Inflación
2008	8,30%
2009	4,30%
2010	3,30%
2011	4,50%
2012	4,16%

Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Figura N° 2. Inflación



Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Análisis.- En los últimos años se ha mantenido este indicador y no ha existido un crecimiento importante en los precios, en este sentido, la inflación constituye una amenaza de carácter bajo, ya que el costo de los productos y servicios se han mantenido.

2.01.01.02 tasas de interés.

(DEFINICION.ORG) Es la valoración del costo que implica la posesión de dinero producto de un crédito. Rédito que causa una operación, en cierto plazo, y que se expresa porcentualmente respecto al capital que lo produce. Es el precio en porcentaje que se paga por el uso de fondos prestables.

2.01.01.02.01 tasas activa.

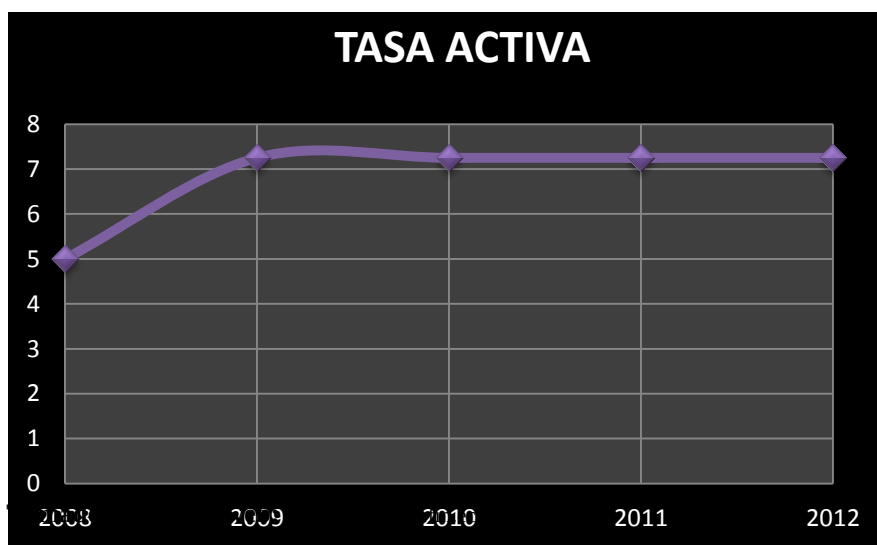
(DEFINICION.ORG) Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

Tabla N° 2. Tasas activa

Año	Tasa Activa
2008	5%
2009	7,25%
2010	7,25%
2011	7,25%
2012	7,25%

Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Figura N° 3. Tasa activa



2.01.01.02.02 tasas pasiva.

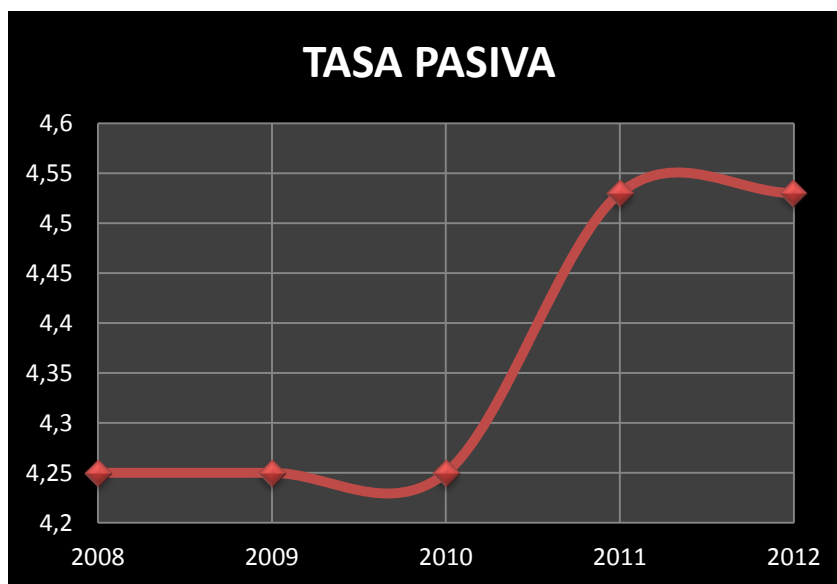
(DEFINICION.ORG) Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

Tabla N° 3. Tasa pasiva

Año	Tasa Pasiva
2008	4,25%
2009	4,25%
2010	4,25%
2011	4,53%
2012	4,53%

Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Figura N° 4. Tasa pasiva



Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Análisis.- Como podemos observar en los datos anteriores las tasas de interés a pesar que los últimos años no han experimentado un notable crecimiento, sin embargo en el caso de la tasa activa sigue siendo alta para un microcrédito en el sector empresarial y en cuanto a la tasa pasiva resulta relativamente baja para realizar algún tipo de inversión en contexto las tasas de interés constituyen una amenaza de carácter medio para el presente proyecto.

2.01.01.03 producto interno bruto.

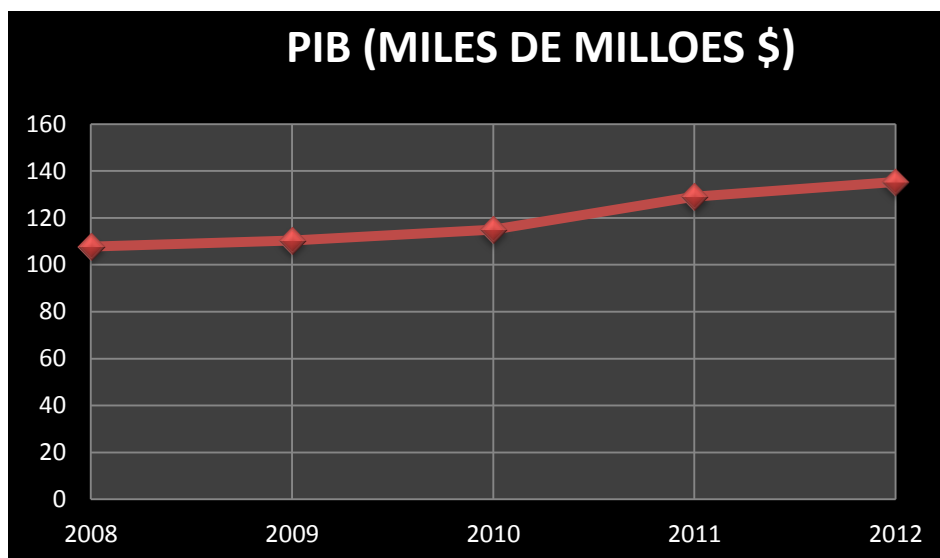
Valor total de la producción corriente todos los de bienes y servicios de un país, durante un período de tiempo determinado, que por lo general de es un trimestre o un año.

Tabla N° 4. Producto interno bruto

Año	PIB
2008	107,7 %
2009	110,4 %
2010	115 %
2011	129,1 %
2012	135,3 %

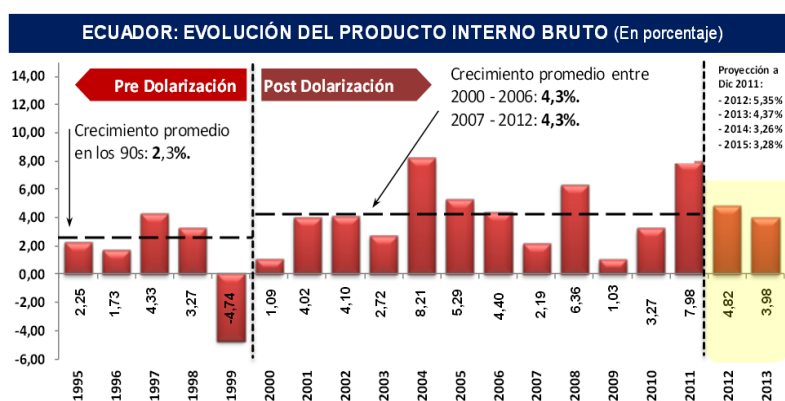
Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Figura N° 5. PIB



Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Figura N° 6. Evolución del producto interno bruto



Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Tabla N° 5. Proyección del producto interno bruto

PROYECCIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO				
Latinoamérica: Proyecciones de Crecimiento				
En Porcentaje				
	2012	2013	2014	2015
Paraguay	-1,5	11,0	4,6	4,7
Panamá	8,5	7,5	6,8	6,3
Perú	6,0	5,8	6,0	6,0
Bolivia	5,0	5,0	5,0	5,0
Chile	5,0	4,4	4,6	4,6
Colombia	4,3	4,4	4,4	4,5
Ecuador	4,0	4,1	3,8	3,6
Uruguay	3,5	4,0	4,0	4,0
Brazil	1,5	4,0	4,2	4,2
Mexico	3,8	3,5	3,5	3,3
Venezuela	5,7	3,3	3,4	2,9
Argentina	2,6	3,1	3,8	4,0
El Salvador	1,5	2,0	2,0	2,5

Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Tabla N° 6. Cuadro producto interno bruto por sectores

	2012		2013	
	Var. %	Mili US\$	Var. %	Mili US\$
Producto Interno Bruto - PIB	4,8	73.232	3,98	78.216
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,0	4.484	3,7	4.787
B. Explotación de minas y canteras	1,4	12.140	4,1	11.602
C. Industrias manufactureras (Excl. refinación de Petróleo)	6,8	6.769	3,7	7.345
D. Suministro de electricidad y agua	7,0	582	3,9	625
E. Construcción y obras públicas	5,8	8.412	5,6	9.398
F. Comercio al por mayor y al por menor	5,5	8.454	3,6	9.133
G. Transporte y almacenamiento	5,3	4.433	5,0	5.019
H. Servicios de Intermediación financiera	5,4	2.010	5,4	2.203
I. Otros servicios	6,5	20.242	4,1	22.067
J. Servicios gubernamentales	5,3	3.672	4,0	3.953
K. Servicio doméstico	0,0	78	1,0	84
Serv. de Intermediación Financ. medidos indirect.	-3,5	-2.075	-3,7	-2.307
Otros elementos del PIB	0,8	4.029	1,6	4.305

Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Análisis.- De acuerdo a los datos observados, el PIB en el sector servicios ha experimentado un crecimiento considerable, por lo cual respresenta una oportunidad de carácter alto; puesto que la producción cada vez es mayor y el futuro lo será mucho más con la propuesta del Gobierno nacional de cambiar la matriz Productiva.

2.01.01.04 comercio exterior

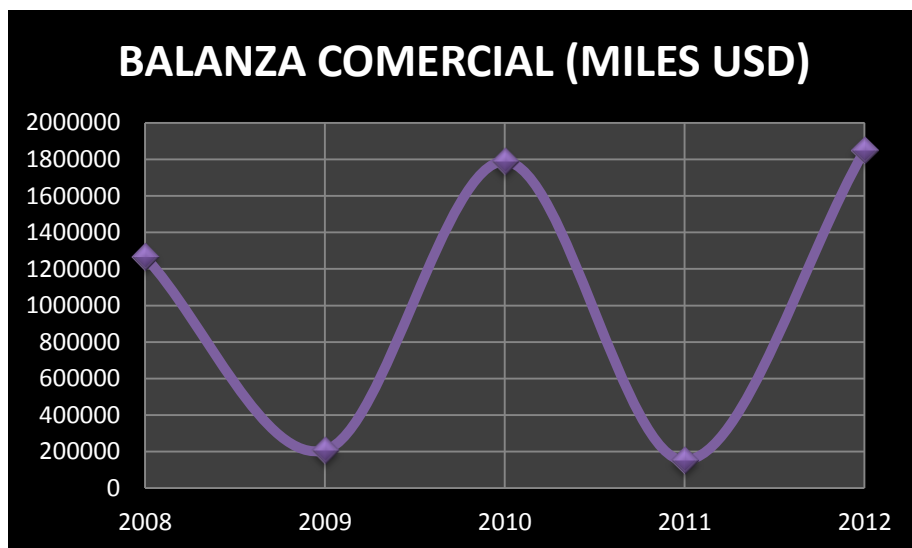
(ADUANAS Y COMERCIO) El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.

Tabla N° 7. Comercio exterior

Año	B. Comercial
2008	1`266.397
2009	208397
2010	1`788.786
2011	152841
2012	1`848.866

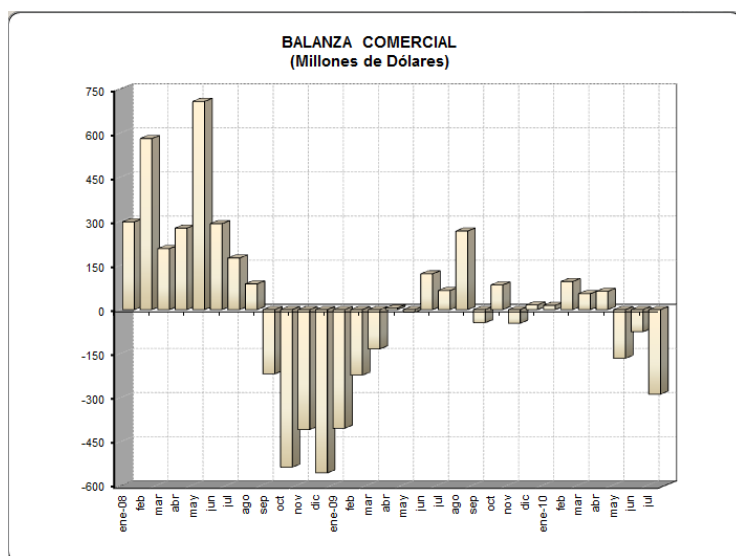
Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Figura N° 7. Balanza comercial (Miles Usd)



Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

Figura N° 8. Balanza comercial (Millones de dólares)



Tomado de página web: <http://www.bce.fin.ec/>

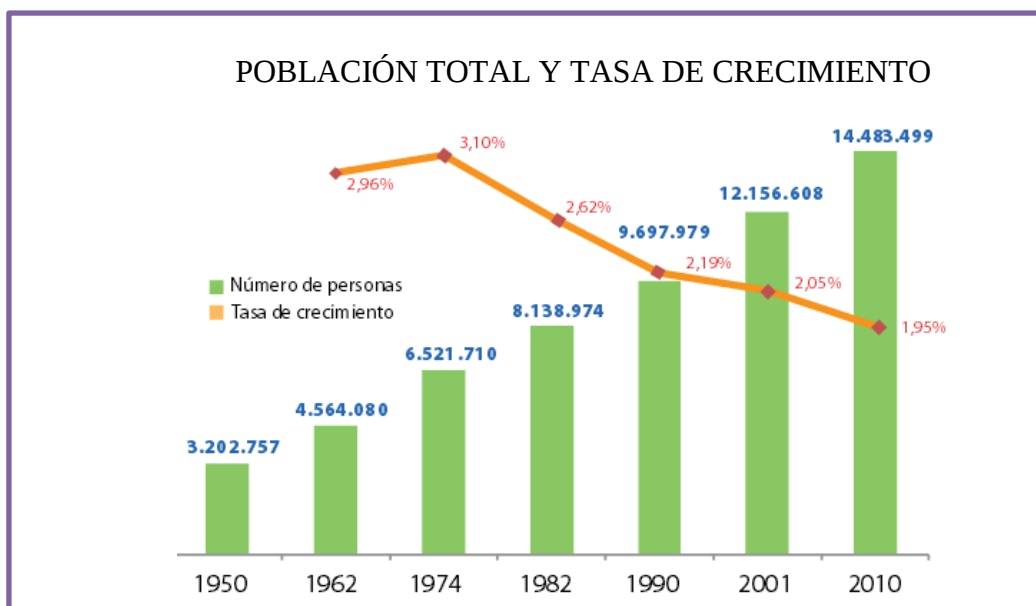
Análisis.- El comercio exterior hasta el año 2004 la balanza comercial era negativa pero a partir del 2005 la balanza comercial es positiva, esto significa que la exportaciones fueron mayores a las importaciones; en el cual el gobierno ha dado mucho énfasis a la producción para tener mayor número de exportaciones y también a restringido ciertos productos que son importados con la finalidad de dar prioridad a la producción nacional, esto representa una oportunidad de carácter medio puesto que habrá la creación de nuevos bienes y servicios que se puedan exportar.

2.01.02 aspecto socio-cultural.

2.01.02.01 población.

(ABC) Conjunto de personas que vive en un área geográfica determinada y cuyo número se calcula a instancias de una evaluación estadística. Por otra parte, en términos biológicos, una población será el conjunto de individuos pertenecientes a una misma especie y que habitan en la misma zona geográfica.

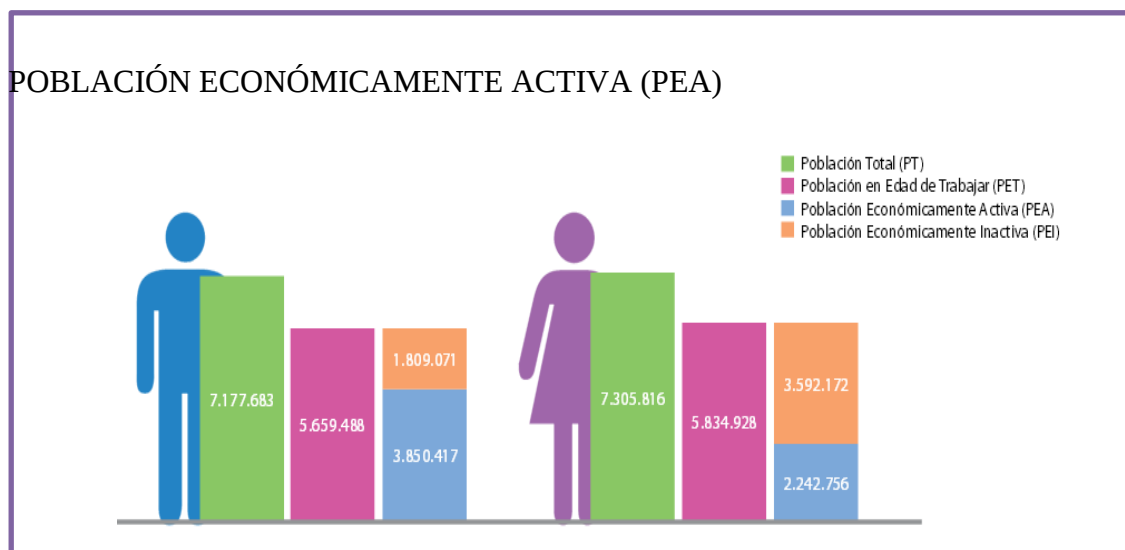
Figura N° 9. Población total y tasa de crecimiento



Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

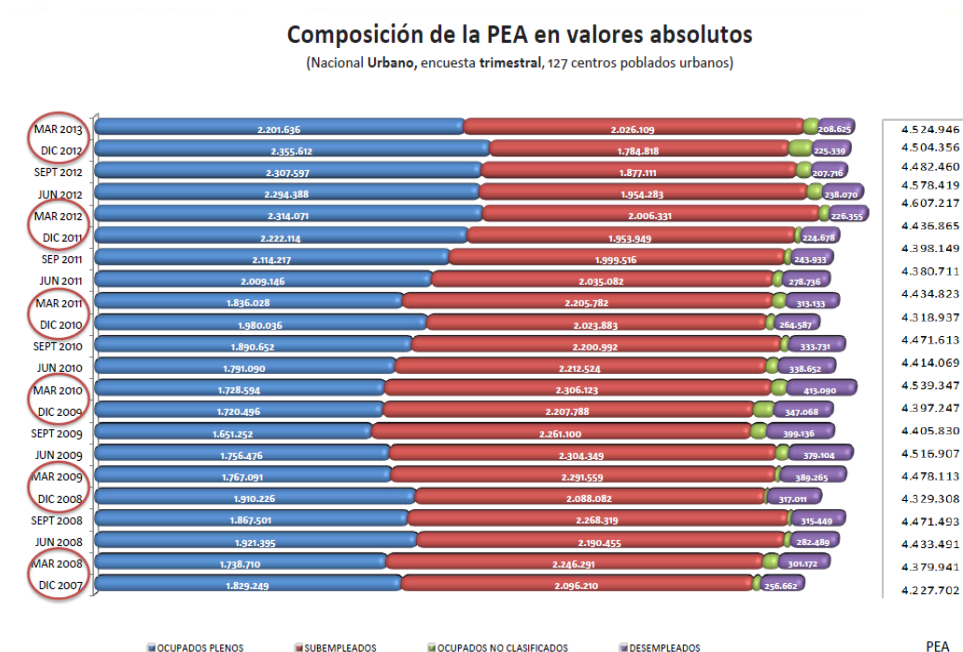
Análisis.- En el último censo poblacional realizado en el año 2010 se pudo verificar un crecimiento de 2`000.000 de personas aproximadamente en comparación al censo anterior en un tiempo de 9 años, para la empresa esto representa una oportunidad de carácter medio porque a mayor población mayor número de consumidores y debemos tomar en cuenta que las personas en la actualidad sienten la necesidad de acceder al servicio del internet.

Figura N° 10. Población Económicamente activa (PEA)



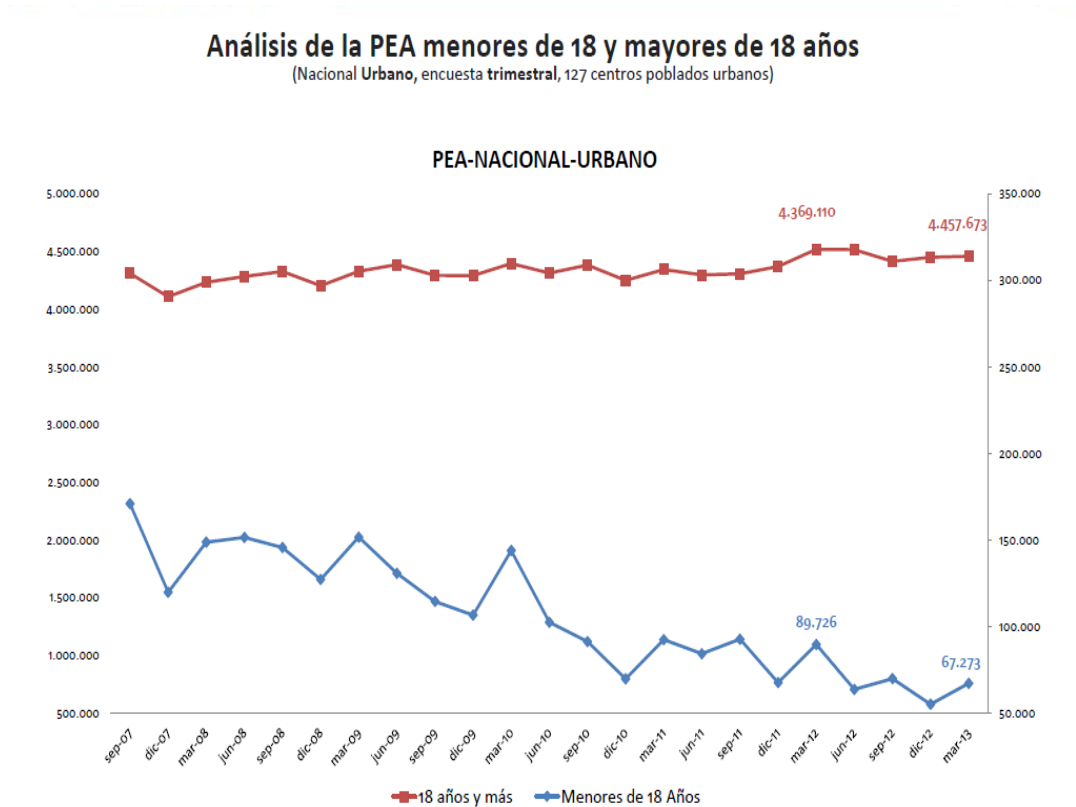
Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Figura N° 11. Composición de la PEA en valores absolutos



Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Figura N° 12. Análisis de la PEA menores de 18 y mayores de 18 años



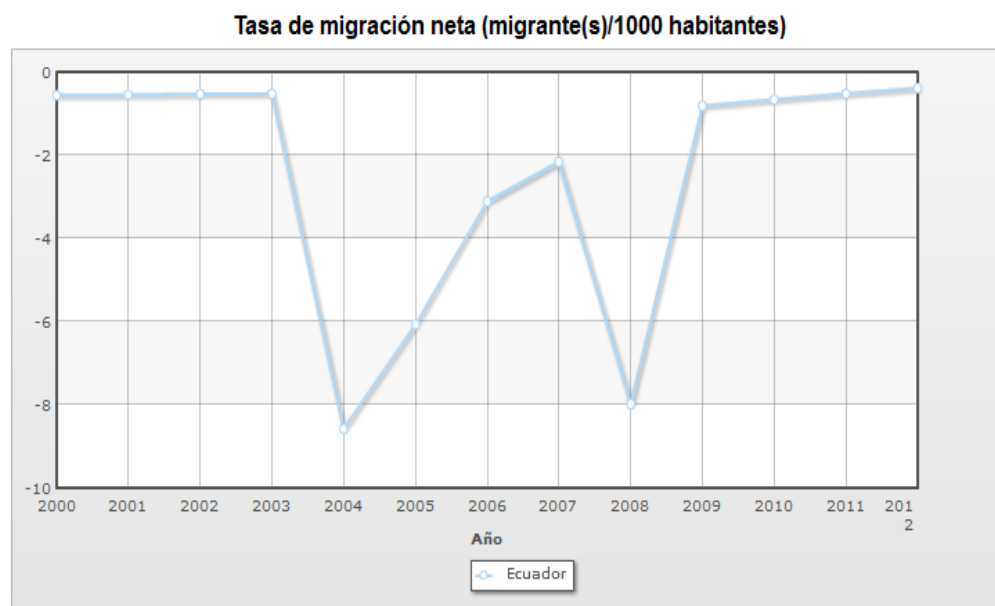
Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Análisis.- La población económicamente activa están en continuo crecimiento, podemos ver que la población mayor de edad se ha mantenido y la población menor de edad ha tenido un declive lo cual para la empresa es una oportunidad de carácter bajo ya que podemos ver que el país sigue generando plazas de trabajo y se espera con el proyecto tener un aporte al mismo.

2.01.02.02 migración.

(ABC, DEFINICION) Proceso mediante el que un individuo se desplaza de una zona geográfica hacia otra. Esto puede responder a infinitud de motivos, aunque los más frecuentes son los económicos y sociales. A su vez, la migración conlleva una serie de consecuencias, entre ellas, por supuesto, también las de carácter económico y social. Esto ha significado que muchos gobiernos del mundo se preocupen para evitar las consecuencias negativas de este fenómeno y aprovecharlo a su favor

Figura N° 13. Tasa de migración neta (migrante(s)/1000 habitantes)



Tomado de página web: <http://www.indexmundi.com/>

Tabla N° 8. Registro de la Tasa de migración neta (migrante(s)/1000 habitantes)

Country	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ecuador	-0,56	-0,55	-0,53	-0,52	-8,58	-6,07	-3,11	-2,16	-7,98	-0,81	-0,66	-0,52	-0,39

Tomado de página web: <http://www.indexmundi.com/>

Análisis.- La tasa de migración a partir del 2008 ha tenido un declive muy notable, por diversos motivos en la actualidad por la recesión económica internacional que atraviesan los diferentes países europeos, Grecia, España, entre otros, siendo el viejo continente el lugar de emigración masiva por ecuatorianos, por lo cual esto es una oportunidad de carácter medio, ya que al aumentar la población con el retorno de las mismas aumentara el consumo de bienes y servicios.

2.01.03 aspecto político-legal.

2.01.03.01 situación política del ecuador.

En años anteriores la clase media ha sido la más afectada y uno de sus factores que influyó fue la quiebra de bancos en el año 1999, por ende las empresas del Sector Privado, fue en aquella época que se produjo la migración de los ecuatorianos a otros países, actualmente las Fuerzas del Poder Económico del Ecuador están migrando a países vecinos para poner sus negocios, sus fábricas ocasionando de igual forma incrementar el desempleo de la población. El Gobierno actual a través del bono y el bono de vivienda, estos Bonos ha puesto en el Mercado muchos Dólares, los mismos que se distribuyen en gastos de Bienes y Servicios en especial de los productos de primera necesidad; este dinero llega a los Mercados, a los taxistas, a los servicios públicos, entre otros.

El actual presidente, tiene que manejar con mucho cuidado estas consecuencias sociales y políticas, que muchas de ellas ha recibido como herencia de los Gobiernos de la Partidocracia, otros son problemas Globales y últimamente los colaboradores del régimen están comprometiendo delicadamente por sus acciones al Presidente actual.

Análisis.- Ecuador es un país bendecido por Dios, tenemos recursos naturales, campos por trabajarlos, agua: mar, montañas, turismo, libertad de pensamiento y de iniciativas, y gente emprendedora. No hay guerra, trabajemos en nuestro país con esperanza y entusiasmo, que los problemas políticos, sociales y otros, siempre hubo y seguirán en el futuro, que este escenario no nos quite la esperanza de seguir adelante en nuestras ambiciones planes y proyectos personales, el aspecto político representa una amenaza de carácter bajo; ya que el gobierno actual varía mucho en toma de decisiones, las mismas que son imprevistas y tarde o temprano afectaran de manera indirecta o indirecta a la empresa.

2.01.03.02 requisitos legales.

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)

(SRI) Entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

- Determinación del impuesto
- Normas sobre declaración y pago
- Domicilio o residencia habitual de Personas Naturales
- Servicios ocasionales de personas naturales no residentes

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Requisitos:

PERSONAS NATURALES

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

El Concejo Metropolitano cumple la tarea legislativa para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos en el Distrito Metropolitano de Quito. El Concejo está conformado por 15 concejales cada uno encargado de diferentes comisiones.

Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito

- El impuesto sobre la propiedad urbana
- El impuesto sobre la propiedad rural
- El impuesto de alcabalas
- El impuesto sobre los vehículos
- El impuesto de matrículas y patentes
- El impuesto a los espectáculos públicos
- El impuesto a las utilidades en la compraventa de bienes inmuebles y plusvalía de los mismos
- Impuesto de Patentes Municipales

PATENTE MUNICIPAL

Quienes trabajan en relación de dependencia y no han sacado el RUC, NO necesitan obtener la Patente Municipal y, consecuentemente, no requieren hacer este tributo.

Los requisitos

- Para realizar el trámite de obtención de la patente, se necesita:
- Para personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad
- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.
- Original y copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el grado de discapacidad que posea el administrado.

CUERPO DE BOMBEROS

TIPO C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos

1. Solicitud de inspección del local;
2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC; y,
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

CENTRO DE SALUD

(DEFINICION) Un centro de salud es un edificio destinado a la atención sanitaria de la población. El tipo de actividad asistencial y la calificación del personal pueden variar según el centro y la región.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
6. Plano del establecimiento a escala 1:50.
7. Croquis de ubicación del establecimiento.
8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
9. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Costos del permiso: (Descritos en el Ac. Ministerial No 818 del 19 de diciembre del 2008).

Análisis.- Acatarse a las leyes y reglamentos que hoy en día nuestro gobierno ha establecido es una oportunidad de carácter alto, ya que estamos realizando una aportación al país y al mismo tiempo dando una garantía de nuestros servicios ya que estaríamos basados en la ley.

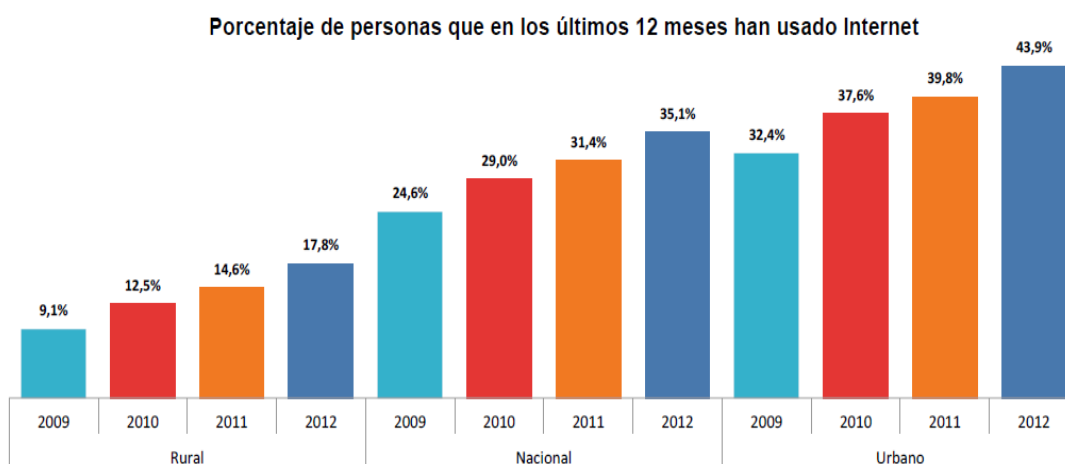
2.01.04 aspecto tecnológico.

Cuando hablamos de tecnología es sinónimo de celulares, pantallas LCD, Tablet Digital, Computadoras Personales, etc. Estamos viviendo en un mundo donde la tecnología ha hecho del paso un mundo mucho más facilitador para vivir. Hoy en día la distancia ya no es una barrera de comunicación gracias al sin número de dispositivos y medios electrónicos que han hecho que el ser humano vaya de la mano con la ella, nuestras necesidades de información la satisfacen de una manera increíble ya que prácticamente no tenemos que visitar una Biblioteca para hacerlo. Podemos concluir indicando que la tecnología llegó para quedarse, ya que ha mejorado la calidad de vida de muchas personas. Esa brecha de distancia y tiempo que existía entre seres humanos, ha sido superada por las múltiples innovaciones tecnológicas.

En el presente proyecto la tecnología es de trascendental importancia, puesto que sus equipos e instalaciones deben ir acorde a satisfacer cada una de las necesidades de cada cliente.

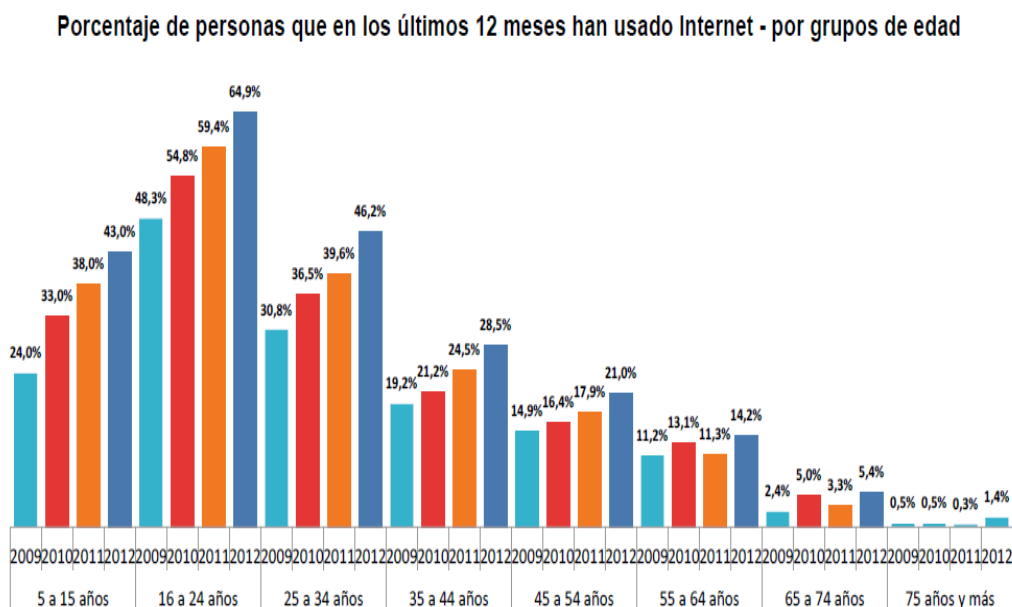
El uso del internet hoy en día es indispensable no solo en el ámbito laboral, a más de esto en el ámbito personal juega un rol muy importante. A continuación datos estadísticos de la frecuencia de uso del internet.

Figura N° 14. Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado internet



Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Figura N° 15. Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado internet por grupos de edad.



Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Análisis.- En el 2012, el 38,7% de las personas de Ecuador utilizan computadora, frente al 36,1% del 2011, con un 35,1% de la población de Ecuador ha utilizado Internet en los últimos 12 meses, siguiendo la tendencia de los últimos cuatro años, el grupo etario con mayor uso de Internet es la población que se encuentra entre 16 y 24 años con el 64,9%, seguido de los de 25 a 34 años con el 46,2%; esto representa una oportunidad de carácter alto porque podemos observar y comparar que el uso tanto de computadoras e internet constantemente han ido creciendo.

2.02 Entorno local

(EMAGISTER) Son todas las fuerzas que una empresa puede controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas tenemos a los proveedores, la empresa en sí, según Philip Kotler también los competidores, intermediarios, clientes y públicos.

2.02.01 clientes.

(MARKETING, 2010) Empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

El poder de negociación con los clientes se adaptara a cada uno de los procesos de nuestro servicio, a más de esto el valor agregado de nuestro ambiente temático será de comodidad y relajación para cada uno de los clientes con diseños únicos a su alrededor; esto representa un oportunidad de carácter alto, se toma en cuenta que en el sector de Monteserrin existe una escases de oferta del mismo.

2.02.02 proveedores

(DEFINICION) Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.

El poder de negociación de con nuestros proveedores no será complejo ya que nuestro servicio tiene componentes de fácil alcance lo cual podemos realizar una investigación de la misma y encontrar lo que más adecuado para nuestro proyecto.

Tabla N° 9. Proveedores

PROVEEDOR	BIEN O SERVICIO	AÑOS EN EL MERCADO
INFOLINK S.A.	EQUIPOS INFORMÁTICOS, SISTEMAS INFORMÁTICOS Y SUMINISTROS DE OFICINA	15 AÑOS
ALMACENES ARTEFACTA	IMPLEMENTOS DE COCINA	94 AÑOS
MUEBLES AL COSTO	MUEBLES Y ENCERES	7 AÑOS
CERRA-JERÍA	BIENES METÁLICOS	25 AÑOS

Investigación de Campo

Análisis.- Para la selección de los proveedores se ha tomado en cuenta su experiencia y precios para así tener garantía de que todas las adquisiciones que se van a realizar sean de la mejor calidad y así nuestro servicio sea excelente, esto representa una oportunidad de carácter medio.

2.02.03 competidores.

(BUSINESSCOL) Empresa que oferta un producto o servicio similar o que tiene el mismo proveedor.

Figura N° 16. Matriz BCG.



Investigación de Campo

Análisis.- Tomando el cuento el sector y la demanda existente la competencia será una oportunidad de carácter medio ya que no están ubicados en una lugar más cercado a la demanda cada cliente tiene que realizar un esfuerzo físico para llegar a ellos a más de que sus costos son muy elevados.

2.02.04 sustitutos.

(SANTILLA, 2008) Son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado.

Enciclopedias

(DEFINICION ABC) Libro en el cual se encuentra, a modo de compendio el conocimiento humano. Una enciclopedia reúne en sus páginas datos especializadísimos, o en su defecto disperso, sobre una ciencia en particular o sobre varias de estas, las cuales, de otra manera no podrían ser halladas con facilidad, siendo que la misma constituye un auténtico e importante servicio a la cultura moderna.

Bibliotecas

(ABC, DEFICION) Cualquier tipo de colección organizada, ya sea de libros o publicaciones en serie, o bien de documentos gráficos o audiovisuales, y que se encuentran disponibles para ser consultados o tomados en préstamo. Por otra parte y con el mismo término se designa a aquellos organismos o parte de ellos cuya principal razón de ser consiste en construir, organizar, mantener y actualizar los documentos que

disponen para que los mismos puedan ser consultados por los usuarios de acuerdo a las necesidades que posean.

Análisis.- En la actualidad se maneja los trabajos de una forma tecnológica la cual cada día va incrementando y evolucionando de manera rápida, en el cual la mayoría de público en general ya dejado a un lado los libros y bibliotecas, esto representa una oportunidad de carácter alto ya que con nuestro servicio se cubre la necesidad en diferentes aspectos.

2.03 Ambiente Interno

(PUBLICIDAD) Aspectos que forman parte de la gestión de la compañía, que lógicamente es quien puede proporcionar la mejor interpretación sobre ellos.

2.03.01 propuesta estratégica

2.03.01.01 misión.

La empresa LINK- NET ofrece servicios de internet y anexos con tecnología de punta y personal altamente capacitado, así como también servicios de bebidas frías y calientes que garanticen higiene y salubridad, con eficiencia y precios razonables, enfocados principalmente a los estudiantes y público en general.

2.03.01.02 visión

El lapso de 3 años, la empresa LINK- NET será reconocida como una de las pioneras de ciudad de Quito por brindar servicios tecnológicos de calidad en el campo de la informática, contribuyendo en el desarrollo académico de los estudiantes y público en general del norte de la ciudad de Quito, así como por ofrecer bebidas frías y calientes como complemento de la estancia de los clientes y de esta manera satisfacer sus necesidades.

2.03.01.03 objetivos.

2.03.01.03.01 objetivos corporativos.

- Contar con personal altamente capacitado, que brinde solución inmediata a los requerimientos de los usuarios.
- Contar con tecnología e información actualizada de todo el mundo.
- Optimizar los costos y gastos, en beneficio del cliente interno y externo.
- Maximizar las utilidades para los inversionistas.

2.03.01.03 valores

- Honestidad: Actuar con la debida transparencia.
- Lealtad: Nos permite cuidar el presente y futuro de la empresa.

- Actitud: Comprometerse con la empresa; cuando tenemos una actitud positiva hacia los demás podemos desempeñarnos mucho mejor y mostrar las fortalezas de la empresa.
- Respeto: Comprendemos y aceptamos la condición inherente a las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en un constante proceso de mejora.
- Solidaridad: Actuar siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo; regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.

2.03.01.04 principios

- Excelencia: Brindar el mejor servicio, enfrentando los retos con valor, esfuerzo y creatividad.
- Accesibilidad: Ofrecer productos y servicios que sean relevantes y accesibles a la población en precio, tecnología y disponibilidad.
- Liderazgo: Ser el Cyber más innovador del barrio Monteserrín.
- Compromiso: Con nuestros clientes, con los consumidores y con la calidad en los productos que elaboramos diariamente.
- Trabajo en Equipo: Nos permite conformar un grupo sólido, unidos por objetivos comunes encaminados siempre a la satisfacción del cliente.

2.03.02 gestión administrativa.

Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo las cuales son:

2.03.02.01 planificación.

Se establecer un plan general de logros enfatizando la creatividad para encontrar medios nuevos y mejores de desempeñar el trabajo a realizar mediante el diagrama de Gantt.

Tabla N° 10. Cronograma de presentación del desarrollo del proceso

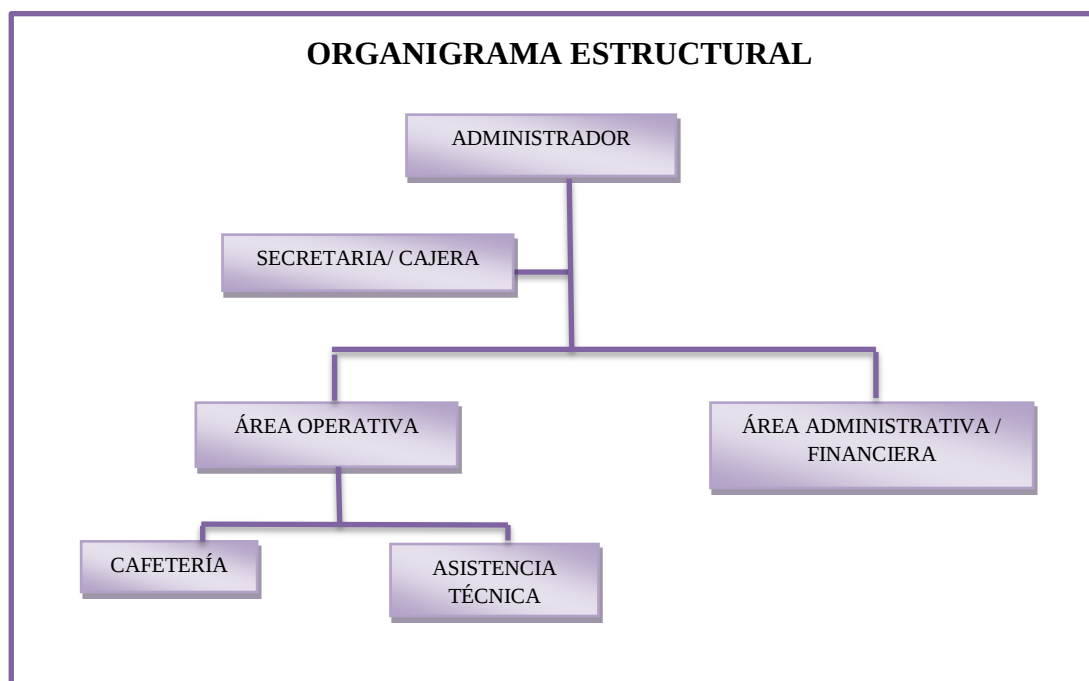
CRONOGRAMA DE PRESENTACIÓN DEL DESARROLLO DEL PROYECTO					
AÑO 2013					
PROYECTO I+D+I	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
Capítulo 1 (INTRODUCCIÓN)	24/06/2013				
Capítulo 2 (ANÁLISIS SITUACIONAL)		15/07/2013			
Capítulo 3 (ESTUDIO DE MERCADO)			12/06/2013		
Capítulo 4 (ESTUDIO TÉCNICO)			26/08/2013		
Capítulo 5 (ESTUDIO FINANCIERO)				09/09/2013	
Capítulo 6 y 7 (ANÁLISIS DE IMPACTOS Y CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES)				23/09/2013	
Firma de carta de aprobación de proyecto por parte del tutor					11/10/2013
Entrega de proyectos terminados por el tutor					14/10/2013
Presentación de arreglos finales al lector					21/10/2013
Entrega formal de 2 anillados y 1 empastado a la dirección de escuela					24/10/2013
Entrega formal den la dirección de Escuela del empastado y dos anillados					25/10/2013
Inicio formal de sustentaciones					28/10/2013

Planificacion Instituto Tecnológico Superior Cordillera

2.03.02.01.02 organización

Es fundamental en una empresa ya que su objetivo será subdividir el trabajo en unidades operativas o áreas, a más de alcanzar el máximo rendimiento de todos los empleados en el interés de los aspectos globales y así como tener un buen manejo departamental.

Figura N° 17. Organigrama estructural



MANUAL DE FUNCIONES

Administrador

Deberá cumplir con sus funciones como son:

- Analizar los recursos físicos, financieros y humanos con los que cuenta la empresa, planear y distribuir los mismos de una manera estratégica y eficiente.
- Evaluar continuamente cómo optimizar cada uno de los recursos para el beneficio de la empresa.

- Deberá conocer cada uno de los cargos y procesos, operativos y administrativos que se lleven a cabo en la empresa
- Nombrar, dar posesión y remover a los empleados de la Empresa. Celebrar los contratos con los trabajadores oficiales.
- Representar a la Empresa como persona jurídica y autorizar con su firma los actos y contratos en que ella tenga que intervenir.

Administrativo / Financiero

Deberá cumplir con sus funciones como son:

- El Establecimiento de cuentas adecuadas, que servirán para la debida clasificación y análisis de la información que haya de someterse a los funcionarios. Sin ello es imposible obtener los datos de una manera sistematizada y exacta.
- Un sistema de registros diarios que sirvan de medio llevar un buen manejo de ingresos y egresos de la empresa. Dichos registros son indispensables para proveer y sintetizar eficazmente la información contenida en las mismas.
- Mantener al día a la empresa en las obligaciones tributarias.

Secretaria / Cajera

Deberá cumplir con sus funciones como son:

- Atender al cliente en orden de llegada y tratara.
- Asignar máquinas para el uso del servicio, controlar y verificar el uso de cada uno de los equipos.
- Realizar el cobro de bien o servicio consumido por el cliente.

Área de Operativa

Deberá cumplir con sus funciones como son:

- **Cafetería**
 - ✓ Tomar pedidos de los clientes.
 - ✓ Preparar cada pedido.
 - ✓ Mantener el lugar en perfectas condiciones higiénicas
- **Asistencia Técnica**

Supervisa las tareas que realizan cada uno de los equipos entre las cuales tenemos:

- ✓ Revisión Soporte Servidores y Sistemas Operativos para no tener inconvenientes.
- ✓ Revisión Redes y Comunicaciones en las conexiones realizadas.
- ✓ Revisión Hardware y Software este en perfecto funcionamiento.

2.03.02.01.02 dirección.

Como un objetivo para llevar una buena dirección es tener una comunicación con efectividad entre departamentos en el cual se detalla el enlace entre cada uno de ellos.

El Administrador se encargara Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la empresa en cumplimiento de las políticas de la entidad y objetivos de la misma; así como actuará de acuerdo con la administración y bajo la dirección del mismo, el cual siempre tendrá a su cargo diferentes hechos; a más de esto se encargara el departamento financiero deberá tener una buena comunicación con caja/ secretaria para llevar un buen control de los ingresos, caja mantendrá una conexión con la cafetería por el cobro de los bienes y servicios consumidos por el cliente a más de esto es importante la comunicación con el servicio técnico para que cada uno de los equipos asignados a los clientes estén en perfecto funcionamiento y si existiera algún inconveniente comunicar para su inmediata solución y así satisfacer la necesidad del cliente.

2.03.02.01.03 control.

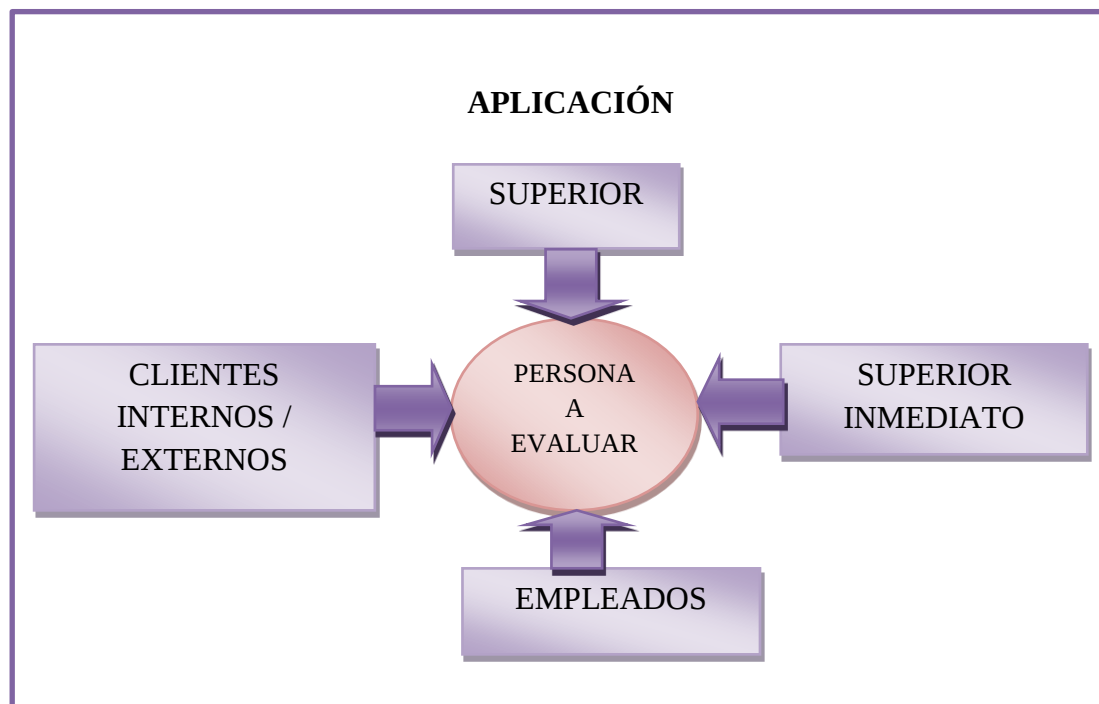
Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño, mediante un la evaluación de 360 grados, hoy en día una de las herramientas más utilizada por las organizaciones modernas. Los principales usos que se da a la evaluación de 360 grados son las siguientes:

- Medir el Desempeño del personal.
- Medir las Competencias.
- Diseñar Programas de Desarrollo.

La evaluación de 360 grados pretende dar a los empleados una perspectiva de su desempeño lo más adecuada posible, al obtener aportes desde todos los ángulos: Jefes, compañeros, subordinados, clientes internos, etc.

El propósito de aplicar la evaluación de 360 grados es darle al empleado la retroalimentación necesaria para tomar las medidas para mejorar su desempeño, su comportamiento o ambos, y dar a la gerencia la información necesaria para tomar decisiones en el futuro

Figura N° 18. Aplicación



Investigación de Campo

Tabla N° 11. Factores para trabajar de manera exitosa en la organización

1.- Factores considerados para trabajar de manera exitosa en la organización	
Factor N° 1	Trabajo en Equipo
Factor N° 2	Puntualidad, Compromiso y Responsabilidad
Factor N° 3	Resistencia al cambio
Factor N° 4	Trabajo individual

Investigación de Campo

Tabla N° 12. Trabajo en equipo

Trabajo en Equipo	SIEMPRE	FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA	NUNCA
1.- Crecimiento y ambiciones compartidas				
2.- Comparte éxitos y fracasos				
3.- Escucha con atención y respeto				
4.- Planea y ejecuta procesos con todos				

Investigación de Campo

Tabla N° 13. Puntualidad, compromiso y responsabilidad

Puntualidad, Compromiso y Responsabilidad	SIEMPRE	FRECUENTEMENTE	CASI NUNCA	NUNCA
1.- Cumple sus funciones designadas un determinado tiempo				
2.- Establece acciones para el crecimiento de la empresa				
3.- Cooperar en la toma de decisiones acertadas dentro de la empresa				
4.- Afronta situaciones dentro del entorno laboral				

Investigación de Campo



Tabla N° 14. Resistencia al cambio

Resistencia al cambio	SIEMPRE	FRECUEMENTEMENTE	CASI NUNCA	NUNCA
1.- Aceptación cambios y dirección				
2.- Atención a las reglas				
3.- Calidad de trabajo				
4.- Soporta la presión en el trabajo				

Investigación de Campo

Tabla N° 15. Trabajo individual

Trabajo individual	SIEMPRE	FRECUEMENTEMENTE	CASI NUNCA	NUNCA
1.- Desempeña sus funciones de manera eficaz y eficiente				
2.- Actualización constante de sus conocimientos				
3.- Colabora con actividades extracurriculares				
4.- Trabajo incondicional				

Investigación de Campo

2.03.03 gestión operativa

2.03.03.01 flujograma del servicio

Figura N° 19. Flujograma del servicio



Investigación de Campo

2.03.04 gestión comercial.

2.03.04.01 producto / servicio.

SERVICIO

Se contará con equipos de última tecnología, para satisfacer de manera eficaz y eficiente cada una de las necesidades tecnológicas de cada uno de nuestros clientes.

Lo primordial en la empresa es la satisfacción de cada uno de nuestros clientes, es por ello que nuestro personal estará totalmente capacitado en el servicio de internet y atención al cliente.

Se ofrecerá servicios de:

- Alquiler de Internet
- Impresiones B/N y Color
- Copias B/N y Color
- Scanner

PRODUCTOS

CAFETERÍA

Se expendirá los siguientes productos:

Tabla N° 16. Productos

BEBIDAS CALIENTES
Capuchino
Café Tradicional
Agua Aromática
COMIDA RÁPIDA
Sanduche de mortadela
Sanduche de jamón
BEBIDAS FRÍAS
Fuze tea 550 ml
Gaseosas 1/2 litro
Gaseosas 250 ml
Dassani sin gas 500 ml
Jugos del Valle 450 ml
Limonadas 500 ml
Guitig 500 ml
VARIOS
Snacks
Chupetes
Chicles

Investigación de Campo

SUMINISTROS ESCOLARES Y DE COMPUTACIÓN BÁSICOS

Tabla N° 17. Productos

SUMINISTROS
Cd's
Esferos
Hojas de papel bond
ACCESORIOS
Flash memories

Investigación de Campo

2.03.04.02 precio.

Cada uno de los precios se ha establecido de acuerdo a un promedio con respecto a la competencia, y de acuerdo a cada uno de los costos que incurre cada uno de ellos.

Tabla N° 18. Servicios

Concepto	P.V.P.
Servicio de Internet	\$ 0,80
Servicio de Impresiones B/N	\$ 0,08
Servicio de Impresiones full color	\$ 0,40
Scanner	\$ 0,48
Copias B/N	\$ 0,03
Copias Color	\$ 0,30

Investigación de Campo

Tabla N° 19. Productos

Concepto	P.V.P.
Servicio Cliente	\$ 318,00
Fuze tea 550 ml	\$ 0,70
Gaseosas 1/2 litro	\$ 0,80
Gaseosas 250 ml	\$ 0,40
Dasani sin gas 500 ml	\$ 0,35
Jugos del Valle 450 ml	\$ 0,50
Limonadas 500 ml	\$ 0,60
Guitig 500 ml	\$ 0,60
Snacks	\$ 0,25
Chupetes	\$ 0,15
Chicles	\$ 0,15
Cd's	\$ 0,30
Esferos	\$ 0,35
Hojas de papel bond	\$ 0,02
Flash memories 4 GB	\$ 8,00

Investigación de Campo

Tabla N° 20. Productos

CONCEPTO	P.V.P.
Capuchino	1,25
Café Tradicional	0,60
Agua Aromática	0,50
Sanduche de mortadela	0,85
Sanduche de jamón	0,95

Investigación de Campo

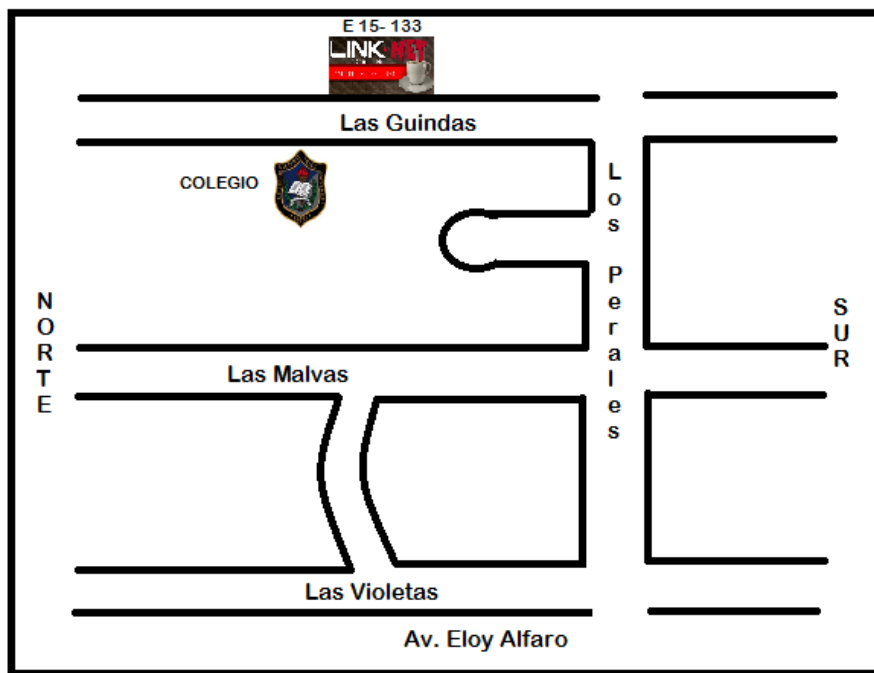
2.03.04.03 plaza.

Para el establecimiento de nuestra empresa se ha realizado una investigación de campo y a más de esto fue necesario estudiar determinados aspectos como la intensidad de la competencia y número de competidores, esto quiere decir que al estar ubicación

frente a una Institución Estudiantil siempre existirá una demanda alta del servicio en el sector.

La ubicación será en el Barrio Monteserrín, calles Guindas E 15- 33y Perales; Frente al colegio Nacional Raúl Andrade.

Figura N° 20. Croquis



Investigación de Campo

2.03.04.04 promoción

Para la introducción de nuestra empresa en el mercado se ha realizado un análisis en base a la demanda que va a existir en el sector, para lo cual es conveniente realizar dos tipos de promoción:

- Ingresa con dos personas y la tercera accede a 30 minutos de internet gratis.
- Si imprimes más de 25 hojas te regalamos tres impresiones gratis, puedes acumular.
- Por primera vez con la presentación de la hoja volante, acceso a 15 minutos gratis de internet.

2.03.04.05 publicidad.

LOGOTIPO

Se realizó un diseño propio basada en ideas juveniles que llame la atención del cliente.

Figura N° 21. Logotipo



ESLOGAN

La empresa a más de prestar servicios de internet, copias, impresiones y ventas de suministros; con el objetivo de obtener mejores ingresos y que la estancia del cliente se más apropiada se crea la cafetería en donde se expenderá comida preparada, bebidas frías y calientes; es de allí que nace el eslogan, Comunica té, Acerca té y Conecta té. En donde la idea es transmitir no solo los servicios tecnológicos a más de esto que al acercarte puedes acceder en un solo local a una tasa de café, té y otra bebida que desee el cliente.

Figura N° 22. Eslogan



Investigación de Campo

HOJAS VOLANTES

Una de las maneras más rápidas de hacernos conocernos es mediante la repartición de volantes, en el cual para iniciar la empresa cada uno de nuestro clientes potenciales con tan solo la presentación del mismo accederá a 15 minutos gratis de internet; esto con el objetivo de que cada una de las personas que accedan al servicio conozcan la calidad del mismo.

Figura N° 23. Hojas volantes



Investigación de Campo

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Este medio se utilizara para personal docente de la institución con el objetivo de poder cooperar en algunas de sus necesidades como: copias instantáneas de exámenes, trabajos o textos: servicio el cual no tendrá ningún costo adicional ya que no incurrirá ningún gasto, este uno de los valores agregados de nuestro servicio.

Parte fundamental de la empresa es hacer el negocio visible; por ello, debe ser llamativa y altamente legible a distancia, con un mensaje conciso y claro de nuestro servicio.

Figura N° 24. Tarjetas de presentación



ROTULO

Figura N° 25. Rotulo



2.04 ANÁLISIS FODA

Tabla N° 21. Matriz FODA

CONCEPTO	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
AMBIENTE EXTERNO						
MACRO AMBIENTE						
ASPECTOS ECONÓMICOS						
Inflación						✓
Tasa de interés activa					✓	
Tasa de interés pasiva					✓	
Producto Interno Bruto	✓					
Balanza Comercial		✓				
ASPECTO SOCIO CULTURAL						
Población		✓				
Migración		✓				
ASPECTO POLÍTICO – LEGAL						
Situación Política del Ecuador	✓					
Requisitos y Permisos para el funcionamiento de la empresa	✓					
ASPECTO TECNOLÓGICO						
Evolución de la Tecnología	✓					
MICRO AMBIENTE						
Clientes	✓					
Proveedores	✓					
Competidores		✓				
Sustitutos	✓					
AMBIENTE INTERNO						
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA						
Misión	✓					
Visión	✓					
Objetivo Corporativos	✓					
Principios y Valores	✓					
Gestión Administrativa	✓					
Gestión Operativa	✓					
Gestión Comercial	✓					

Indicadores Proyecto de Grado

Capítulo III

Estudio de Mercado

3.01. Análisis del Consumidor

El objetivo general del presente proyecto está centrado en identificar los factores que influyen en el comportamiento del usuario de los servicios de un CYBE-RCAFÉ en el Noreste de la ciudad de Quito. La metodología utilizada se basó en un tipo de investigación descriptiva, con un diseño no experimental-transaccional. La población estuvo compuesta por 718.851 habitantes, de los cuales se extrajo una muestra probabilística al azar simple, de 384 consumidores, a los cuales se les aplicó un cuestionario estructurado y los datos arrojados fueron examinados a la luz de la estadística descriptiva.

Se concluyó que existen factores demográficos, conductuales y psicológicos que influyen en el comportamiento del consumidor; se detectaron entre sus preferencias el acceso a Internet a través de computadoras fijas para la búsqueda de información desde sus hogares, con una frecuencia de uso promedio entre 61-90 horas mensuales y con banda ancha, por la calidad del servicio; sin embargo, la mayor parte de los usuarios no poseen ningún tipo de educación tecnológica. Asimismo, se identificaron elevadas expectativas sobre la calidad de respuesta del servicio, evidenciándose mayor preferencia por el servicio otorgado por la Corporación Nacional de telecomunicaciones.

En el Norte de la ciudad de Quito los consumidores del servicio de Internet se caracterizan por ser estudiantes y jóvenes-adultos, en fase productiva laboralmente, con un nivel de ingresos de sueldo mínimo. Estos consumidores acceden a este servicio con el fin de buscar información pertinente para sus trabajos diarios, siendo su frecuencia de uso alta y en su mayoría desde la comodidad de sus hogares. Además, la búsqueda de información no es el único interés de los consumidores a conectarse, sino también por entretenerse, chatear, jugar, comprar, entre otros.

Los factores demográficos, conductuales y psicológicos que influyen en el comportamiento del consumidor al adquirir el servicio de Internet al noreste de la ciudad de Quito, permite a las operadoras del mercado tener una visión de los usuarios y clientes, así como entender y prever la forma en que los mismos van a responder ante el servicio ofertado. El estudio del comportamiento del consumidor no solamente ofrece datos relevantes para ofertar el servicio, sino también datos que revelan el por qué, cuándo, dónde y cómo se debe ofertar el producto o servicio que se esté ofreciendo, conllevando a que este elemento de la mercadotecnia forme parte integral de la planificación estratégica.

Así mismo, estos estudios se traducen para las operadoras habilitadas en estrategias de mercado, dado que conocer la conducta y expectativas de la población permite desarrollar programas creativos de mercadotecnia ajustado a las necesidades,

donde se inserte mayores elementos innovadores dentro del servicio, que les permitan obtener una ventaja competitiva en el mercado.

3.01.01. determinación de la población y muestra.

Población

La población utilizada para la presente investigación lo constituyen varias parroquias del norte de la ciudad de Quito que se calcula de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC se detalla a continuación:

Tabla N° 22. Población

Parroquias Sector Norte	Habitantes
Carcelén	54938
Cochapamba	40870
Comité del Pueblo	46646
Cotacollao	31263
El Condado	85845
Iñaquito	44149
Jipijapa	34677
Kennedy	70041
La Concepción	31892
Ponciano	53892
San Isidro del Inca	42071
Calderón	152242
Llano chico	10673
Nayon	15635
Zambiza	4017
TOTAL HABITANTES	718851

Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Tabla N° 23. Calculo de muestra

POBLACIÓN TOTAL DEL ECUADOR CENSO 2010	14'483.499
POBLACIÓN EN PICHINCHA	2'239.191
POBLACIÓN PARROQUIAS NORTE	718.851

Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Muestra

Como la población es demasiado extensa, es necesario calcular el tamaño de una muestra, utilizando la siguiente fórmula

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q \cdot z^2}{(N-1)E^2 + p \cdot q \cdot z^2}$$

$$n = \frac{(74748)(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(74748-1)0,05^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{71787,9792}{186,8675 + 0,9604}$$

$$n = 382,20$$

$$n = 383$$

3.01.02 técnicas de obtención de información.

Las técnicas más utilizadas para obtener información de una investigación son las siguientes:

- Entrevistas
- Encuestas
- Focus Grup
- Observación

Para el presente proyecto se utilizará la encuesta, puesto que permite adquirir la información mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

3.01.03 análisis de la información

Es importante señalar que el análisis de la información obtenida, consta de los siguientes pasos:

- Elaboración de la encuesta
- Determinar la población y la muestra
- Aplicar la encuesta
- Tabular los resultados de la encuesta
- Representar cuadros y gráficos la información tabulada
- Realizar el respectivo análisis de cada una de las preguntas

3.01.02.01 resultados de la encuesta.

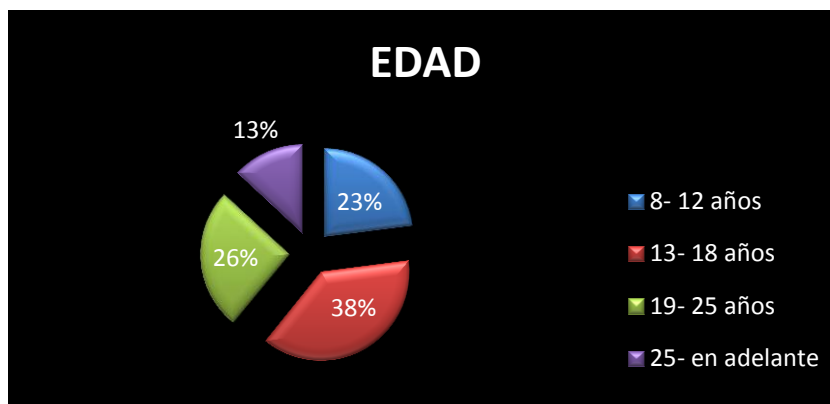
DATOS GENERALES

Tabla N° 24. Edad

RANGOS	No. Personas	Porcentaje
8- 12 años	88	23
13- 18 años	145	38
19- 25 años	100	26
25- en adelante	50	13
TOTAL	383	100

Investigación de Campo

Figura N° 26. Edad



Investigación de Campo

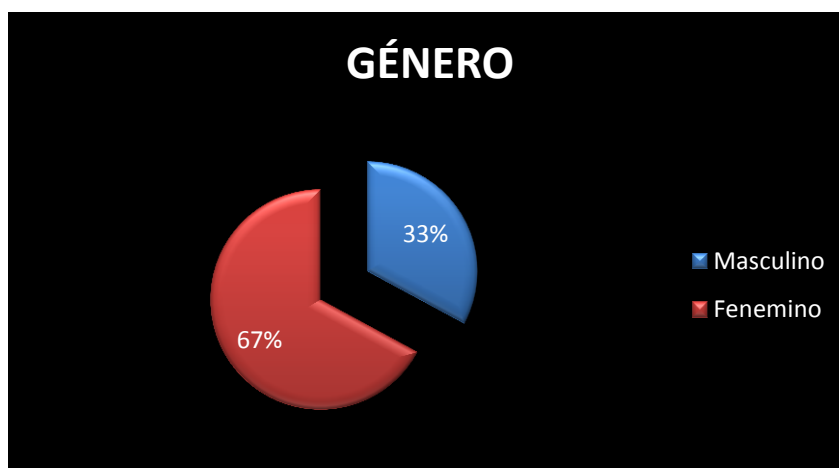
Análisis.- En el grafico podemos observar que tenemos una mayor aceptación en las edades medias con el 38% en el rango de 13 a 18 años y con el 26% en el rango de 19 a 25 años, seguido con el 23% en niños de 8 a 12 años y con la mínima aceptación en personas de 25 años en adelante con el 13%.

Tabla N° 25. Genero

GENERO	No. Personas	Porcentaje
Masculino	126	33
Femenino	257	67
TOTAL	383	100

Investigación de Campo

Figura N° 27. Género



Investigación de Campo

Análisis.- En los resultados de la encuesta realizada podemos observar que tenemos una aceptación del 67% en el género femenino y el 33% en el género masculino.

PREGUNTAS

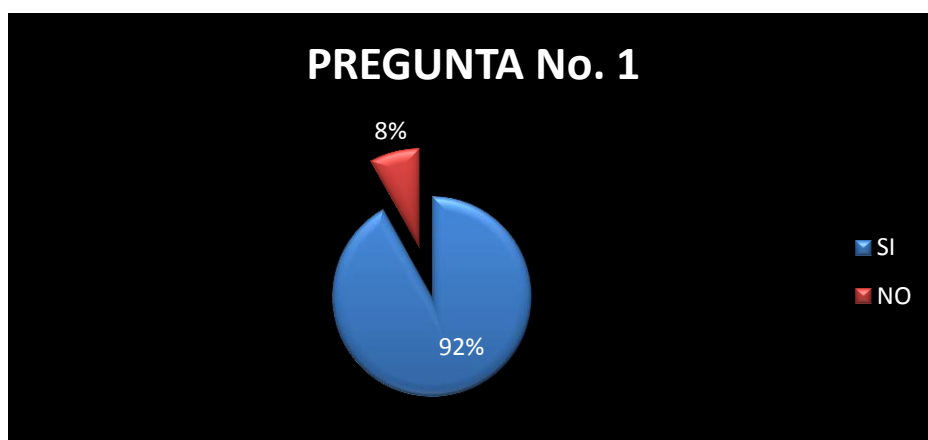
1.- Conoce usted los CYBERS CAFÉ?

Tabla N° 26. Pregunta N° 1

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
SI	352	92
NO	31	8
TOTAL	383	100

Investigación de Campo

Figura N° 28. Pregunta N° 1



Investigación de Campo

Análisis.- En los datos de los gráficos y cuadros observados podemos observar que el 92% de las personas tiene un conocimiento exacto de lo que es un cyber café y el 8 % no lo conocen.

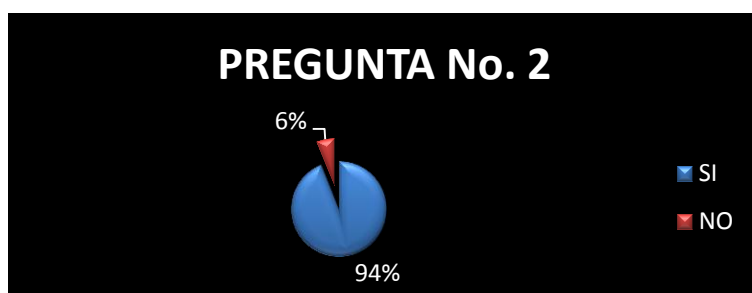
2. ¿Está usted de acuerdo que en el sector norte de la ciudad de Quito se implemente un CYBER CAFÉ?

Tabla N° 27. Pregunta N° 2

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
SI	360	94
NO	23	6
TOTAL	383	100

Investigación de Campo

Figura N° 29. Pregunta N° 2



Investigación de Campo

Análisis.- Según datos estadísticos de las encuestas realizadas nos indica que un 94% de la muestra de la población está de acuerdo con la creación de un cibercafé en el sector de Monteserrin y el 6% opinan lo contrario

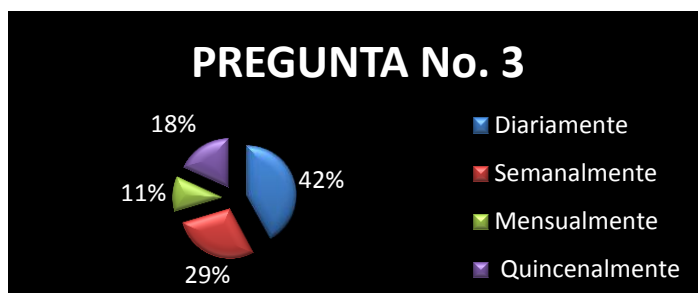
3.- ¿Con que frecuencia acude usted a un CYBER-CAFÉ?

Tabla N° 28. Pregunta N° 3

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
Diariamente	161	42
Semanalmente	109	28
Mensualmente	44	11
Quincenalmente	70	18
TOTAL	383	100

Investigación de Mercado

Figura N° 30. Pregunta N° 3



Investigación de Mercado

Análisis.- En el grafico presentado se puede identificar que de la muestra de población tomada un 42% asiste diariamente a un cibercafé, y el 58% se distribuye en 28% visitan semanalmente, un 11% mensualmente y el 18% quincenalmente.

4.- ¿Por lo general que tiempo usted requiere para realizar sus actividades en un CYBER-CAFÉ?

Tabla N° 29. Pregunta N° 4

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
01 – 30 minutos	144	38
31 – 60 minutos	174	45
61 – 90 minutos	57	15
91 – 120 minutos	9	2
TOTAL	383	100

Investigación de Mercado

Figura N° 31. Pregunta N° 4



Investigación de Mercado

Análisis.- Podemos observar en el grafico que el 45% de las personas realizan sus visitas en un tiempo estimado de 31 a 60 minutos, el 38% de 01 a 30 minutos, el 15% de las personas de 61 a 90 minutos y un 2% realizan sus visitas de 91 a 120 minutos.

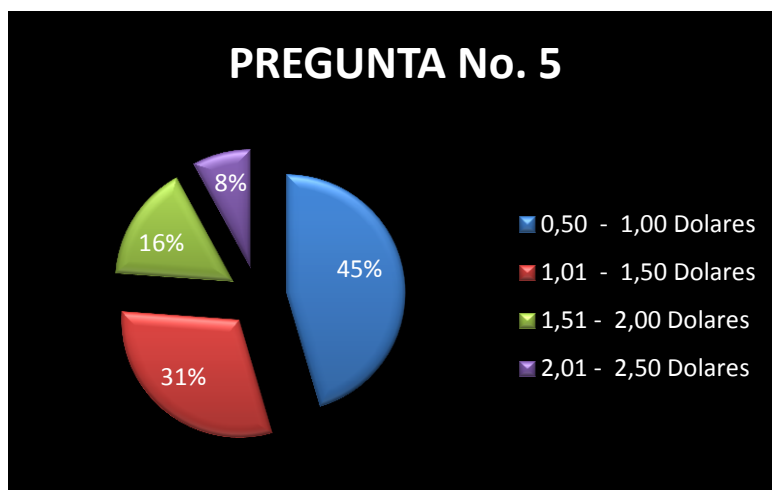
5.- ¿Cada vez que concurre a un CIBERCAFÉ cual es el monto que usted gasta?

Tabla N° 30. Pregunta N° 5

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
0,50 - 1,00 Dólares	174	45
1,01 - 1,50 Dólares	118	31
1,51 - 2,00 Dólares	61	16
2,01 - 2,50 Dólares	30	8
TOTAL	383	100

Investigación de Mercado

Figura N° 32. Pregunta N° 5



Investigación de Mercado

Análisis.- En los datos anteriormente observados podemos identificar que el 45% de las personas no tiene un gasto mayor a 1 dólar, el 31% tiene un gasto de 1,01 dólares a 1,50 dólares, el 16% de 1,51 a 2,00 dólares y el 8% tiene un gasto de 2,01 dólares en adelante

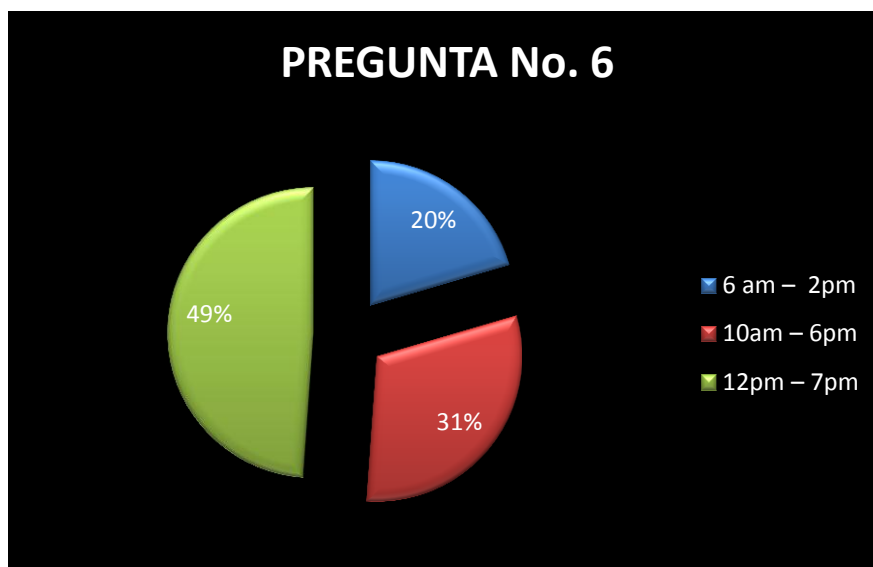
6.- ¿En qué horario les gustaría que le atiendan en un CYBER-CAFÉ?

Tabla N° 31. Pregunta N° 6

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
6 am – 2pm	78	20
10am – 6pm	118	31
12pm – 7pm	187	49
TOTAL	383	100

Investigación de Mercado

Figura N° 33. Pregunta N° 6



Investigación de Mercado

Análisis.- Podemos observar que el 49% de personas tiene una preferencia en el horario de la tarde el cual sería de 12 pm a 7 pm, seguido con el 31% en el horario intermedio de 10 am a 6 pm y el 20% prefiere un horario matutino de 6am a 2pm.

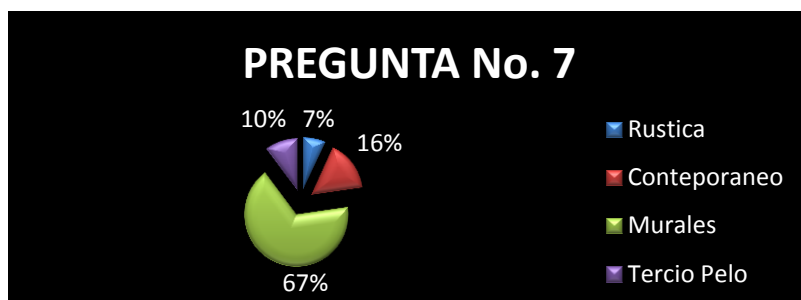
7.- ¿Qué tipo de decoración le gustaría que tenga un CYBER-CAFÉ?

Tabla N° 32. Pregunta N° 7

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
Rustica	26	7
Contemporáneo	61	16
Murales	257	67
Tercio Pelo	39	10
TOTAL	383	100

Investigación de Mercado

Figura N° 34. Pregunta N° 7



Investigación de Mercado

Análisis.- En los gráficos anteriormente presentados se puede observar que un 67% de las personas tiene una orientación por los murales, el 16% prefiere un diseño contemporáneo, el 10% por el tercio pelo y con un 7% que les gustaría un estilo rustico.

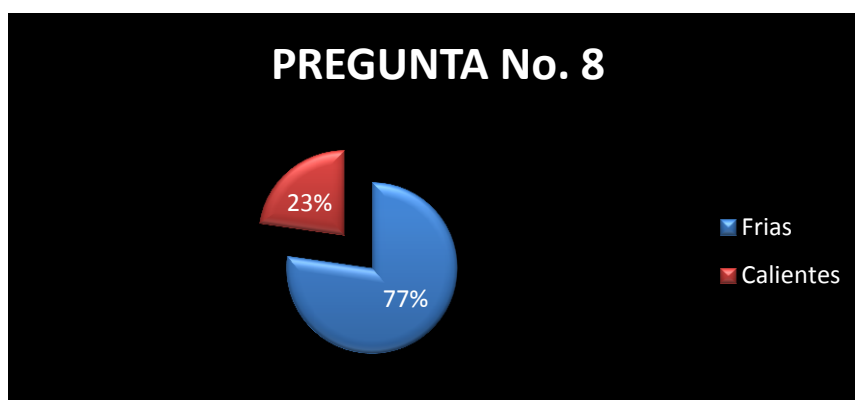
8.- ¿Qué tipo de bebidas usted prefiere?

Tabla N° 33. Pregunta N° 8

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
Frías	296	77
Calientes	87	23
TOTAL	383	100

Investigación de Mercado

Figura N° 35. Pregunta N° 7



Investigación de Mercado

Análisis.- Podemos observar que el 77% de personas tiene una preferencia por las bebidas frías y el 23% preferiría bebidas calientes.

9.- ¿Está usted de acuerdo con los servicios que le ofrece la competencia?

Tabla N° 34. Pregunta N° 9

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
SI	149	29
NO	234	71
TOTAL	383	100

Investigación de Mercado

Figura N° 36. Pregunta N° 9



Investigación de Mercado

Análisis.- En los gráficos de datos estadísticos nos indica que el 71% de personas no se sienten satisfechos con los servicios que presta la competencia y un 29% se siente satisfecho.

10.- ¿Que otros servicios le gustaría que se implemente en el CYBER-CAFÉ?

Tabla N° 35. Pregunta N° 10

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
Papelería	126	33
Música	44	11
En Blanco	131	34
Otros	83	22
TOTAL	383	100

Investigación de Mercado

Figura N° 37. Pregunta N° 10



Investigación de Mercado

Análisis.- Según resultados de la encuesta realizada no indica que el 34% indican que no necesitan ningún servicio adicional, el 33% les gustaría tener venta de implementos escolares, el 11% música en el lugar y el 22% tiene varias ideas sobre los servicios adicionales que le gustaría que se brinden en el CYBER-CAFÉ como son llamadas internacionales, venta de película, etc.

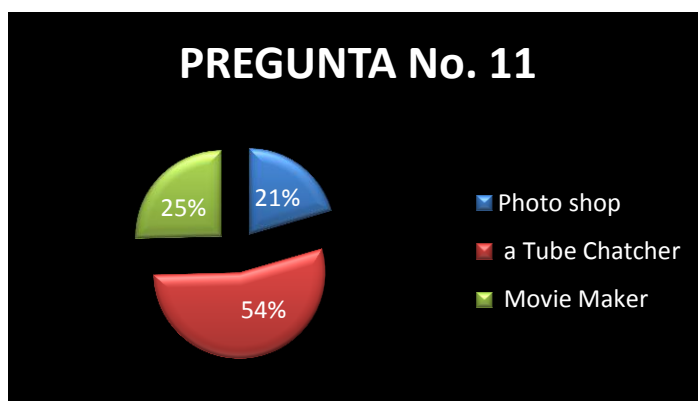
11.- ¿Qué tipo de software adicional le gustaría que tengan los equipos en el CYBER-CAFÉ?

Tabla N° 36. Pregunta N° 11

OPCIÓN	No. Personas	Porcentaje
Photo shop	109	21
a Tube Chatcher	287	54
Movie Maker	135	25

Investigación de Mercado

Figura N° 38. Pregunta N° 11



Investigación de Mercado

Análisis.- Se puede observar en los gráficos que el 54% de las personas necesitan que el programa a Tube Catcher esté instalado en cada una de las máquinas, el 25% preferiría el programa movie maker y el 21% photo shop.

3.03. Demanda

(NUÑEZ ZANABRIA, 2011) Es la cantidad de bienes y servicios(o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes , la permanecen constantes.

Para realizar el cálculo de la demanda se ha tomado encuentra la población de la parroquia a la que se pertenece, en este caso Parroquia Jipijapa y San Isidro del Inca según datos estadísticos del último censo poblacional realizado por el INEC en el año 2010.

En el 2012 se realizó un censo en base al uso de la tecnología hoy en día, tanto de uso de computadoras como del internet, cuadros en los cuales podemos obtener porcentajes certeros de cómo la población del país se ha ido desarrollando con el uso del internet

3.02.01. demanda histórica

Tabla N° 37. Uso de internet por provincias

Porcentaje de personas que en los últimos 12 meses han usado Internet - por provincia

	2009	2010	2011	2012
Pichincha	42,80%	46,90%	44,50%	46,90%
Azuay	31,60%	37,50%	36,90%	44,40%
Guayas	28,90%	29,70%	34,80%	38,90%
Tungurahua	27,10%	29,20%	34,10%	37,70%
El Oro	22,70%	30,30%	31,20%	35,20%
NACIONAL	24,60%	29,00%	31,40%	35,10%
Santo Domingo	-	25,50%	28,70%	32,90%
Imbabura	24,00%	29,10%	29,90%	31,60%
Chimborazo	21,50%	23,50%	26,70%	30,80%
Loja	23,10%	25,30%	31,60%	29,50%
Cañar	17,40%	21,20%	25,90%	29,40%
Los Rios	11,50%	17,20%	20,10%	28,80%
Cotopaxi	16,70%	19,60%	22,80%	28,10%
Amazonia	15,60%	20,30%	21,30%	28,00%
Carchi	19,70%	22,90%	24,90%	26,50%
Santa Elena	-	15,60%	18,80%	25,50%
Manabí	13,10%	18,10%	20,30%	23,70%
Esmeraldas	16,60%	18,50%	23,90%	22,30%
Bolívar	19,00%	19,00%	20,20%	22,20%

Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Tabla N° 38. Demanda del porcentaje de uso del internet

DEMANDA	PORCENTAJE DE USO	TOTAL DEMANDA
718851	42,80%	307668
718851	46,90%	337141
718851	44,50%	319889
718851	46,90%	337141

Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Tabla N° 39.

Demanda histórica

AÑO (x)		DEMANDA HISTÓRICA (Y)	X.Y	x²
2009	1	307668	307668	1
2010	2	337141	674282	4
2011	3	319889	959666	9
2012	4	337141	1348564	16
	10	1301839	3290181	30

Tomado de página web: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

3.02.02. demanda actual.

Para calcular la demanda actual y proyectada se utilizará el método de la ecuación de la línea recta mediante el uso de ecuaciones matemáticas.

$$b = \frac{n(\sum x.y) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{4(3290181) - (10)(1301839)}{4(30) - (10)^2}$$

$$b = \frac{(13160724) - (13018390)}{(120) - (100)}$$

$$b = \frac{142334}{20}$$

$$b = 7116,70$$

$$a = \frac{(\sum y) - (b)(\sum x)}{n}$$

$$a = \frac{(1301839) - (7116,70)(10)}{4}$$

$$a = \frac{(1301839) - (71167)}{4}$$

$$a = \frac{1230672}{4}$$

$$a = 307668$$

$$y = a + bx$$

$$y = 307668 + 7116,70(5)$$

$$y = 307668 + 35583,5$$

$$y = 343251,5$$

Tabla N° 40. Demanda actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL
2013	343.252

Estudio de mercado

3.02.03. demanda proyectada.

Para proyectar la demanda se utilizó el método de la línea recta $y = a + bx$,
mediante ecuaciones matemáticas:

Tabla N° 41. Demanda proyectada

AÑO	PERIODO	DEMANDA PROYECTADA
2013	5	343.251,5
2014	6	350.368,2
2015	7	357.484,9
2016	8	364.601,6
2017	9	371.718,3
2017	10	378.835,0

Estudio de mercado

3.04. OFERTA

Es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo , en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como la tecnología , la disponibilidad de recursos , los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes.

Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender(o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes, de lo contrario, estará deficientemente definida.

3.04.01. oferta histórica.

Una vez realizada la investigación se desprende que no se obtuvieron datos sobre oferta histórica, por lo cual se utilizaron los datos de la encuesta para calcular la oferta actual y proyectar la misma.

3.04.02 oferta actual.

Tabla N° 42. Oferta actual

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA	OFERTA ACTUAL
2013	343.252	29%	99542,935

Estudio de mercado

3.04.03 oferta proyectada

Para proyectar la oferta se tomó en consideración la pregunta No. 09 que hace referencia a si está de acuerdo con los servicios que le ofrecen los cibercafé que existen en la zona, de la siguiente manera:

Cuadro N° 43. Oferta proyectada

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2013	343.252	29%	99542,94
2014	350.368	29%	101606,78
2015	357.485	29%	103670,62
2016	364.602	29%	105734,46
2017	371.718	29%	107798,31
2018	378.835	29%	109862,15

Estudio de mercado

3.05. Balance Oferta-Demanda

3.05.01 balance actual

Tabla N° 44. Demanda insatisfecha actual

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	343.252	99542,94	243.709

Estudio de mercado

3.05.02 balance proyectado.

Tabla N° 45. Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA
2013	343.252	99542,94	243.709
2014	350.368	101606,78	248.761
2015	357.485	103670,62	253.814
2016	364.602	105734,46	258.867
2017	371.718	107798,31	263.920
2018	378.835	109862,15	268.973

Estudio de mercado

Capítulo IV

Estudio Técnico

4.01. Tamaño del Proyecto

(ROJAS, 2007) El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

4.01.01. capacidad instalada.

Se establece el sitio donde se va a empezar a realizar las actividades del proyecto y se ve necesario que haya espacio suficiente para los equipos y personal que va formar parte de él se ha tomado en cuenta una medida de 35 metros².

4.01.02. capacidad óptima.

Los 35 metros² de construcción corresponden exactamente a:

Tabla N° 46. Distribución de departamentos

ÁREA	ANCHO	LARGO
ADMINISTRACIÓN GENERAL	1,50 m	x 1,50 m
DEP. FINANCIERO Y TÉCNICO	2,50 m	x 1,50 m
CAJA	1,50 M	x 1,50 m
CUBÍCULOS	2,00 m	x 5,50 m
CAFETERÍA	1,50 m	x 4,60 m
BAÑO	2,00 m	x 1,50 m
PASILLO	1,00 m	x 7,00 m

Investigación de Campo

4.02. Localización

(DEFINICION) La localización suele depender de un marco de referencia. Para hablar de un lugar muy específico, como una casa, una oficina o una empresa, la localización se conoce a partir de su dirección (la calle en que está ubicada). Por supuesto, será necesario tener un cierto conocimiento de las calles de la ciudad en cuestión o un mapa de la misma, de lo contrario no habrá forma de encontrar la ubicación.

4.02.01 macro-localización

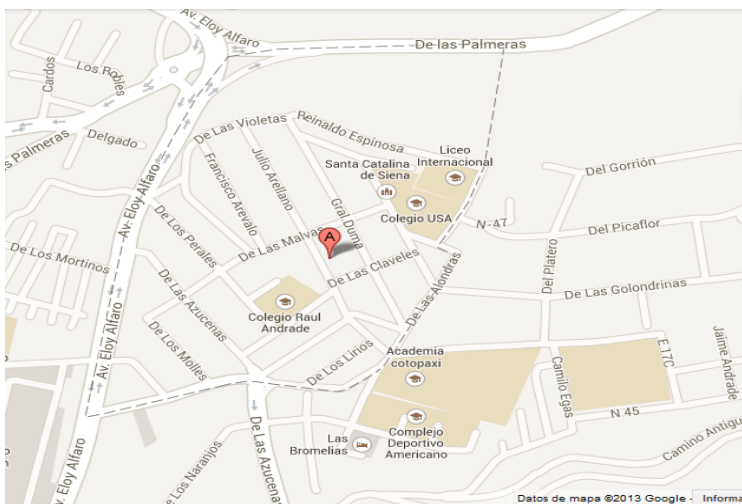
Provincia: Pichincha

Cuidad: Quito

Sector: Nor-Este

Barrio: Monteserrín

Figura N° 39. Barrio Monteserrín

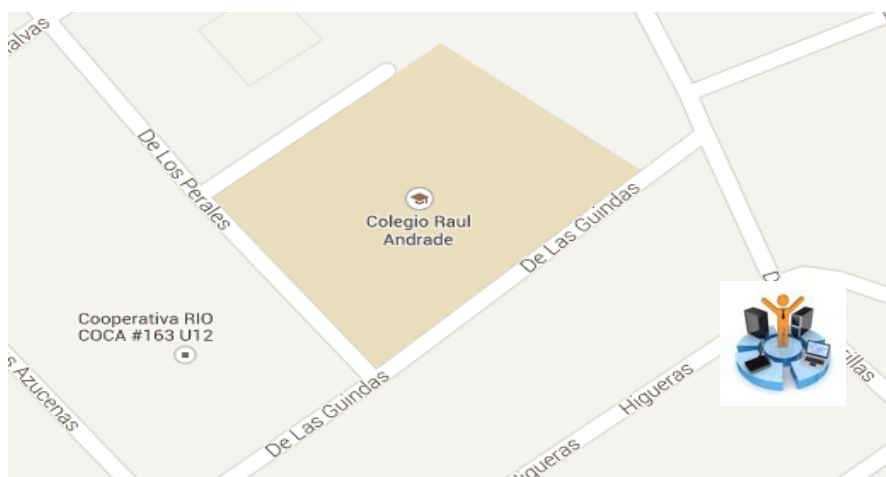


Tomado de página web: Fuente: <https://maps.google.com.ec/maps?hl=es-419&tab=wl>

4.02.02 micro-localización.

Dirección: Calle Guindas y Perales, Barrio Monteserrín.

Figura N° 40. Barrio Monteserrín



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CYBER-CAFÉ TEMÁTICO AL NORESTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Tomado de página web: Fuente: <https://maps.google.com.ec/maps?hl=es-419&tab=wl>

4.02.03 localización óptima

Tabla N° 47. Localización optima

SECTOR MONTESERRÍN							
Factores Relevantes	Ponderación	Julio Arrellano y Violetas	Total Julio Arrellano	Julio Arévalo y Malvas	Total Julio Arévalo	Guindas y Perales	Total Guindas
Renta	0,20	7	1,40	7,00	1,40	9,00	1,80
Cercanía al mercado	0,20	5	1,00	3,00	0,60	10,00	2,00
Competencia	0,30	7	2,10	7,00	2,10	7,00	2,10
Seguridad	0,10	8	0,80	8,00	0,80	9,00	0,90
Servicios Básicos	0,10	10	1,00	9,00	0,90	10,00	1,00
Permisos de funcionamiento	0,10	10	1,00	10,00	1,00	10,00	1,00
TOTAL	1,00	47	7,30	10,73	10,73	9,87	9,87

Investigación de Campo

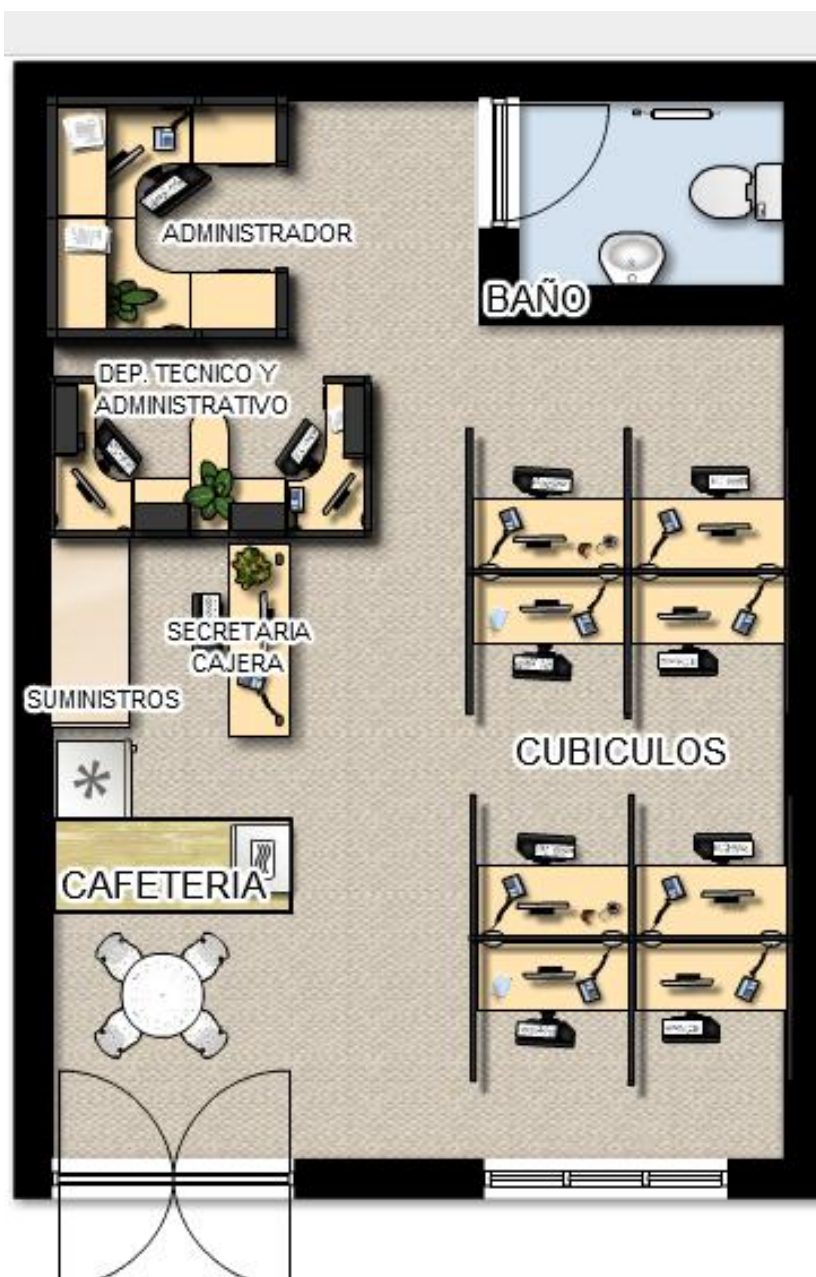
En el cuadro observado se puede apreciar que nuestra localización optima se encuentra en el sector de las Guindas y Perales; ya que tenemos una cercanía perfecta con nuestros posibles consumidores, la renta es aceptable y es de mucha ayuda que se cuenta con los servicios básicos necesarios, la seguridad en el sector es aceptable ya que es una zona transitada por estudiantes, la competencia no se encuentra cerca y los permisos de funcionamiento como en cualquier otro sector están accesibles para cualquier tipo de empresa sin importar el lugar en el que se encuentre.

4.03. Ingeniería del Proyecto

4.03.01 definición del servicio

1. Ingreso del cliente
2. Ofrecimiento del servicio
3. Selección y entrega de maquina disponible
4. Activación del servicio y reloj controlador de tiempo de consumo
5. Ofrecer servicio de cafetería y snacks
6. Preparación de café y snacks
7. Cancelación del tiempo consumido

4.03.02 distribución de la planta



Investigación de Campo

Figura N° 41. Área de trabajo



Investigación de Campo

MATRIZ TRIANGULAR AIOUX

Nos permite ver la relación e importancia que tiene cada departamento al estar junto a otro para una mejor distribución de infraestructura

CÓDIGOS DE CERCANÍA

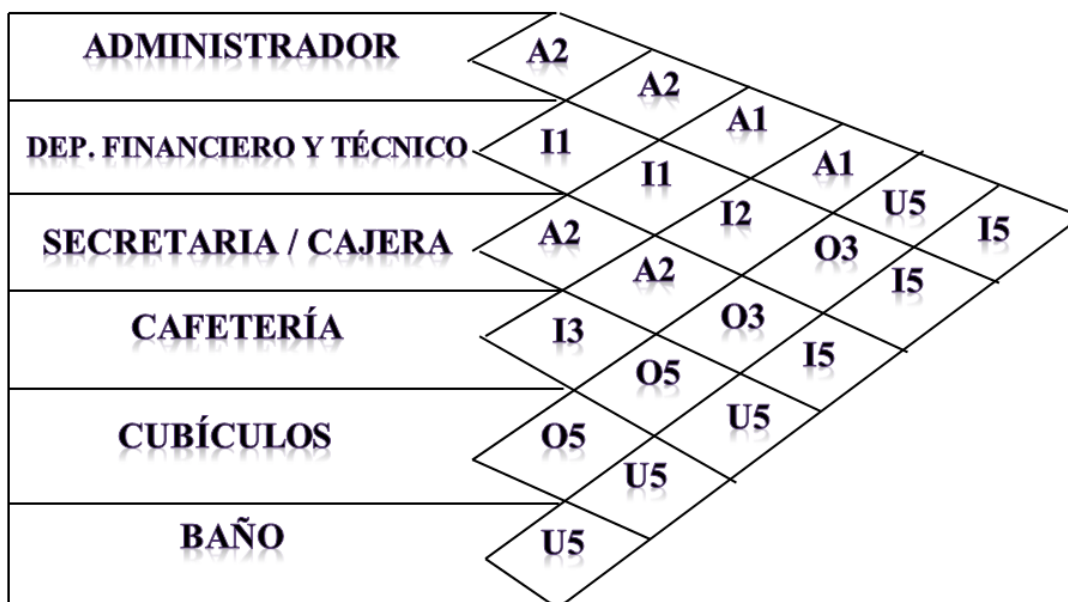
Tabla N° 48. Códigos de cercanía

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	cercanía sin importancia
X	cercanía indeseable

Tabla N° 49. Razones de cercanía

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
1	Secuencia de Procesos
2	Cuestiones Administrativas
3	Conveniencias
4	Ruido
5	Higiene

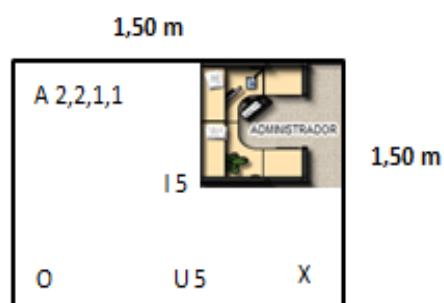
Figura N° 42. Matriz triangular



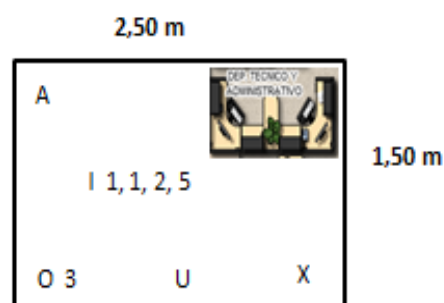
Investigación de Campo

MATRIZ DE TABULACIÓN AEIOUX

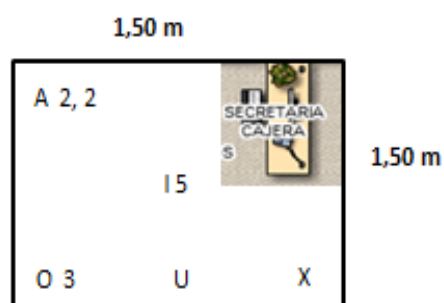
ADMINISTRADOR 1,50 x 1,50 m = 2,25 m²



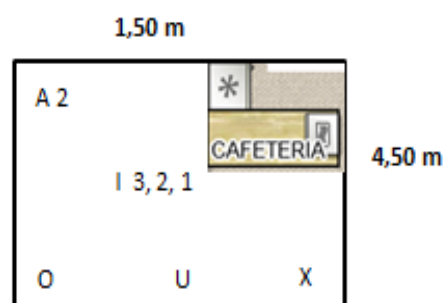
DEP. TÉCNICO FINAN. 2,50 x 1,50 m = 3,75 m²



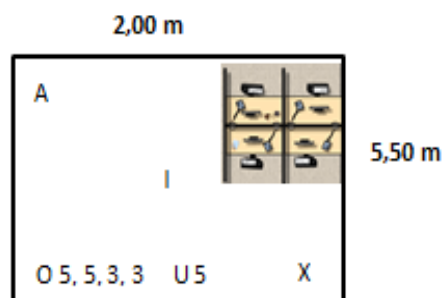
CAJA 1,50 x 1,50 m = 2,25 m²



CAFETERÍA 1,50 x 4,50 m = 6,75 m²



CUBÍCULOS 2,00 x 5,50 m = 11 m²



BAÑO 2,00 x 1,50 m = 3 m²

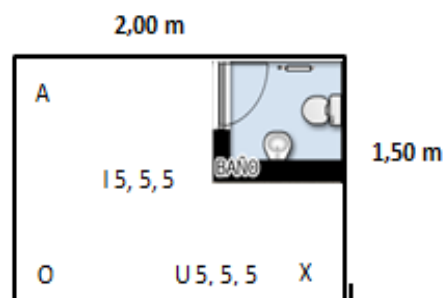


Figura N° 43. Matriz de tabulación AEIOUX

Elaborado por: Nataly Pujota

4.03.03. proceso productivo.

Tabla N° 50. Proceso productivo

PROCESO	TIEMPO
1.- Ingreso del cliente	20 segundos
2.- Ofrecer el servicio	15 segundos
3.- Selección y entrega de maquina disponible	5 segundos
4.- Activación del servicio y reloj controlador de tiempo de consumo	5 segundos
5.- Ofrecer servicio de cafetería	1 minuto
6.- Preparación del pedido	5 minutos
7.- Cancelación del bien y servicio consumido	1 minuto
TIEMPO TOTAL	7 minutos 45 segundos

Investigación de Campo

Se estima que en un lapso de 7 minutos y 45 segundos el cliente satisfaga su necesidad de manera eficaz y eficiente

4.03.04 maquinaria y equipo

Para un buen servicio al cliente es muy importante el espacio físico en el que se va a trabajar, se tiene que realizar una buena distribución equipos tanto para el cliente respetando su privacidad el momento de acceder al servicio y para el personal de la empresa una vez dotado de los equipos necesarios se desempeñen de la mejor manera en sus labores; siempre verificando que cada uno de los equipos adquiridos sean de buena calidad

4.03.04.01 cuadro de activos

Tabla N° 51. Cuadro de activos

ACTIVOS FIJOS			
	Unidades	Modelo	Valor
MAQUINARIA Y EQUIPO			\$ 714,03
Refrigeradora	1	Durex	\$ 520,84
Cafetera	1	Imaco	\$ 33,20
Microondas	1	Durex	\$ 71,99
Candado para Laptop	8	Metalico / Clave	\$ 88,00
MUEBLES Y ENCERES			\$ 2.074,92
Archivadores	2	Soportex	\$ 107,14
Sillas	12	Sillas de Oficina	\$ 462,52
Escritorios	3	escritorio de Oficina	\$ 1.065,26
Vitrina	1	Metalico	\$ 200,00
Juego de comedor	1	Metalico	\$ 240,00
EQUIPOS DE OFICINA			\$ 70,10
Perforadora Industrial	1		\$ 48,16
Grapadoras	1		\$ 14,00
Perforadoras	1		\$ 7,94
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			\$ 6.410,00
Computadora	12	Laptos	\$ 5.700,00
Impresora	2	HP / EPSON	\$ 510,00
Teléfono	1	Motorola	\$ 50,00
Caja Registradora	1	Casio	\$ 150,00

Analisis Financiero



Capítulo V

Estudio Financiero

5.01 Ingresos Operacionales

Tabla N° 52. Resumen de ingresos

Concepto	P.V.P	Q Diar io	Ventas Semanales	Ventas Mensual	Ventas Anuales
Servicio de Internet	\$ 0,80	56	\$ 224,00	\$ 896,00	\$ 10.752,00
Servicio de Impresiones B/N	\$ 0,08	225	\$ 90,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Servicio de Impresiones full color	\$ 0,40	35	\$ 70,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
Scanner	\$ 0,48	20	\$ 48,00	\$ 192,00	\$ 2.304,00
Copias B/N	\$ 0,03	100	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Copias Color	\$ 0,30	25	\$ 37,50	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Fuze tea 550 ml	\$ 0,70	48	\$ 168,00	\$ 672,00	\$ 8.064,00
Gaseosas 1/2 litro	\$ 0,80	24	\$ 96,00	\$ 384,00	\$ 4.608,00
Gaseosas 250 ml	\$ 0,40	60	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 5.760,00
Dasani sin gas 500 ml	\$ 0,35	48	\$ 84,00	\$ 336,00	\$ 4.032,00
Jugos del Valle 450 ml	\$ 0,50	24	\$ 60,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Limonadas 500 ml	\$ 0,60	48	\$ 144,00	\$ 576,00	\$ 6.912,00
Guitig 500 ml	\$ 0,60	24	\$ 72,00	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Snacks	\$ 0,25	60	\$ 75,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Chupetes	\$ 0,15	48	\$ 36,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Chicles	\$ 0,15	48	\$ 36,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Cd's	\$ 0,30	5	\$ 7,50	\$ 30,00	\$ 360,00
Esferos	\$ 0,35	10	\$ 17,50	\$ 70,00	\$ 840,00
Hojas de papel bond	\$ 0,02	30	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Flash memories 4 GB	\$ 8,00	1	\$ 40,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Capuchino	\$ 1,25	35	\$ 218,75	\$ 875,00	\$ 10.500,00
Café Tradicional	\$ 0,60	30	\$ 90,00	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Agua Aromática	\$ 0,50	30	\$ 75,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Sanduche de mortadela	\$ 0,85	40	\$ 170,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00
Sanduche de jamon	\$ 0,95	40	\$ 190,00	\$ 760,00	\$ 9.120,00
TOTAL INGRESOS			\$ 2.187,25	\$ 8.749,00	\$ 104.988,00

Proyección de ingresos

INGRESOS	2014	2015	2016	2017	2018
\$ 104.988,00	\$ 107.381,73	\$ 109.830,03	\$ 112.334,15	\$ 114.895,37	\$ 117.514,99

Estudio Financiero

Para realizar la proyección de los ingresos se ha tomado en cuenta el porcentaje de Inflación que actualmente se encuentra en el 2,28%

5.02 Costos

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Los gastos representan valores pagados o causados por la empresa por servicios recibidos y adquisiciones, los mismos que son necesarios para su funcionamiento. Los gastos constituyen una pérdida para la empresa porque no se pueden recuperar. (Pág. 339)

5.02.01 gastos administrativos.

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Son los egresos necesarios para el buen funcionamiento de administración de la empresa, aun cuando beneficien a toda la organización. (Pág. 339)



Tabla N° 53. Otros gastos

Suministro de Oficina				
Detalle	Costo	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Papel Bond	\$ 4,50	2	\$ 6,50	\$ 78,00
Esferos	\$ 4,80	1	\$ 5,80	\$ 69,60
Carpeta Archivador	\$ 2,00	4	\$ 6,00	\$ 72,00
TOTAL			\$ 18,30	\$ 219,60

Suministro de Limpieza				
Detalle	Costo	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Escoba	\$ 2,50	1	\$ 2,50	\$ 30,00
Jabón Liquido	\$ 2,70	2	\$ 5,40	\$ 64,80
Trapeador	\$ 3,00	1	\$ 3,00	\$ 36,00
Papel Higiénico	\$ 4,20	1	\$ 4,20	\$ 50,40
Desinfectante	\$ 2,25	1	\$ 2,25	\$ 27,00
TOTAL			\$ 17,35	\$ 208,20

Servicios Básicos				
Detalle	Costo	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	\$ 15,00	1	\$ 16,00	\$ 192,00
Luz	\$ 30,00	1	\$ 31,00	\$ 372,00
Teléfono	\$ 7,00	1	\$ 8,00	\$ 96,00
TOTAL			\$ 55,00	\$ 660,00

Se realizara la compra de cada uno de los artículos detallas el cual se ha obtenido valores mediante proformas

Investigación de Campo



Tabla N° 54. Sueldos y salarios

Sueldos									
No.	Cargo	Cantidad	Sueldo	Décimo tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte Patronal	Total Mensual	Total Anual
1	Administrador	1	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 26,50	\$ -	\$ 78,98	\$ 809,64	\$ 9.715,70
2	Administrativo financiero	1	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ -	\$ 54,68	\$ 568,68	\$ 6.824,10
3	Secretaria / Cajera	1	\$ 318,00	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ -	\$ 38,64	\$ 409,64	\$ 4.915,64
4	Técnico	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ -	\$ 48,60	\$ 508,43	\$ 6.101,20
5	Ayudante	1	\$ 318,00	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ -	\$ 38,64	\$ 409,64	\$ 4.915,64
TOTAL			\$ 2.136,00	\$ 178,00	\$ 132,50	\$ -	\$ 259,52	\$ 2.706,02	\$ 32.472,29

Investigación de Campo

Tabla N° 55. Resumen de gastos administrativos

Gasto Administrativos	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y Salarios	\$ 2.296,39	\$ 27.556,64
Otros Gastos	\$ 1.064,01	\$ 3.711,16
Servicios Básicos	\$ 55,00	\$ 660,00
Arriendo	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Garantía	\$ 450,00	\$ 450,00
Suministros de Oficina	\$ 18,30	\$ 219,60
Sistema de Seguridad (Alarma)	\$ 90,00	\$ 90,00
Servidor	\$ 283,36	\$ 283,36
Suministros de limpieza	\$ 17,35	\$ 208,20
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.360,40	\$ 31.267,80

Estudio Financiero

5.02.02 Gastos de Ventas

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Son los gastos que ayudan directamente a la venta y entrega de la mercadería. (Pág. 340)

Tabla N° 56. Gastos de ventas

Gasto de Ventas	Valor Mensual	Valor Anual
Material POP	\$ 45,00	\$ 540,00
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$ 45,00	\$ 540,00

Estudio Financiero

5.02.03 costos de ventas

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Representa el costo de las mercaderías vendidas al precio de adquisición o precio de costo. (Pág. 110)

Tabla N° 57. Costos de ventas

Costo de Ventas					
Concepto	P.V.P.	Q	Ventas Semanales	Ventas Mensual	Ventas Anuales
Servicio Cliente	\$ 318,00	1	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 3.816,00
Fuze tea 550 ml	\$ 0,70	48	\$ 168,00	\$ 672,00	\$ 8.064,00
Gaseosas 1/2 litro	\$ 0,80	24	\$ 96,00	\$ 384,00	\$ 4.608,00
Gaseosas 250 ml	\$ 0,40	60	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 5.760,00
Dasani sin gas 500 ml	\$ 0,35	48	\$ 84,00	\$ 336,00	\$ 4.032,00
Jugos del Valle 450 ml	\$ 0,50	24	\$ 60,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Limonadas 500 ml	\$ 0,60	48	\$ 144,00	\$ 576,00	\$ 6.912,00
Guitig 500 ml	\$ 0,60	24	\$ 72,00	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Snacks	\$ 0,25	60	\$ 75,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Chupetes	\$ 0,15	48	\$ 36,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Chicles	\$ 0,15	48	\$ 36,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Cd's	\$ 0,30	5	\$ 7,50	\$ 30,00	\$ 360,00
Esferos	\$ 0,35	10	\$ 17,50	\$ 70,00	\$ 840,00
Hojas de papel bond	\$ 0,02	30	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Flash memories 4 GB	\$ 8,00	1	\$ 40,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
TOTAL			\$ 1.277,00	\$ 4.154,00	\$ 49.848,00

Investigación de Campo

Se realizó una investigación de campo en la cual se pudo concluir con un consumo estimado diario por cada uno de nuestros posibles clientes y los precios de cada uno mediante precios marcados en cada envase o paquete precio el cual no se puede alterar.

5.02.04 costos de producción.

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto. (Pág., 111)

Bebidas calientes

Tabla N° 58. Capuchino

CAPUCHINO	CINCO VASOS
La lechera entera	1,29
Colcafe Capuchino	1,27
Azúcar	0,15
SUBTOTAL	2,71
IVA 12%	0,33
TOTAL	3,04

MOD	0,50
------------	------

CIF	
Servilleta, vaso, luz	0,50

CAPUCHINO	UNITARIO
MPD	3,04
MOD	0,50
CIF	0,50
TOTAL	4,04

COSTO UNITARIO	0,81
PVP	1,25

Se ha tomado en cuenta precios de mercado para realizar la tabla de precios por unidad, al cual se toma de forma equitativa los valores de MPD, MOD Y CIF y se hace un incremento del 50% de utilidad para obtener el precio de venta al público

Investigación de Campo

Tabla N° 59. Café tradicional

CAFÉ TRADICIONAL	CINCO VASOS	CAFÉ TRADICIONAL	UNITARIO
Nescafe tradicional	0,60	MPD	0,95
Azúcar	0,20	MOD	0,50
SUBTOTAL	0,80	CIF	0,50
IVA 12%	0,10	TOTAL	1,95
TOTAL	0,90		0,39
Agua	0,05		
MPD	0,95		
MOD	0,50		
CIF			
Servilleta, vaso, luz	0,50		

Se ha tomado en cuenta precios de mercado para realizar la tabla de precios por unidad, al cual se toma de forma equitativa los valores de MPD, MOD Y CIF y se hace un incremento del 47% de utilidad para obtener el precio de venta al público

COSTO UNITARIO	0,39
PVP	0,60

Investigación de Campo

Tabla N° 60.

Agua aromática

AGUAS AROMÁTICAS	CINCO VASOS	AGUAS AROMÁTICAS	UNITARIO
Té	0,15	MPD	0,44
Azúcar	0,20	MOD	0,50
SUBTOTAL	0,35	CIF	0,50
IVA 12%	0,04	TOTAL	1,44
TOTAL	0,39		0,29
Agua	0,05		
MPD	0,44		
MOD	0,50		
CIF			
Servilleta, vaso, luz	0,50		

Se ha tomado en cuenta precios de mercado para realizar la tabla de precios por unidad, al cual se toma de forma equitativa los valores de MPD, MOD Y CIF y se hace un incremento del 50% de utilidad para obtener el precio de Venta al público

COSTO UNITARIO	0,29
PVP	0,50

Investigación de Campo

Sanduches

Tabla N° 61. Sanduche de mortadela

SANDUCHE DE MORTADELA	12 UNIDADES
Mortadela (La Italiana)	1,00
Salsas	0,50
SUBTOTAL	1,50
IVA 12%	0,18
TOTAL	1,68
Pan	1,80
Tomate, lechuga, cebolla	1,20
MPD	4,68

CIF	
Servilleta, servicios basicos	1,00

MOD	1,80
------------	------

Se ha tomado en cuenta precios de mercado para realizar la tabla de precios por unidad, al cual se toma de forma equitativa los valores de MPD, MOD Y CIF y se hace un incremento del 47% de utilidad para obtener el precio de venta al público

SANDUCHE DE MORTADELA		UNITARIO
MPD	4,68	0,36
MOD	1,00	0,08
CIF	1,80	0,14
TOTAL	7,48	0,62

COSTO UNITARIO	0,58
PVP	0,85

Investigación de Campo

Tabla N° 62.

Sanduche de jamón

SANDUCHE DE JAMÓN	12 UNIDADES
Jamon (La Italiana)	1,15
Salsas	0,50
SUBTOTAL	1,65
IVA 12%	0,20
TOTAL	1,85
Pan	2,05
Tomate, lechuga, cebolla	1,20
MPD	5,09

MOD	1,20
------------	------

CIF	
Servilleta, servicios básicos	1,80

SANDUCHE DE JAMÓN	UNITARIO
MPD	5,09
MOD	1,20
CIF	1,80
TOTAL	8,09

COSTO UNITARIO	0,67
PVP	0,95

Se ha tomado en cuenta precios de mercado para realizar la tabla de precios por unidad, al cual se toma de forma equitativa los valores de MPD, MOD Y CIF y se hace un incremento del 47% de utilidad para obtener el precio de venta al público

Investigación de Campo

Tabla N° 63. Resumen de costo de producción

CONCEPTO	Utilidad (%)	Utilidad (\$)	P.V.P.	Q Diario	Ventas Mensuales	Ventas Anuales
MPD	\$ 1,64					
Café Tradicional	47%	\$ 0,09	\$ 0,28	35	\$ 194,69	\$ 2.336,24
Capuchino	50%	\$ 0,30	\$ 0,91	30	\$ 546,34	\$ 6.556,03
Agua Aromática	50%	\$ 0,04	\$ 0,13	30	\$ 79,20	\$ 950,40
Sanduche de Mortadela	47%	\$ 0,17	\$ 0,53	40	\$ 423,36	\$ 5.080,32
Sanduche de Jamón	47%	\$ 0,18	\$ 0,58	40	\$ 460,81	\$ 5.529,73
MOD	\$ 0,47					
Café Tradicional	47%	\$ 0,05	\$ 0,15	35	\$ 102,90	\$ 1.234,80
Capuchino	50%	\$ 0,05	\$ 0,15	30	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Agua Aromática	50%	\$ 0,05	\$ 0,15	30	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Sanduche de Mortadela	47%	\$ 0,04	\$ 0,11	40	\$ 90,46	\$ 1.085,54
Sanduche de Jamón	47%	\$ 0,04	\$ 0,14	40	\$ 108,55	\$ 1.302,65
CIF	\$ 0,58					
Café Tradicional	47%	\$ 0,05	\$ 0,15	35	\$ 102,90	\$ 1.234,80
Capuchino	50%	\$ 0,05	\$ 0,15	30	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Agua Aromática	50%	\$ 0,05	\$ 0,15	30	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Sanduche de Mortadela	47%	\$ 0,07	\$ 0,20	40	\$ 162,83	\$ 1.953,97
Sanduche de Jamón	47%	\$ 0,07	\$ 0,20	40	\$ 162,83	\$ 1.953,97
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN					\$ 2.794,87	\$ 33.538,45

Estudio Financiero

5.02.05 Costos Operativos

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Son aquellos que empiezan a gastarse una vez implementado el proyecto. (Pág. 111)

Tabla N° 64. Servicio de internet

Servicio de Internet	160 Horas Mensuales	Por Hora
Computadora	\$ 26,39	\$ 0,16
Sistema de control cliente	\$ 8,89	\$ 0,06
Sistema de control servidor	\$ 10,00	\$ 0,06
Internet 1mg C/u	\$ 4,16	\$ 0,03
Luz	\$ 30,00	\$ 0,19
TOTAL	\$ 69,44	\$ 0,50

COSTO	\$ 0,50
PVP	\$ 0,80

Se ha toma en cuenta el valor y vida útil de cada laptop para calcular un valor aproximado por equipo, el servidor, sistema de control, luz e internet se hace una división equitativa tanto para clientes y para el personal administrativo de la empresa; pero para el cálculo del valor de servicio solo se tomara los respectivos valores que implica dar el servicio y se incrementa el 50% al costo para poder obtener el precio de venta al público.

Investigación de Campo

Tabla N° 65. Servicio impresión B/N

Servicio de Impresiones B/N	1500 Impresiones	Por Hora
Impresora	\$ 32,36	\$ 0,02
Papel bond	\$ 10,50	\$ 0,01
Luz	\$ 10,00	\$ 0,01
TOTAL	\$ 69,44	\$ 0,04

COSTO	\$ 0,04
PVP	\$ 0,08

Se ha toma en cuenta el valor y vida útil de la impresora a utilizar para calcular un valor aproximado por el equipo, luz e internet se hace una división equitativa de los mismos tomando en cuenta la capacidad máxima de la impresora que es de 1500 impresiones por tóner y se realiza un incremento del 50% al costo para poder obtener el precio de venta al público.

Investigación de Campo



Tabla N° 66. Servicio de impresiones a color

Servicio de Impresiones Color	500 Impresiones	Por Hora
Impresora	\$ 93,33	\$ 0,19
Papel bond	\$ 3,50	\$ 0,01
Luz	\$ 5,00	\$ 0,01
TOTAL	\$ 69,44	\$ 0,20

COSTO	\$ 0,20
PVP	\$ 0,40

Se ha toma en cuenta el valor y vida útil de la impresora a utilizar para calcular un valor aproximado por el equipo, luz e internet se hace una división equitativa de los mismos tomando en cuenta la capacidad máxima de la impresora que es de 500 impresiones por cartuchos y se realiza un incremento del 50% al costo para poder obtener el precio de venta al público.

Investigación de Campo

Tabla N° 67. Servicio de copias B/N

Servicio de Copias a B/N	1500 Copias	Por Hora
Copiadora	\$ 5,32	\$ 0,00
Papel bond	\$ 10,50	\$ 0,01
Luz	\$ 10,00	\$ 0,01
TOTAL	\$ 69,44	\$ 0,02

COSTO	\$ 0,02
PVP	\$ 0,03

Se ha toma en cuenta el valor y vida útil de la impresora a utilizar para calcular un valor aproximado por el equipo, luz y el consumo de papel para el mismo se hace una división equitativa de los mismos tomando en cuenta la capacidad máxima de la impresora que es de 1500 copias por tóner y se realiza un incremento del 50% al costo para poder obtener el precio de venta al público.

Investigación de Campo

Tabla N° 68. Servicio de copias a color

Servicio de Copias a Color	500 Copias	Por Hora
Copiadora	\$ 93,33	\$ 0,19
Papel bond	\$ 3,50	\$ 0,01
Luz	\$ 5,00	\$ 0,01
TOTAL	\$ 69,44	\$ 0,20

COSTO	\$ 0,20
PVP	\$ 0,40

Se ha toma en cuenta el valor y vida útil de la impresora a utilizar para calcular un valor aproximado por el equipo, luz e internet se hace una división equitativa de los mismos tomando en cuenta la capacidad máxima de la impresora que es de 500 copias por cartuchos y se realiza un incremento del 50% al costo para poder obtener el precio de venta al público.

Investigación de Campo

Tabla N° 69. Servicio de Scanner

Servicio de Scanner	500 Scanners	Por Hora
Impresora	\$ 5,11	\$ 0,01
Computadora	\$ 26,39	\$ 0,05
Luz	\$ 10,00	\$ 0,02
TOTAL	\$ 69,44	\$ 0,08

COSTO	\$ 0,08
PVP	\$ 0,40

Se ha toma en cuenta el valor y vida útil de la impresora a utilizar para calcular un valor aproximado por el equipo, luz e internet se hace una división equitativa de los mismos tomando en cuenta la capacidad máxima de la impresora que es de 500 scanners por cada impresora multifunción y se realiza un incremento del 500% al costo para poder obtener el precio de venta al público.

Investigación de Campo



Tabla N° 70. Resumen de costos operativos

Costos Operativos							
Concepto	Costo	Utilidad (%)	Utilidad (\$)	P.V.P.	Q Diario	Ventas Mensuales	Ventas Anuales
Servicio de Internet	\$ 0,50	60%	\$ 0,30	\$ 0,80	56	\$ 896,00	\$ 10.752,00
Servicio de Impresiones B/N	\$ 0,04	100%	\$ 0,04	\$ 0,08	225	\$ 360,00	\$ 4.320,00
Servicio de Impresiones full color	\$ 0,20	100%	\$ 0,20	\$ 0,40	35	\$ 280,00	\$ 3.360,00
Scanner	\$ 0,08	500%	\$ 0,40	\$ 0,48	20	\$ 192,00	\$ 2.304,00
Copias B/N	\$ 0,02	50%	\$ 0,01	\$ 0,03	100	\$ 60,00	\$ 720,00
Copias Color	\$ 0,20	50%	\$ 0,10	\$ 0,30	25	\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTAL						\$ 1.938,00	\$ 23.256,00

Estudio Financiero

5.02.06 proyección de costos y gastos.

Tabla N° 71. Proyección de costos y gastos

PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS					
CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Costo de Producción	\$ 34.303,13	\$ 35.085,24	\$ 35.885,18	\$ 36.703,36	\$ 37.540,20
Costo de Ventas	\$ 50.984,53	\$ 52.146,98	\$ 53.335,93	\$ 54.551,99	\$ 55.795,78
Costo Operativo	\$ 23.786,24	\$ 24.328,56	\$ 24.883,25	\$ 25.450,59	\$ 26.030,87
Gasto Administrativos	\$ 31.980,71	\$ 32.709,87	\$ 33.455,66	\$ 34.218,44	\$ 34.998,62
Gasto de Ventas	\$ 552,31	\$ 564,90	\$ 577,78	\$ 590,96	\$ 604,43
TOTAL	\$ 141.606,92	\$ 144.835,56	\$ 148.137,81	\$ 151.515,35	\$ 154.969,90

Elaborado por: Nataly Pujota

Para la proyección se ha tomado en cuenta el indicador de inflación actual que se encuentra en 2,28%

5.02.07 costos fijos y variables.

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) **COSTO FIJO:** Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

COSTO VARIABLE: Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación (Pág., 112)

Tabla N° 72. Costos fijos

COSTOS FIJOS	2014	2015	2016	2017	2018
Costos de Venta	\$ 50.984,53	\$ 52.146,98	\$ 53.335,93	\$ 54.551,99	\$ 55.795,78
Gastos Administrativos	\$ 31.980,71	\$ 32.709,87	\$ 33.455,66	\$ 34.218,44	\$ 34.998,62
Gastos de Venta	\$ 552,31	\$ 564,90	\$ 577,78	\$ 590,96	\$ 604,43
TOTAL COSTO FIJO	\$ 83.517,56	\$ 85.421,76	\$ 87.369,37	\$ 89.361,39	\$ 91.398,83

Estudio Financiero

5.03 Inversiones

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad global de la producción. También se le llama formación bruta de capital fijo. Las principales clases de inversión fija son equipo y maquinaria (maquinaria, equipo de trabajo, equipo de reparto, equipo de seguridad, equipo de cómputo, y equipo de oficina). (Pág., 333)

5.03.01 inversión fija.

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, diferenciación que va a facilitar el costeo del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. (Pág., 333)

Tabla N° 73. Inversión fija

ACTIVOS FIJOS	\$ 9.269,05
Maquinaria y Equipo	\$ 714,03
Muebles y Enceres	\$ 2.074,92
Equipo de Oficina	\$ 70,10
Equipo de Computación	\$ 6.410,00

Estudio Financiero

5.03.01.01 activos diferidos (nominales)

Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc. (Pág., 333)

Tabla N° 74. Activos diferidos (nominales)

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 839,66
Servicio de Rentas Internas	\$ -	
Patente Municipal Única	\$ 80,00	
Licencia de Funcionamiento	\$ 38,16	
Certificado Médico Ocupacional	\$ 1,50	
Estudio de Factibilidad	\$ 720,00	
GASTOS DE ADECUACIÓN		\$ 230,00
TOTAL GASTOS DIFERIDOS		\$ 1.069,66

Estudio Financiero

Tabla N° 75. Resumen de activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.069,66
Gastos de Constitución	\$ 839,66
Gastos de adecuación	\$ 230,00

Estudio Financiero

5.03.02 capital de trabajo.

Aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). (Pág., 333)

Tabla N° 76. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	\$ 12.292,27
Costos de venta	\$ 4.154,00
Gastos de venta	\$ 45,00
Costos Operativo	\$ 1.938,00
Gastos Administrativos	\$ 3.360,40
Costos de Produccion	\$ 2.794,87

Estudio Financiero

5.03.03 fuentes de financiamiento y uso de fondos

Herramienta financiera que ayudara a tomar decisiones de gran importancia para la empresa, el cual permitirá definir cuál es la estructura financiera de la empresa y determinar cómo se financia la misma, esto con el fin de realizar los correctivos que permitan lograr el principio de conformidad financiera.

Tabla N° 77. Cuadro de inversión

CUADRO DE INVERSIÓN			
CONCEPTO	Fuentes y Usos	Recursos Propios	Recursos Financiados
ACTIVOS FIJOS	\$		9.269,05
Maquinaria y Equipo	\$ 714,03	\$ 714,03	
Muebles y Enceres	\$ 2.074,92		\$ 2.074,92
Equipo de Oficina	\$ 70,10	\$ 70,10	
Equipo de Computación	\$ 6.410,00		\$ 6.410,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$		1.069,66
Gastos de Constitución	\$ 839,66	\$ 839,66	
Gastos de adecuación	\$ 230,00	\$ 230,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$		12.292,27
Costos de venta	\$ 4.154,00		\$ 4.154,00
Gastos de venta	\$ 45,00	\$ 45,00	
Costos Operativo	\$ 1.938,00		\$ 1.938,00
Gastos Administrativos	\$ 3.360,40	\$ 3.360,40	
Costos de Producción	\$ 2.794,87		\$ 2.794,87
TOTAL INVERSIÓN	\$ 22.630,98	\$ 5.259,19	\$ 17.371,79
% PARTICIPACIÓN	100	23	77

Estudio Financiero

5.03.04 amortización de financiamiento (tabla de amortización)

Para acceder a un préstamo bancario se ha tomado en cuenta las el interés por préstamo y sobre todo el trámite que representa acceder a uno de estos, en el cual el

banco PRO-AMÉRICA tiene una tasa de interés de 11, 35% para dos años, es un interés moderado a comparación de otras entidades. (Pág., 333)

Tabla N° 78. Tabla de amortizaciones

MONTO: \$ 17.371,79

PLAZO: 24 MESES

INTERÉS: 11,23%

CUOTA: \$ 803,93

N° Cuota	Valor Presente	Intereses	Capital	Valor de la Cuota	Saldo
1	\$ 17.371,79	\$ 81,29	\$ 685,63	\$ 766,92	\$ 16.686,16
2	\$ 16.686,16	\$ 78,08	\$ 688,84	\$ 766,92	\$ 15.997,32
3	\$ 15.997,32	\$ 74,85	\$ 692,06	\$ 766,92	\$ 15.305,25
4	\$ 15.305,25	\$ 71,62	\$ 695,30	\$ 766,92	\$ 14.609,95
5	\$ 14.609,95	\$ 68,36	\$ 698,56	\$ 766,92	\$ 13.911,39
6	\$ 13.911,39	\$ 65,09	\$ 701,82	\$ 766,92	\$ 13.209,57
7	\$ 13.209,57	\$ 61,81	\$ 705,11	\$ 766,92	\$ 12.504,46
8	\$ 12.504,46	\$ 58,51	\$ 708,41	\$ 766,92	\$ 11.796,05
9	\$ 11.796,05	\$ 55,20	\$ 711,72	\$ 766,92	\$ 11.084,33
10	\$ 11.084,33	\$ 51,87	\$ 715,05	\$ 766,92	\$ 10.369,28
11	\$ 10.369,28	\$ 48,52	\$ 718,40	\$ 766,92	\$ 9.650,88
12	\$ 9.650,88	\$ 45,16	\$ 721,76	\$ 766,92	\$ 8.929,12
13	\$ 8.929,12	\$ 41,78	\$ 725,14	\$ 766,92	\$ 8.203,98
14	\$ 8.203,98	\$ 38,39	\$ 728,53	\$ 766,92	\$ 7.475,45
15	\$ 7.475,45	\$ 34,98	\$ 731,94	\$ 766,92	\$ 6.743,51
16	\$ 6.743,51	\$ 31,55	\$ 735,36	\$ 766,92	\$ 6.008,15
17	\$ 6.008,15	\$ 28,11	\$ 738,81	\$ 766,92	\$ 5.269,34
18	\$ 5.269,34	\$ 24,66	\$ 742,26	\$ 766,92	\$ 4.527,08
19	\$ 4.527,08	\$ 21,18	\$ 745,74	\$ 766,92	\$ 3.781,35
20	\$ 3.781,35	\$ 17,69	\$ 749,22	\$ 766,92	\$ 3.032,12
21	\$ 3.032,12	\$ 14,19	\$ 752,73	\$ 766,92	\$ 2.279,39
22	\$ 2.279,39	\$ 10,67	\$ 756,25	\$ 766,92	\$ 1.523,14
23	\$ 1.523,14	\$ 7,13	\$ 759,79	\$ 766,92	\$ 763,35
24	\$ 763,35	\$ 3,57	\$ 763,35	\$ 766,92	\$ -

Tomado de página web: www.promerica.ec

5.03.05 Depreciaciones (Tabla de Depreciación)

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) “Depreciación es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil” (Pág. 234)

Tabla N° 79. Depreciación

DEPRECIACIÓN								
Concepto	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
Maquinaria y Equipo	\$ 714,03	5	\$ 142,81	\$ 142,81	\$ 142,81	\$ 142,81	\$ 142,81	\$ -
Muebles y Enceres	\$ 2.074,92	5	\$ 414,98	\$ 414,98	\$ 414,98	\$ 414,98	\$ 414,98	\$ -
Equipo de Computación	\$ 6.765,04	3	\$ 2.255,01	\$ 2.255,01	\$ 2.255,01	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 70,10	3	\$ 14,02	\$ 14,02	\$ 14,02	\$ 14,02	\$ 14,02	\$ -
TOTAL	\$ 19.178,08		\$ 3.398,05	\$ 3.398,05	\$ 3.398,05	\$ 1.143,03	\$ 1.143,03	

Estudio Financiero

5.03.06 estado de situación inicial

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) El Estado de Situación Inicial refleja la información financiera que dispone la empresa al comienzo del ejercicio económico, es decir muestra los activos, pasivos y patrimonio. En el caso de las empresas que funcionan por varios periodos, la información financiera del 31 de diciembre da inicio al siguiente ejercicio contable. (Pág. 380)

Tabla N° 80. Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

CIBERCAFÉ LINK- NET

Al 01 de Enero del 2014

ACTIVO		
Activo Corriente		
Caja	\$	12.292,27
Activo Fijo		
	\$	9.269,05
Maquinaria y Equipo	\$	714,03
Muebles y Enceres	\$	2.074,92
Equipo de Computación	\$	6.410,00
Equipo de Oficina	\$	70,10
Otros Activos	\$	1.069,66
Gastos de Constitución	\$	1.069,66
TOTAL ACTIVO	\$	22.630,98
PASIVO		
	\$	17.371,79
Pasivo Largo Plazo	\$	17.371,79
TOTAL PASIVO	\$	17.371,79
PATRIMONIO		
	\$	17.371,79
Capital	\$	5.259,19
TOTAL PATRIMONIO	\$	5.259,19
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$	22.630,98

Estudio Financiero

5.03.07 estado de resultados proyectado

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Es un informe financiero que presenta de manera ordenada y clasificada los ingresos generados, los costos y gastos incurridos por la empresa en un periodo determinado. La diferencia de los ingresos y gastos constituye la utilidad o pérdida del ejercicio. (Pag. 509)

Tabla N° 81. Estado de resultados proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Descripción	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	\$ 107.381,73	\$ 109.830,03	\$ 112.334,15	\$ 114.895,37	\$ 117.514,99
(-) Costo de Ventas	\$ 50.984,53	\$ 52.146,98	\$ 53.335,93	\$ 54.551,99	\$ 55.795,78
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 56.397,19	\$ 57.683,05	\$ 58.998,22	\$ 60.343,38	\$ 61.719,21
(-) Gastos Administrativos	\$ 31.980,71	\$ 32.709,87	\$ 33.455,66	\$ 34.218,44	\$ 34.998,62
(-) Gastos de Ventas	\$ 552,31	\$ 564,90	\$ 577,78	\$ 590,96	\$ 604,43
(-) Depreciaciones	\$ 3.398,05	\$ 3.398,05	\$ 3.398,05	\$ 1.143,03	\$ 1.143,03
(-) Amortizaciones	\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13
(=) Utilidad Operacional	\$ 20.251,99	\$ 20.796,09	\$ 21.352,60	\$ 24.176,81	\$ 24.758,99
(+) Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad A.P.I.	\$ 20.251,99	\$ 20.796,09	\$ 21.352,60	\$ 24.176,81	\$ 24.758,99
(-) 15 % Participacion Laboral	\$ 3.037,80	\$ 3.119,41	\$ 3.202,89	\$ 3.626,52	\$ 3.713,85
(=) Utilidad Despues de Imp	\$ 17.214,19	\$ 17.676,68	\$ 18.149,71	\$ 20.550,29	\$ 21.045,14
(-) 23% Impuesto a la Renta	\$ 3.787,12	\$ 3.888,87	\$ 3.992,94	\$ 4.521,06	\$ 4.629,93
(=) Utilidad Neta	\$ 13.427,07	\$ 13.787,81	\$ 14.156,78	\$ 16.029,23	\$ 16.415,21

Estudio Financiero

5.03.08 flujo de caja

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Estado de flujo de caja de efectivo tiene como propósito principal proveer información fundamental, condensada e imprescindible,

sobre el anejo de los ingresos y egresos de efectivo por una empresa en un periodo determinado, en consecuencia mostrar una síntesis de los cambios ocurridos en la situación financiera. (Pag. 411)

Tabla N° 82. Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Descripción	Año Base (2013)	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas		\$ 107.381,73	\$ 109.830,03	\$ 112.334,15	\$ 114.895,37	\$ 117.514,99
(-) Costo de Ventas		\$ 50.984,53	\$ 52.146,98	\$ 53.335,93	\$ 54.551,99	\$ 55.795,78
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 56.397,19	\$ 57.683,05	\$ 58.998,22	\$ 60.343,38	\$ 61.719,21
(-) Gastos Administrativos		\$ 31.980,71	\$ 32.709,87	\$ 33.455,66	\$ 34.218,44	\$ 34.998,62
(-) Gastos de Ventas		\$ 552,31	\$ 564,90	\$ 577,78	\$ 590,96	\$ 604,43
(-) Depreciaciones		\$ 3.398,05	\$ 3.398,05	\$ 3.398,05	\$ 1.143,03	\$ 1.143,03
(-) Amortizaciones		\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13
(=) Utilidad Operacional		\$ 20.251,99	\$ 20.796,09	\$ 21.352,60	\$ 24.176,81	\$ 24.758,99
(+) Otros Ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Egresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad A.P.I.		\$ 20.251,99	\$ 20.796,09	\$ 21.352,60	\$ 24.176,81	\$ 24.758,99
(-) 15 % Participación Laboral		\$ 3.037,80	\$ 3.119,41	\$ 3.202,89	\$ 3.626,52	\$ 3.713,85
(=) Utilidad Después de Imp		\$ 17.214,19	\$ 17.676,68	\$ 18.149,71	\$ 20.550,29	\$ 21.045,14
(-) 23% Impuesto a la Renta		\$ 3.787,12	\$ 3.888,87	\$ 3.992,94	\$ 4.521,06	\$ 4.629,93
(=) Utilidad Neta		\$ 13.427,07	\$ 13.787,81	\$ 14.156,78	\$ 16.029,23	\$ 16.415,21
(+) Amortizaciones	\$ -	\$ 3.398,05	\$ 3.398,05	\$ 3.398,05	\$ 1.143,03	\$ 1.143,03
(+) Depreciaciones	\$ -	\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13	\$ 214,13
(-) Inversión	\$ (22.630,98)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (22.629,13)	\$ -
(+) Préstamo	\$ 17.371,79	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Amortización Capital del Préstamo	\$ -	-9203,019159	-8929,119562	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Capital de Trabajo	\$ (12.292,27)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Recuperación Capital de Trabajo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12.292,27
(=) Flujo Neto Efectivo	\$ (17.551,45)	\$ 7.836,23	\$ 8.470,87	\$ 17.768,95	\$ 17.386,39	\$ 30.064,64

Estudio Financiero

5.04 Evaluación

5.04.01 tasa de descuento

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) La tasa de descuento es la tasa de retorno requerida sobre una inversión. La tasa de descuento refleja la oportunidad perdida de gastar o invertir en el presente por lo que también se le conoce como costo o tasa de oportunidad. (Pág., 425)

Tabla N° 83. Tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO	
Tasa Activa	10,21
Tasa Pasiva	4.58
TOTAL	14,79

Estudio Financiero

5.04.02 valor actual neto VAN/ VNP

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. (Pág., 427)

Tabla N° 84. Valor actual neto

Valor Actual Neto	
TASA	14,79%
INVERSIÓN	\$ (22.630,98)
2014	\$ 7.836,23
2015	\$ 8.470,87
2016	\$ 17.768,95
2017	\$ 17.386,39
2018	\$ 30.064,64
VAN	\$ 23.930,84

Estudio Financiero

5.04.03 tasa interna de retorno

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

(Pág., 429)

Tabla N° 85. Tasa interna de retorno

Tasa Interna de Retorno	
INVERSIÓN	\$ (22.630,98)
2014	\$ 7.836,23
2015	\$ 8.470,87
2016	\$ 17.768,95
2017	\$ 17.386,39
2018	\$ 30.064,64
TIR	47,71%

Estudio Financiero

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación Inversión)

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) El periodo de recuperación de la inversión - PRI - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. (Pág., 431)

Tabla N° 86. Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN				
Años	Flujo de Efectivo	Factor de Actualización	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
2014	\$ 7.836,23	0,87	\$ 6.826,58	\$ 6.826,58
2015	\$ 8.470,87	0,76	\$ 6.428,65	\$ 13.255,23
2016	\$ 17.768,95	0,66	\$ 11.747,62	
2017	\$ 17.386,39	0,58	\$ 10.013,67	
2018	\$ 30.064,64	0,50	\$ 15.084,67	
TOTAL			\$ 50.101,18	

Estudio Financiero

Tabla N° 87. Periodo de Recuperación (Meses y días)

INVERSIÓN	\$ 22.630,98	MESES	\$ 9.375,75
AÑO 2015	\$ (13.255,23)	* 12 MESES	12
DIFERENCIA	9375,75	TOTAL	\$ 112.508,96
		/ AÑO 2016	\$ 11.747,62
		TOTAL	9,58

DÍAS	0,58
* 30 DÍAS	30
TOTAL	17

Estudio Financiero

Mediante el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se estimó un tiempo de dos años, nueve meses y siete días la inversión que se va a realizar será recuperada.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) La relación costo beneficio mediante el cuadro de periodo de recuperación de la inversión, la suma del flujo actualizado ayudara para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. (Pág., 433)

Tabla N° 88. Relación costo beneficio

RELACIÓN COSTO BENEFICIO	
Flujo Actualizado	\$ 50.101,18
/ Inversión	\$ 22.630,98
RCB	\$ 2,21

Estudio Financiero

Podemos observar en la tabla que por cada dólar que se invierte, tenemos un dólar veinte y un centavos de utilidad

5.04.06 Punto de Equilibrio

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Es el punto donde los ingresos operacionales son iguales a los costos operacionales. En otras palabras, es el punto muerto donde no hay ni utilidad ni pérdida operacional. (Pág., 435)

Tabla N° 89. Punto de equilibrio

COSTOS FIJOS	2014	2015	2016	2017	2018
Costos de Venta	\$ 50.984,53	\$ 52.146,98	\$ 53.335,93	\$ 54.551,99	\$ 55.795,78
Gastos Administrativos	\$ 31.980,71	\$ 32.709,87	\$ 33.455,66	\$ 34.218,44	\$ 34.998,62
Gastos de Venta	\$ 552,31	\$ 564,90	\$ 577,78	\$ 590,96	\$ 604,43
TOTAL COSTO FIJO	\$ 83.517,56	\$ 85.421,76	\$ 87.369,37	\$ 89.361,39	\$ 91.398,83
COSTOS VARIABLES					
Costos Operativos	\$ 23.786,24	\$ 24.328,56	\$ 24.883,25	\$ 25.450,59	\$ 26.030,87
Costo de Produccion	\$ 34.303,13	\$ 35.085,24	\$ 35.885,18	\$ 36.703,36	\$ 37.540,20
TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 58.089,36	\$ 59.413,80	\$ 60.768,44	\$ 62.153,96	\$ 63.571,07
VENTAS	\$ 109.073,90	\$ 111.560,78	\$ 114.104,37	\$ 116.705,95	\$ 119.366,84

PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 83.517,02	\$ 85.421,22	\$ 87.368,84	\$ 89.360,86	\$ 91.398,30
----------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Estudio Financiero

5.04.07 análisis de índices financieros.

5.04.07.01 índice de endeudamiento.

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Este Índice de Endeudamiento (IE) establece la estrategia de financiamiento y la vulnerabilidad de la empresa a esa estructura de financiamiento dada. Vale decir, que establece la proporción de los Activos Totales financiados con fondos ajenos (Pasivo Total). (Pág., 436)

$$\text{I.E} = \text{PASIVO TOTAL} / \text{ACTIVO TOTAL}$$

$$\text{I.E} = 17.371,79 / 22.630,98$$

$$\text{I.E} = 77\%$$

5.04.07.02 rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. (Pág., 437)

$$\text{ROE} = \text{UTILIDAD NETA} / \text{PATRIMONIO}$$

$$\text{ROE} = 13.427,07 / 5.259,19$$

$$\text{ROE} = 2,55$$

5.04.07.03 rentabilidad sobre la inversión (ROI)

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Es la razón de las utilidades netas a los activos totales de la empresa. Evalúa la rentabilidad neta (uso de los activos, gastos operacionales, financiación e impuestos) que se ha originado sobre los activos. (Pág., 437)

ROI= UTILIDAD NETA / INVERSIÓN

ROI= 13.427,07 / 22.630,98

ROI= 0,59

5.04.07.04 rentabilidad sobre el activo (ROA)

(ESPEJO JARAMILLO, 2007) Utilizada frecuentemente en la comparación de resultados de las entidades o globalmente del sistema bancario, es el ratio que resulta de dividir los resultados antes de impuestos por el activo total medio que en algunas publicaciones se denomina balance total medio, si bien hay que advertir que ello puede dar lugar a confusión, ya que no deben incluirse las cuentas de orden. (Pág., 438)

ROA= UTILIDAD NETA / ACTIVO TOTAL

ROA= 13.427,07 / 22.630,98

ROA= 0,59



Capítulo VI

Análisis de Impactos

6.01 Impacto Ambiental

Aspecto positivo:

EL RECICLAJE

Se contribuirá con la reducción del volumen de residuos, y por lo tanto de la contaminación, (causada por algunas materias que tardan decenas de años e incluso siglos en degradarse). Preservación de los recursos naturales, pues la materia reciclada se reutiliza. Por ejemplo Ahorro de energía y por lo tanto reduce la dependencia del petróleo.

Como anteriormente se nombró el ahorro de energía y también el ahorro de papel serán nuestros objetivos en el cual los beneficios ambientales del reciclaje de papel son muchos:

- Reduce las emisiones de gases de efecto invernadero que pueden contribuir al cambio climático al evitar las emisiones de metano y la reducción de la energía necesaria para una serie de productos de papel.
- Extiende el suministro de fibra y contribuye a la retención de carbono.
- Ahorro considerable de espacio en los vertederos.
- Reduce el consumo de energía y agua.
- Reduce la necesidad de la eliminación (es decir, el vertedero o la incineración, que disminuye la cantidad de CO₂ que se produce.

Por otro lado, cuando los árboles se plantan para la fabricación de papel, el carbono es liberado, generalmente en forma de dióxido de carbono. Cuando la tasa de absorción de carbono supera a la tasa de liberación, el carbono se dice que está "secuestrado". Este secuestro del carbono reduce las concentraciones de gases de efecto invernadero mediante la eliminación de dióxido de carbono de la atmósfera.

Aspecto negativo:

CONTAMINACIÓN VISUAL

Nuestro cerebro tiene una determinada capacidad de absorción de datos. Los sentidos son los encargados de transmitir al cerebro toda información que perciben del entorno. Entre ellos, el sentido de la vista es uno de los más complejos y de los que

mayor incidencia tiene en la percepción global del entorno y, por lo tanto, en las reacciones psicofísicas del hombre.

Cuando una imagen supera el máximo de información que el cerebro puede asimilar, se produce una especie de “stress” visual, el panorama perceptivo se vuelve caótico y la lectura ordenada del paisaje se hace imposible.

Contaminación en los espacios interiores

Si un espacio interior se halla saturado de fuentes de información, el resultado puede afectar la capacidad de concentración. Muchas veces nos quedamos parados frente a una góndola de un supermercado, bombardeados por la variedad de objetos y colores, sin saber o recordar siquiera si queremos comprar algo de ese sector. Es como si nuestro cerebro hubiera entrado en cortocircuito.

6.02 Impacto Económico

Colaboramos con el desarrollo del sector tecnológico y a la vez la empresa se beneficia de los ingresos de cada cliente para seguir en crecimiento.

6.03 Impacto Productivo

El Ecuador siempre ha sido número uno en exportar materia prima, la propuesta del cambio de la matriz productiva es crear nuevas unidades de producción donde ya se transforme la materia prima y se obtenga el producto elaborado, por lo tanto exportar ya el producto terminado más no la materia prima.

6.04 Impacto Social

REFORZAR EL CONOCIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES

Hablar de Nuevas Tecnologías es referirse a la multimedia, la televisión por cable y satélite, al CD-ROM, a los hipertextos donde su materia prima es la información, el plan Canaima entre otros. Se consideran nuevas tecnologías esencialmente las computadoras y los programas informáticos que permiten el acceso a redes básicamente, porque, los avances tecnológicos, han dado a la computadora un protagonismo como instrumento pedagógico ya que permite el acceso a grandes cantidades de información.

Son crecientes las investigaciones relacionadas con las redes de comunicación y el correo electrónico. Llama especial atención el énfasis existente en el estudio de la interactividad (particularmente desde entornos educativos), referida a distintos fines, paquetes y formatos de aprendizaje.

Es cierto que el trabajo en redes genera procesos de interacción y de diálogo entre personas donde la información adquiere nuevos significados mediante el intercambio de mensajes con otros, no debemos olvidar que el medio por sí mismo no hace de los estudiantes mejores aprendices, su incorporación requiere modelos de uso muy claros de manera que permitan la apropiación de los contenidos presentados.

Disponer de equipos y de aplicaciones no es garantía de utilización, ni de que el uso que se haga sea el óptimo, o el más adecuado. Representa para el profesor un trabajo extra en la planificación y gestión de la enseñanza. Debemos comenzar por entender que la tecnología transforma nuestra relación con el espacio y con el lugar, la tecnología permite volver a localizar el aprendizaje en conexión con el mundo. Esta dispersión de poderes es lo que los expertos señalan como un potencial que brinda esta tecnología al ámbito educativo, ya que los educadores y los estudiantes podrán generar sus propios estilos, modos o maneras de aprender.

El conjunto de informaciones disponibles en Internet nos desafía a construir una sociedad del conocimiento. Desaparece el don de la verdad, aparece aquel que la consigue, o mejor dicho, aquel que la construye a partir de la información y en su interacción con los demás. Si la búsqueda es un proceso interactivo, rico y dialógico esa búsqueda se transforma en mensaje. Buscar el mensaje es mucho más que recibirlo. Es construir un sistema de códigos que utilice el lenguaje para expresar la observación de la realidad y compartirla a través de las tecnologías de la comunicación. Mediante las

nuevas tecnologías, y de manera especial con Internet, se tiene acceso a información pero no al conocimiento, para analizar los efectos cognitivos y para promover efectos deseables, debemos considerar además de las potencialidades y limitaciones de cada medio, la propuesta educativa dentro de la cual está inmerso, las actividades de aprendizaje propuestas y los contenidos a abordar.

El presente proyecto también generara fuentes de empleo, y así se realizara una contribución al desarrollo del sector para que se haga más comercial.

Capítulo VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

1. Resulta increíble como las teorías que se crearon hace cientos de años sigan funcionando hoy en día, y como la ejecución de un enfoque administrativo puede llegar a afectar a la organización de diferentes maneras y es por eso que considero a la administración como un arte.
2. Nos podemos dar cuenta de que detrás de cada empresa hay un gran número de procedimientos para poder funcionar y llevar a cabo los objetivos. Hay que admitir que antes de iniciar con este trabajo, desconocía demasiada información acerca de la administración y creo que he aprendido lo necesario, o al menos de la administración básica, para poder llevar a cabo mi proyecto. La dirección de una empresa resulta ser muy importante al momento de llevarla a cabo, pues con esta se da a conocer cómo es que se llevan los trabajadores de la empresa y en dado caso de que haya un conflicto, corregirlo, porque de aquí es principalmente una de las formas en las que puede llegar a quebrar o cerrar una empresa.
3. Una vez realizado el Estudio de mercado se determinó una aceptación del 94% sobre la creación del servicio, estos datos estadísticos fueron de gran utilidad ya

que con cada uno de ellos se pudo identificar cuáles son las necesidades de hoy en día de cada cliente.

4. La buena distribución de la infraestructura de la empresa es de suma importancia para; ya que depende mucho de esto la estancia de cada cliente, además de poder conocer y cumplir un respectivo proceso para llegar a la satisfacción del cliente.
5. Una vez realizado el estudio financiero podemos observar que existe un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 23.930,84 y se obtuvo una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 47,71 % ; con una inversión de \$ 22.630,98 el cual tendrá un periodo de recuperación es de 2 años 9 meses, se obtuvo una Relación Costo Beneficio de \$ 2,21, esto nos indica que por cada dólar de inversión se obtendrá una utilidad de \$ 1,21 y se llega a la conclusión de que el presente proyecto es viable ya que los ingresos son mayores a los costos y gastos de la empresa.
6. Cada análisis de los impactos no ayuda a observar que el presente proyecto a más de obtener una utilidad, es de gran contribución al país ya que ayudara al crecimiento constate del sector de servicios, generar fuentes de empleo y sobre reforzar el conocimiento de los estudiantes y público en general.

7.02 RECOMENDACIONES

- ✓ Implementar el proyecto a la brevedad posible, realizar estudios de mercado permanentes, cumplir con las disposiciones legales y reglamentarias como pago de impuestos para no tener ningún tipo de inconvenientes en el funcionamiento de la empresa, realizar revisiones periódicas de costos y precios de venta al público para mantenernos al margen del mercado.

- ✓ El proceso administrativo antes de ponerlo en marcha debe ser analizado minuciosamente ya que de un error una mala toma de decisiones, por mínimo que sea puede llevar al quiebre de la empresa, hay que saber a quién informar, cómo y en el momento preciso para que no exista falla en la comunicación para el funcionamiento del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

ABBATE, J. (2003). Evolucion del Internet. En A. Janeth, Historia y evolucion de la internet (págs. 25, 26,27). Florida: QM Editorial.

ABC, D. (s.f.). www.definicionabc.com. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/general/poblacion.php>

ABC, DEFICION. (s.f.). www.definicionabc.com. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/general/biblioteca.php>

ABC, DEFINICION. (s.f.). www.definicionabc.com. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/social/migracion.php>

ADUANAS Y COMERCIO. (s.f.). www.comercioyaduanas.com. Recuperado el 28 de JUNIO de 2013, de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/116-que-es-comercio-exterior>

BUSINESSCOL. (s.f.). www.businesscol.com. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://www.businesscol.com/productos/glosarios/administrativo/glossary.php?word=COMPETIDOR>

COMPORTAMIENTO, L. Y. (s.f.). www.liderazgoymercadeo.com. Recuperado el 28 de JUNIO de 2013, de http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=52#

DEFINICION ABC. (s.f.). www.definicionabc.com. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/general/enciclopedia.php>

DEFINICION. (s.f.). <http://definicion.de>. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://definicion.de/proveedor/>

DEFINICION. (s.f.). www.definicion.de.com. Recuperado el 01 de Septiembre de 2013, de <http://definicion.de/localizacion>

DEFINICION.ORG. (s.f.). www.definicion.org. Recuperado el 28 de junio de 2013, de <http://www.definicion.org/tasa-de-interes>

DEFINICION.ORG. (s.f.). www.definicion.org. Recuperado el 28 de junio de 2013, de <http://www.definicion.org/tasa-de-interes-activa>

DEFINICION.ORG. (s.f.). www.definicion.org. Recuperado el 28 de JUNIO de 2013, de <http://www.definicion.org/tasa-de-interes-pasiva>

DFINICION. (s.f.). <http://definicion.de>. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://definicion.de/centro-de-salud/#ixzz2YvSUdKu0>

E-CONOMIC. (s.f.). www.e-conomic.es. Recuperado el 04 de JULIO de 2013, de <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-inflacion>

EMAGISTER. (s.f.). www.emagister.com. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de www.emagister.com/curso-introduccion-marketing-social/macro-microambiente

EMAGISTER. (s.f.). www.emagister.com. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de

www.emagister.com/curso-introduccion-marketing-social/macro-microambiente

ESPEJO JARAMILLO, L. B. (2007). Contabilidad General. Loja: Universidad Tecnica Particular de loja.

MARKETING. (Julio de 2010). <http://www.marketingintensivo.com>. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-clientes/clientes-capacidad-promover-desacreditar-marca.html>

NUÑEZ ZANABRIA, K. C. (11 de Agosto de 2011). www.monografias.com. Recuperado el 7 de Agosto de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos30/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml#oferta>

PUBLICIDAD, M. (s.f.). <http://recursos.cnice.mec.e>. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque5/pag5.html>

PYME, E. (s.f.). www.emprendepyme.net. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://www.emprendepyme.net/analisis-externo-de-mercado.html>

ROJAS, F. (14 de 11 de 2007). www.emagister.com. Recuperado el 31 de 08 de 2013, de <http://www.emagister.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>

SANTILLA, m. (19 de Mayo de 2008). <http://mktunlam.blogspot.es>. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>

SRI. (s.f.). www.sri.gob.ec. Recuperado el 12 de Julio de 2013, de

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>



A N E X O S