



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
SERVICIOS DE INTERNET Y BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA EN LA
CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C. P. A.**

AUTOR: CAMARGO ENRÍQUEZ LENIN

DIRECTOR: ING. LEÓN ROCIO

IBARRA, DICIEMBRE 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto, es referente a un Estudio de Factibilidad de un Centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbrica, en la ciudad de Mira, provincia del Carchi. Este trata de encontrar la factibilidad de una inversión a través de siete capítulos estructurados como: Diagnóstico situacional, el cual es una investigación bibliográfica del contexto social, económico y de uso de TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) en la Parroquia de Mira, el Marco Teórico ofrece las bases conceptuales del Proyecto, el Estudio de Mercado comprueba la aceptación del proyecto en la Ciudad y define los potenciales clientes, la competencia y el margen de precios que se manejan en la ciudad con relación al servicio a ofertar, el Estudio Técnico distribuye operacionalmente la inversión de capital que el Proyecto necesita para colocar la empresa en marcha, el Estudio Económico avala la inversión y determina si esta se puede recuperar a 5 años proyección, la Propuesta Estratégica establece la estructura organizacional del proyecto como empresa su misión, visión, políticas y su estructura, así como también la propuesta de marketing para este. El estudio de Impactos del Proyecto establece las posibles consecuencias de la aplicación de la inversión en los ámbitos social, cultural y ambiental. Todos estos capítulos constituidos se complementan con sus respectivas Conclusiones, Recomendaciones, Bibliografía y sus correspondientes Anexos.

EXECUTIVE SUMMARY

The Present project is about a Feasibility Study of an Internet Services Center and Virtual Wireless Library, in Mira city, Carchi province. It is about to find out feasibility of an investment through seven structured chapters as: situational diagnostic, which is a bibliographic investigation from social and economics context and TIC use (Information and Communication Technology) in Mira. Theoretical framework offers conceptual basis of Project, Market Study prove acceptance the project in the City and determine potential customers, competition, and price range that are handled in the city with relation to offering service. The Technic Study distributes operationally capital investment that Project needs to run the enterprise, the economic state bail the investment and determine if it could recover in a projection of 5 years. The Strategic Propose establishes organizational structure of project as enterprise, its mission, vision, politics and structure, and marketing propose as well. Project's Impact Study establishes potential consequences of application of investment in social, cultural, and environmental area. All of these constituted chapters are completed with their Conclusion, Recommendation, Bibliography and its proper Annexes.

AUTORÍA

Yo, **CAMARGO ENRÍQUEZ LENIN**, portador de la cedula de identidad Nro. 10070315-3, declaro bajo juramento, que el presente trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS DE INTERNET Y BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”** que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....

Camargo Enríquez Lenin
C.I. 10070315-3

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Ibarra, 18 de junio de 2013

Doctora

Soraya Rhea G.

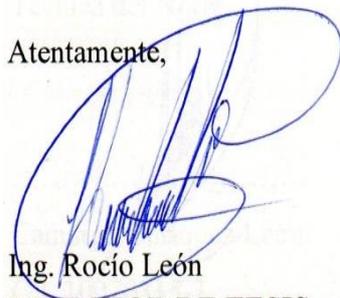
**DECANA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

Señora Decana:

Informo que he concluido con la tutoría del trabajo de grado titulado: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS DE INTERNET Y BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI**” Desarrollado por el señor **Camargo Enríquez Lenin**, previo la obtención del título de ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA, en tal virtud confiero la calificación de 9/10(**NUEVE**).

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador por lo que sugiero esté integrado por los siguientes catedráticos: Dr. Benito Scacco, Ing. Marcelo Vallejos y Dra. Soraya Rhea.

Atentamente,



Ing. Rocío León

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **CAMARGO ENRÍQUEZ LENIN**, con cedula de ciudadanía N° 10070315-3 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS DE INTERNET Y BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**. Que ha sido desarrollada para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, C. P. A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando facultada la Universidad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....
Camargo Enríquez Lenin
C.I. 10070315-3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA DE LA UNIVERSIDAD

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100270315-3	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	CAMARGO ENRÍQUEZ LENIN	
DIRECCIÓN:		Panamericana Sur NE1-239 y Chontahuasi	
EMAIL:		lenincamargoe@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0987275475
			062280299
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:		“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS DE INTERNET Y BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI.”	
AUTOR (ES):		CAMARGO ENRÍQUEZ LENIN	

FECHA: AAAAMMDD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. León Rocío

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Camargo Enríquez Lenin con cédula de identidad Nro. 10070315-3, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de junio de 2013.

EL AUTOR:

(Firma) _____

Nombre: Camargo Enríquez Lenin

C.I.: 10070315-3

ACEPTACIÓN:

(Firma) _____

Nombre: Ing. Chávez Betty.

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario: _____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado; a la Srta. Ligia, mi mami, la no conocida Clara Matilde Enríquez González (+), quién a pesar de todas las circunstancias que se atravesaron en su vida, en su salud, en los malos y buenos momentos siempre me supo apoyar en el desarrollo de este trabajo.

A mi Hijo, Camargo Vladimir, que resultaste ser lo más importante de mi vida y que sin embargo me demoré mucho más de lo esperado para entregarte este trabajo.

A mi compañera fiel, Sandra Chicaiza, por tu apoyo incondicional a mis decisiones y tu gran respaldo anímico que siempre me has dado, sin ti mi mundo se hubiese hundido fácilmente en estas recientes etapas de mi vida.

A mis hermanos, a mis sobrinos, a mis amigos, a mis primos y familiares lejanos que siempre me preguntaron por este proyecto, a ellos dedico este trabajo como muestra del inmenso respeto, cariño y gratitud que tengo hacia todos.

Camargo Enríquez Lenin

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, por haberme abierto las puertas de sus ilustre institución y seracogido en sus aulas en busca de un sueño, que con paciencia y perseverancia me da la oportunidad de llegar a ser un profesional en la rama Contable.

Agradezco a todos mis familiares, a mis compañeros, amigos y docentes de la universidad, quienes supieron darme la mejor enseñanza para lograr triunfar ante los desafíos de la vida, y especialmente agradezco, a mi tutora de tesis Ing. León Rocío, que gracias a su paciencia y tremendo esfuerzo académico y laboral hicieron de esta tesis una realidad.

Camargo Enríquez Lenin

PRESENTACIÓN

El presente trabajo textual es un Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbrica en la ciudad de Mira, Provincia del Carchi, el mismo que consta de siete capítulos detallados a continuación.

El capítulo Diagnóstico o Primer Capítulo, es una investigación bibliográfica situacional de la realidad de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en la Parroquia de Mira, además de determinar la situación social, económica y su estándar de vida al tener acceso de los diferentes servicios básicos como también determinar la infraestructura de la parroquia. Para tal propósito se generaron objetivos para poder establecer el problema diagnóstico del contexto poblacional llegando así a determinar Aliados y Oportunidades para la creación de un Centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbrica.

El Marco Teórico es el Segundo Capítulo, este se forma por bases conceptuales de Internet, Biblioteca Virtual, la Microempresa, el Cibercafé y los componentes de un Estudio de Factibilidad como son el Estudio Diagnóstico, la Base Teórica, el Estudio de Mercado, el Estudio Técnico, el Estudio Económico, la Propuesta Estratégica y los Impactos del Proyecto

El Tercer Capítulo o Estudio de Mercado es el estudio en el cuál se elabora objetivos para determinar de una manera específica la demanda potencial del Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbrica y la aceptación del proyecto en la ciudad, a través de herramientas como la encuesta al mercado objetivo, entrevistas a dueños de locales que ofrezcan el mismo servicio como herramientas de investigación de fuente bibliográfica y de observación, también la determinación de la oferta y precios que se manejen la ciudad.

El Estudio Técnico es el Cuarto Capítulo del Proyecto, donde la empresa para ponerse en marcha se lo macro y micro localiza en el país considerando diversos factores, la distribución física del local del centro de internet y biblioteca virtual y

adecuaciones necesarias, así como también se detalla la inversión de capital que la empresa necesita para su correcto funcionamiento.

El Quinto capítulo es el Estudio Económico, este evaluará con detalle si la inversión del proyecto es viable o no, para tal propósito se lo demostrará mediante presupuestos de ingresos y egresos, así como estados financieros de situación económica, estado de resultado, estado de flujo de efectivo y herramientas de evaluación financiera como el VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), Punto de Equilibrio y demás herramientas de evaluación financiera.

La Propuesta Estratégica de la Empresa es el Quinto Capítulo del Proyecto en donde la empresa demostrará su Misión, Visión, Políticas, Valores, Estructura Organizativa y Estrategias de Marketing.

El Séptimo Capítulo habla de los posibles Impactos del Proyecto tanto en el ámbito Social, Económico y Ambiental.

Se presenta las Respectivas Conclusiones y Recomendaciones para la inversión, formulación que decide la creación del Centro de Servicios que económicamente es factible en la ciudad de Mira.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA.....	IV
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
DEDICATORIA	X
AGRADECIMIENTO	XI
PRESENTACIÓN	XII
JUSTIFICACIÓN	XXVII
OBJETIVOS DEL PROYECTO	XXVII
METODOLOGÍA UTILIZADA	XXVIII

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	30
ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO.....	30
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	31
OBJETIVO GENERAL	31
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	31
VARIABLES	32
INDICADORES	32
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	34
MECANICA OPERATIVA	36
INFORMACIÓN SECUNDARIA	36
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN	36
□ NIVEL SOCIOECONÓMICO	36
o POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	36
o ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN.....	37

o CATEGORÍA DE TRABAJO DE LA POBLACIÓN	38
o ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL JEFE DE HOGAR	39
o TENENCIA DE VIVIENDA POR HOGAR	40
□ NIVEL EDUCATIVO	41
o NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA POBLACIÓN.....	41
o ANALFABETISMO EN LA POBLACIÓN.....	42
o ESCOLARIDAD DEL JEFE DE HOGAR	43
o ESCOLARIDAD SOBRE LOS 24 AÑOS	44
□ SERVICIOS BÁSICOS	45
o DISPONIBILIDAD DE AGUA POTABLE	45
o ACCESO A ENERGÍA ELÉCTRICA	45
o ACCESO A SERVICIO TELEFÓNICO CONVENCIONAL	46
o SERVICIO HIGIÉNICO O ESCUSADO	47
o INSTALACIONES Y/O DUCHA PARA BAÑARSE	47
o CUARTO EXCLUSIVO PARA COCINAR.....	48
□ NIVEL TECNOLÓGICO.....	48
o ACCESO A SERVICIO TELEFÓNICO CELULAR.....	48
o USO DE INTERNET EN LA POBLACIÓN.....	50
o TIPO DE ACCESO A INTERNET.....	50
o MOTIVO DE USO DE INTERNET	51
□ INFRAESTRUCTURA.....	51
o ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS	51
o ESTABLECIMIENTOS ESTATALES / SECCIONALES AUTÓNOMOS	53
o TRANSPORTE	54
o ESTADO DE VIVIENDAS.....	55
DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, RIESGOS, OPORTUNIDADES.	56
ALIADOS.....	56
OPONENTES	56
OPORTUNIDADES	56
RIESGOS	57

DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN	57
--	-----------

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	58
INTERNET	58
DEFINICIÓN	58
HISTORIA	59
CARACTERÍSTICAS	60
IEEE.....	60
ESTRUCTURA DE LA RED INTERNET	61
DIRECCIONES IP Y NOMBRES DE DOMINIO	62
USO....	63
BIBLIOTECA VIRTUAL	64
DEFINICIÓN	64
DESCRIPCIÓN DE UNA BIBLIOTECA VIRTUAL.....	65
CARACTERÍSTICAS	66
UTILIZACIÓN	67
MICROEMPRESA	67
DEFINICIÓN	67
CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA	69
CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS	70
PRODUCCIÓN	70
COMERCIO	70
SERVICIOS.....	70
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA MICROEMPRESA	70
DESARROLLO ORGANIZACIONAL.....	71
SERVICIO	71
DEFINICIÓN	71
DIFERENCIA ENTRE BIENES Y SERVICIOS	72
CLASES DE SERVICIOS DE CONSUMO	72
CIBERCAFÉ	73
DEFINICIÓN	73
HISTORIA.....	73

CARACTERÍSTICAS	74
CLASIFICACIÓN DEL CIBERCAFÉ	74
ENFOCADO HACIA EL JUEGO.....	74
ENFOCADO HACIA EL USO DE INTERNET	74
CLIENTES.....	75
CAFÉ EN LOS CIBERCAFÉS	75
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	76
ESTUDIO DIAGNÓSTICO	76
MARCO TEÓRICO.....	76
ESTUDIO DE MERCADO	77
ESTUDIO TÉCNICO	77
V.A.N. (VALOR ACTUAL NETO)	78
T.I.R. (TASA INTERNA DE RETORNO)	79
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	80
PERIODO DE RECUPERACIÓN	80
RELACIÓN BENEFICIO - COSTO.....	80
ESTADOS FINANCIEROS	80
CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	81
IMPACTOS DEL PROYECTO.....	82

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	84
ANTECEDENTES	84
OBJETIVOS	85
OBJETIVO GENERAL.....	85
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	85
VARIABLES DEL MERCADO	85
INDICADORES DEL MERCADO	85
MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO.....	87
MERCADO META	88
MECÁNICA OPERATIVA.....	88
DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN	88
DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	89

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN	90
INFORMACIÓN PRIMARIA	90
INFORMACIÓN SECUNDARIA	90
EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN	91
ANÁLISIS RESULTADOS DE ENCUESTA	91
¿EN QUÉ LUGAR UTILIZA INTERNET?	91
¿QUÉ TAN SATISFACTORIO ES EL SERVICIO DE INTERNET DONDE LO UTILIZA FRECUENTEMENTE?.....	92
¿CUÁLES SON LAS CAUSAS DE SU RESPUESTA EN LA PREGUNTA ANTERIOR?	93
CUÁNDO USTED UTILIZA INTERNET, ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS APRECIA MÁS DEL SERVICIO?.....	95
¿PARA QUÉ PROPÓSITO HA USADO INTERNET?	97
¿CON QUÉ FRECUENCIA A LA SEMANA UTILIZA INTERNET?.....	98
CUÁNDO UTILIZA INTERNET, ¿CUÁNTAS HORAS DEDICA A ESTE?.....	99
¿PIENSA USTED QUE ES IMPORTANTE EL INTERNET?	101
¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS HA UTILIZADO EN UN CIBERCAFÉ?	102
¿SABÍA UD. QUE UNA BIBLIOTECA VIRTUAL TIENE INFORMACIÓN SEGURA DE INVESTIGACIÓN?.....	104
¿CONSIDERA UD IMPORTANTE LA CREACIÓN DE UN CIBERCAFÉ DE MÁXIMA VELOCIDAD CON BIBLIOTECA VIRTUAL Y DIVERSOS SERVICIOS INFORMÁTICOS?.....	105
¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO UD. A PAGAR POR UN SERVICIO DE INTERNET DE MÁXIMA VELOCIDAD EN UN CIBERCAFÉ CON BIBLIOTECA VIRTUAL Y VARIADOS SERVICIOS INFORMÁTICOS?.....	107
ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA LOS DUEÑOS DE LOCALES DE SERVICIO DE INTERNET.	109

¿POR QUÉ OPTÓ POR OFRECER EL SERVICIO DE INTERNET A LA POBLACIÓN A TRAVÉS DE SU LOCAL DENOMINADO CIBERCAFÉ?.....	109
¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE PARA UD. EN SU NEGOCIO EL SERVICIO AL CLIENTE?.....	110
¿QUÉ SERVICIOS ADICIONALES OFRECE UD. EN SU NEGOCIO ADEMÁS DEL SERVICIO DE INTERNET?	110
¿ATIENDE UD. SU LOCAL DE CIBERCAFÉ O LO ATIENDE SUS EMPLEADOS? EN CASO DE HACERLO SUS EMPLEADOS, QUÉ CAPACITACIONES TIENE SUS EMPLEADOS PARA OFRECER LOS SERVICIOS DE SU CIBERCAFÉ?.....	111
¿QUÉ PIENSA UD ACERCA DE LA PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE INTERNET CON UNA BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA?	112
¿ES IMPORTANTE PARA USTED LA PROMOCIÓN DE SU CIBERCAFÉ EN LA CIUDAD?	113
¿CREE USTED QUE UNA BUENA PRESENTACIÓN DE SU CIBERCAFÉ A TRAVÉS DE UN PLAN DE ADMINISTRATIVO COMO DISEÑO DE LOGO, MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y UN BOCETO ORDENADO DE LA DISTRIBUCIÓN DE SU LOCAL ES FAVORABLE PARA LA IMAGEN DE SU NEGOCIO?	113
¿SU SOFTWARE ES ORIGINAL, O UTILIZA LA PIRATERÍA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA EN LA CUAL SUS CLIENTES NAVEGAN EN INTERNET?	114
¿SUS PROVEEDORES DE INTERNET SON CONFIABLES?.....	115
¿LOS PRECIOS QUE OFERTA AL PÚBLICO SON ACEPTADOS POR LA CLIENTELA? O, ¿EXISTE RESISTENCIA POR PARTE DE ESTOS?.....	115
¿EXISTIÓ ALGÚN INCONVENIENTE ECONÓMICO O LEGAL PARA IMPLEMENTAR SU LOCAL DE SERVICIO DE INTERNET?	116
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.....	117
DEMANDA	117

ANÁLISIS DE LA DEMANDA	117
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	120
PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL	121
OFERTA	126
ANÁLISIS DE LA OFERTA	126
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	126
BALANCE OFERTA - DEMANDA	130
CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO	137

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO	140
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	140
MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	140
MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	142
FACTORES PARA LA MACROLOCALIZACIÓN	144
FACTORES PARA LA MICROLOCALIZACIÓN	144
MATRIZ DE FACTORES	145
INGENIERIA DEL PROYECTO	146
INFRAESTRUCTURA FÍSICA	146
DISTRIBUCIÓN ADMINISTRATIVA	148
ÁREA ADMINISTRATIVA	148
AREA DE COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	148
AREA DE ZONA WIFI	148
FLUJOGRAMA DE PROCESOS	148
SIMBOLOGÍA A UTILIZARSE	149
FLUJOGRAMAS DEL SERVICIO	149
TAMAÑO DEL PROYECTO	152
INVERSIÓN	152
MERCADO	154
TECNOLOGÍA	155
ASPECTOS LEGALES	155

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO	160
--------------------------------	------------

PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN	160
INVERSIONES FIJAS	160
ADECUACIONES FÍSICAS	160
EQUIPO DE CÓMPUTO	161
MUEBLES Y ENSERES	162
EQUIPO DE OFICINA	163
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	164
CAPITAL DE TRABAJO NETO	164
RESUMEN DE LA INVERSIÓN	165
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN	166
PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	167
PRESUPUESTO DE GASTOS	170
GASTOS ADMINISTRATIVOS	170
GASTOS DE VENTA	174
GASTOS GENERALES	175
COSTOS FINANCIEROS	175
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	177
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL.....	178
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	179
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN FINANCIERA	180
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	181
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	181
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	183
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	185
PUNTO DE EQUILIBRIO	185
RELACIÓN COSTO-BENEFICIO.....	188
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	189
CAPÍTULO VI	
PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	192
RAZÓN SOCIAL	192
MISIÓN	193
VISIÓN.....	194

POLÍTICAS.....	194
OBJETIVOS.....	195
VALORES INSTITUCIONALES	195
ORGANIZACIÓN	197
ESTUDIO FUNCIONAL, PERFILES Y COMPETENCIAS	198
ESTRATEGIAS DE MARKETING	204
PRODUCTO.....	204
PRECIO	206
PLAZA	207
PROMOCIÓN - COMERCIALIZACIÓN.....	208
CAPÍTULO VII	
IMPACTOS DEL PROYECTO	212
IMPACTO SOCIAL	212
IMPACTO ECONÓMICO	213
IMPACTO AMBIENTAL.....	214
MATRIZ DE IMPACTOS	215
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	217
CONCLUSIONES.....	217
RECOMENDACIONES.....	218
FUENTE DE INFORMACIÓN	220
BIBLIOGRAFÍA.....	220
ANEXOS	224

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 PREGUNTA DE ENCUESTA 1.....	91
Ilustración 2 PREGUNTA DE ENCUESTA 2.....	92
Ilustración 3 PREGUNTA DE ENCUESTA 3.....	94
Ilustración 4 PREGUNTA DE ENCUESTA 4.....	96
Ilustración 5 PREGUNTA DE ENCUESTA 5.....	97
Ilustración 6 PREGUNTA DE ENCUESTA 6.....	98
Ilustración 7 PREGUNTA DE ENCUESTA 8.....	99
Ilustración 8 TABLA DE CONTINGENCIA ¿CON QUÉ FRECUENCIA A LA SEMANA UTILIZA INTERNET? * CUÁNDO UTILIZA INTERNET, ¿CUÁNTAS HORAS DEDICA A ESTE?.....	100
Ilustración 9 PREGUNTA DE ENCUESTA 8.....	101
Ilustración 10 PREGUNTA DE ENCUESTA 9.....	103
Ilustración 11 PREGUNTA DE ENCUESTA 10.....	105
Ilustración 12 PREGUNTA DE ENCUESTA 11.....	106
Ilustración 13 PREGUNTA DE ENCUESTA 12.....	107
Ilustración 14, TENDECIA DE LINEAL USO DE INTERNET.....	123
Ilustración 15: TENDENCIA DE OFERTA.....	127
Ilustración 16: PROYECCIÓN OFERTA DEMANDA	129
Ilustración 17: MACROLOCALIZACIÓN.....	142
Ilustración 18: MICROLOCALIZACIÓN	143
Ilustración 19: MICROLOCALIZACIÓN	143
Ilustración 20: PLANO PLANTA BAJA	147
Ilustración 21: PLANO PLANTA ALTA	147
Ilustración 22: SIMBOLOGÍA	149
Ilustración 23: LOGO DE LA INSTITUCIÓN.....	193
Ilustración 24: ORGANIGRAMA	198
Ilustración 25: PROMOCIÓN FACEBOOK	209
Ilustración 26: PROMOCIÓN GOOGLE ADS	209
Ilustración 27: PROMOCIÓN PRENSA ESCRITA	210
Ilustración 28: PROMOCIÓN PRESENTACIÓN	210
Ilustración 29: IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO	216

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	34
Tabla 2 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) - MIRA (PARROQUIA)	36
Tabla 3 ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN - MIRA (PARROQUIA)	37
Tabla 4 OCUPACIÓN POR CATEGORÍA - MIRA (PARROQUIA).....	38
Tabla 5 ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL JEFE DE HOGAR - MIRA (PARROQUIA)	39
Tabla 6 TENENCIA DE VIVIENDA POR HOGAR - MIRA (PARROQUIA).....	40

Tabla 7 NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA POBLACIÓN - MIRA (PARROQUIA)	41
Tabla 8 TASA DE ANALFABETISMO - MIRA (PARROQUIA)	42
Tabla 9 ESCOLARIDAD DEL JEFE DE HOGAR (ASISTENCIA) - MIRA (PARROQUIA)	43
Tabla 10 ESCOLARIDAD DEL JEFE DE HOGAR (NIVEL AL QUE ASISTE) - MIRA (PARROQUIA)	43
Tabla 11 ESCOLARIDAD SOBRE LOS 24 AÑOS - MIRA (PARROQUIA)	44
Tabla 12 DISPONIBILIDAD DE AGUA POTABLE - MIRA (PARROQUIA)	45
Tabla 13 ACCESO A ENERGÍA ELÉCTRICA - MIRA (PARROQUIA)	45
Tabla 14 ACCESO A SERVICIO TELEFÓNICO CONVENCIONAL (POR HOGAR) - MIRA (PARROQUIA)	46
Tabla 15 SERVICIO HIGIÉNICO O ESCUSADO QUE TIENE EL HOGAR - MIRA (PARROQUIA)	47
Tabla 16 INSTALACIÓN Y/O DUCHA PARA BAÑARSE (HOGARES) - MIRA (PARROQUIA)	47
Tabla 17 CUARTO EXCLUSIVO PARA COCINAR POR HOGAR - MIRA (PARROQUIA)	48
Tabla 18	48
Tabla 19 EQUIPAMIENTO DE TICS EN EL HOGAR - MIRA (PARROQUIA)	49
Tabla 20 USO DE INTERNET EN LA POBLACIÓN - MIRA (PARROQUIA)	50
Tabla 21 TIPO DE ACCESO A INTERNET - PARROQUIA (MIRA)	50
Tabla 22 MOTIVO DE USO DE INTERNET - MIRA (PARROQUIA)	51
Tabla 23 ESTABLECIMIENTO EDUCATIVOS - MIRA (PARROQUIA)	51
Tabla 24 ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS DE BIENES Y SERVICIOS - MIRA (CANTÓN)	52
Tabla 25 ESTABLECIMIENTOS ESTALES/PRIVADOS/SECCIONALES (EXCLUYE EST. EDUCATIVOS) - MIRA (PARROQUIA)	53
Tabla 26 TRANSPORTE - MIRA (PARROQUIA)	54
Tabla 27 ESTADO DE VIVIENDAS PARTICULARES - MIRA (PARROQUIA)	55
Tabla 28 MATRIZ DE RELACIÓN	87
Tabla 29 LOCALES DE SERV. DE INTERNET	88
Tabla 30 POBLACIÓN DE LA PARROQUIA MIRA	88
Tabla 31 PREGUNTA DE ENCUESTA 1	91
Tabla 32 PREGUNTA DE ENCUESTA 2	92
Tabla 33 PREGUNTA DE ENCUESTA 3	93
Tabla 34 PREGUNTA DE ENCUESTA 4	95
Tabla 35 PREGUNTA DE ENCUESTA 5	97
Tabla 36 PREGUNTA DE ENCUESTA 6	98
Tabla 37 PREGUNTA DE ENCUESTA 7	99
Tabla 38 TABLA DE CONTINGENCIA ¿CON QUÉ FRECUENCIA A LA SEMANA UTILIZA INTERNET? * CUÁNDO UTILIZA INTERNET, ¿CUÁNTAS HORAS DEDICA A ESTE?	100
Tabla 39 PREGUNTA DE ENCUESTA 8	101
Tabla 40 PREGUNTA DE ENCUESTA 9	102
Tabla 41 SERVICIOS A OFERTAR CENTRO DE INTERNET	104

Tabla 42 PREGUNTA DE ENCUESTA 10	104
Tabla 43 PREGUNTA DE ENCUESTA 11	105
Tabla 44 PREGUNTA DE ENCUESTA 12	107
Tabla 45 TABLA DE CONTINGENCIA PAGO DE SERVICIO.....	108
Tabla 46 PREGUNTA ENTREVISTA 2	109
Tabla 47 PREGUNTA ENTREVISTA 3	110
Tabla 48 PREGUNTA ENTREVISTA 4	110
Tabla 49 PREGUNTA ENTREVISTA 5	111
Tabla 50 PREGUNTA ENTREVISTA 6	112
Tabla 51 PREGUNTA ENTREVISTA 7	113
Tabla 52 PREGUNTA ENTREVISTA 8	113
Tabla 53 PREGUNTA ENTREVISTA 9	114
Tabla 54 PREGUNTA ENTREVISTA 10	115
Tabla 55 PREGUNTA ENTREVISTA 11	115
Tabla 56, PREGUNTA ENTREVISTA 12	116
Tabla 57 CRUCE DEMANDA POR SATISFACCIÓN	119
Tabla 58 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, CANTÓN MIRA.....	120
Tabla 59 PROYECCIÓN APLICANDO TASA A LA CIUDAD DE MIRA	121
Tabla 60 USO DE INTERNET EN PROVINCIAS	122
Tabla 61 USO DE INTERNET HISTÓRICO - CARCHI.....	122
Tabla 62 FUNCIÓN LINEAL USO INTERNET	122
Tabla 63, PROYECCIÓN LINEAL USO DE TICS A 5 AÑOS	124
Tabla 64, PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	124
Tabla 65, PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	125
Tabla 66, LUGARES DE SERV. DE INTERNET	126
Tabla 67 FUNCIÓN LINEAL CIBERCAFÉ	126
Tabla 68: PROYECCIÓN DE LA OFERTA CIBARCAFÉ.....	128
Tabla 69: FUNCIÓN LINEAL ZONA WIFI.....	128
Tabla 70: PROYECCIÓN DE LA OFERTA WIFI A 5 AÑOS.....	130
Tabla 71: CAPACIDAD DE COMPUTADORAS POR CIBERCAFÉ	130
Tabla 72: BALANCE OFERTA-DEMANDA	132
Tabla 73: TABLA DE POBLACIÓN ESTIMADA PARA EL PROYECTO.....	133
Tabla 74: TABLA DE CONTINGENCIA - LUGAR DE USO - FRECUENCIA DE USO- HORAS DE USO DE INTERNET	134
Tabla 75 FRECUENCIA POR LUGAR DE USO DE INTERNET	134
Tabla 76: FRECUENCIA DE USO POR HORAS Y LUGAR	135
Tabla 77: PROYECCIÓN DE PRECIOS.....	136
Tabla 78: TABLA CONTINGENTE – ACEPTACIÓN CREACIÓN DE CENTRO DE SERVICIO	136
Tabla 79 FACTORES DE MACROLOCALIZACIÓN	144
Tabla 80: FACTORES MICROLOCALIZACIÓN.....	145
Tabla 81 ADQUISICIÓN DEL SERVICIO	149
Tabla 82 FLUJOGRAMA SERVICIOS	151
Tabla 83 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	152
Tabla 84: ACTIVOS FIJOS.....	153

Tabla 85: RECURSO HUMANO	153
Tabla 86: TASAS DE INTERÉS	154
Tabla 87: INVERSIÓN PUESTA EN MARCHA	160
Tabla 88: EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	161
Tabla 89: MUEBLES Y ENSERES.....	162
Tabla 90: EQUIPO DE OFICINA.....	163
Tabla 91: INVERSIÓN.....	164
Tabla 92: CAPITAL DE TRABAJO.....	165
Tabla 93: INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	165
Tabla 94: CLASIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN	166
Tabla 95: PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 1	167
Tabla 96 PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 2	168
Tabla 97: PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 3	168
Tabla 98: PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 4	169
Tabla 99: PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 5	169
Tabla 100: SALARIOS HISTÓRICOS.....	170
Tabla 101: FUNCIÓN LINEAL	170
Tabla 102	171
Tabla 103: PROYECCIÓN LINEAL.....	172
Tabla 104: PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS	173
Tabla 105: PROYECCIÓN GASTO DEPRECIACIÓN.....	174
Tabla 106: GASTO DE VENTA.....	175
Tabla 107: GASTOS GENERALES	175
Tabla 108: COSTO FINANCIERO ANUAL	176
Tabla 109: CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD	180
Tabla 110: VALOR ACTUAL NETO.....	182
Tabla 111: VAN INFERIOR.....	183
Tabla 112: VAN SUPERIOR.....	183
Tabla 113: FLUJOS NETOS DE EFECTIVO	185
Tabla 114: COSTOS FIJOS.....	186
Tabla 115: COSTOS VARIABLES.....	187
Tabla 116: COSTO TOTAL	187
Tabla 117: VENTAS.....	187
Tabla 118: INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS.....	188
Tabla 119: RESUMEN FINANCIERO.....	190
Tabla 120: MATRIZ PRECIO CALIDAD.....	206
Tabla 121: MATRIZ DE NIVEL DE IMPACTO.....	212
Tabla 122: IMPACTO SOCIAL.....	212
Tabla 123: IMPACTO ECONÓMICO	213
Tabla 124: IMPACTO AMBIENTAL	214
Tabla 125: IMPACTO GENERAL	215

JUSTIFICACIÓN

La importancia de la realización de este proyecto radica en el beneficio que se generará de manera directa a estudiantes de los diferentes niveles de educación, a personas que se encuentren inmiscuidas en la investigación y público en general que utilice internet en la ciudad de Mira, proponiendo una innovadora oferta de servicios dentro de la ciudad, además es de mucha importancia por su estructura legal debido a la no existencia de una micro-empresa como esta en la ciudad.

El servicio que se ofrecerá a través de este Centro de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbrica va enfocado a entregar servicios de una gama de libros electrónicos de acceso gratuito que resuelvan inconvenientes de investigación en la red, además de ofrecer servicio de internet de alta velocidad que no se encuentra en la ciudad complementándolo con el servicio de cafetería en el local de internet.

Los beneficiarios directos del Centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual serán los usuarios que consumen internet en la ciudad ya que se logrará satisfacer las necesidades de un centro de este tipo con servicios de alta velocidad en navegación, tecnología de punta y un agradable ambiente para el usuario. También se beneficiará a la economía de la ciudad al contratar personal profesional y personas de nivel secundario cumpliendo con lo que establece la legislación laboral en el Ecuador.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de servicio internet y biblioteca virtual inalámbrica que permita optimizar el acceso a la información de la población y llevar a esta a nuevas tendencias de investigación informática en la ciudad de Mira, provincia del Carchi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio diagnóstico situacional con la finalidad de conocer el contexto en el que se encuentra la población de la parroquia de Mira, relacionado con el Tema de Proyecto.
- Determinar las bases teóricas científicas a través de una investigación de fuentes primarias y secundarias que sirvan de referente conceptual y técnico para el tema planteado
- Desarrollar un estudio de mercado acerca de los servicios de Tecnologías de Información y Comunicación, enfocado a la población alfabetizada que utiliza internet en la ciudad de Mira, provincia del Carchi.
- Efectuar un estudio técnico y la ingeniería del proyecto que avale la propuesta.
- Realizar un estudio económico financiero a través del análisis de mercado que permita determinar la inversión y rentabilidad que generará el proyecto.
- Establecer un esquema sobre la conformación organizacional del proyecto.
- Identificar los posibles impactos que generará el proyecto a nivel social, económico y ambiental.

METODOLOGÍA UTILIZADA

El presente trabajo es una investigación cualitativa, con rigor científico, se apoya en la investigación de bibliográfica para establecer datos diagnósticos y formar la estructura del marco teórico.

Los diversos métodos que se utilizaron en el presente trabajo de factibilidad fueron: El método inductivo, utilizado al realizar las conclusiones del informe final, como también en la ejecución del marco teórico del proyecto. El método deductivo que se utilizó en para la elaboración de los antecedentes. El método analítico utilizado en el proceso de formación de la evaluación AOOR en el estudio diagnóstico así como la estructuración de del marco teórico y la interpretación de los diferentes resultados arrojados en cuadros y gráficos estadísticos. El método de la síntesis que se utilizó para elaborar conclusiones del informe final y marco teórico.

Al desarrollar el estudio, este se apoyó en técnicas de investigación como la entrevista, aplicada a la población que utilizó internet en la ciudad de Mira, la entrevista aplicada a los dueños de locales de servicio de internet y afines y finalmente se aplica la técnica de la observación con el mercado meta.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO

El avance tecnológico siempre ha apuntado a la mejora continua, y actualmente ha encontrado en el tiempo su más valioso aliado. A diferencia de muchos siglos de eclipse religioso, el siglo XX se caracterizó como el siglo de la creación y desarrollo de la electrónica, el cual lleva a decir sin lugar a dudas que estamos en la época de las comunicaciones. A pesar de que estadísticamente en verdad ha sido solo un siglo de historia, la creación de muchos artefactos electrónicos como la radio y la televisión han venido a cambiar el estilo de vida del ser humano.

El Internet fruto del desarrollo científico tecnológico, considero personalmente el invento más importante después de lo que en sus épocas fue el telégrafo y la imprenta. Desde 1969 en donde se realiza el primer experimento de traspaso de datos por seguridad nacional entre tres Universidades de los Estados Unidos, hasta 40 años después donde al menos (según el Internet WorldStats en junio de 2012) 2400 millones de personas en el mundo utilizan internet, que a diferencia de los dos inventos antes enunciados, los intereses es de todos y de ninguno a la vez, porque el internet es libre de institucionalización, porque hasta la fecha de presentación de este estudio, a pesar de que algunas instituciones quieren más control sobre él, otros más base financiera para negociar sobre él y otros el puro interés de adquirir información, el internet tiene un tipo anarquía equilibrada que lo mantiene libre.

En el año de 1990 el Banco del Pacífico trajo al Ecuador por primera vez el servicio de Internet para uso interno. Simultáneamente se crea Ecuonet y en 1992 el Ecuador tiene al fin su propio servidor de Internet. A inicios del siglo XXI, y dentro del primer lustro, se instalaron en la ciudad de Mira, más conocida en el norte del país como el “Balcón de los Andes”, dos locales de servicio de internet,

a costos moderados y a velocidades no muy bajas, sin éxito cerraron sus negocios debido en esencia a la falta de cultura informática de la ciudadanía.

A finales del segundo lustro del 2000 se inicia a estandarizar al internet como herramienta de gran ayuda para la investigación y el desarrollo normal de nuevas técnicas de estudio para los investigadores, estudiantes, profesores y comunidad en general, de la ciudad de Mira, ciudad un par de años atrasada ya de diferentes ciudades del país.

El uso creciente de esta herramienta llamada internet gracias a los ya conocidos bajos costos que implica contratar el servicio, es muy atractivo para pequeñas inversiones de donde nace los locales de internet conocidos como cyber cafés a nivel mundial, centros donde se comercializan este servicio, y en la ciudad de Mira, resultan estrechos, incómodos y muy aglutinados para su tamaño. De aquí nace la importancia de la creación de un centro de Servicio de Internet en la ciudad antes mencionada, se desea aprovechar una oportunidad ofreciendo servicios adicionales a los ya comunes cyber cafés, como lo es la Biblioteca Virtual, que ayudaría a los consumidores del servicio a llevarse información mucho más segura que la normalmente adquirida de la internet, además de ofrecer diferentes servicios que tienen que ver con el entretenimiento y el servicios totalmente personalizados.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio diagnóstico situacional con la finalidad de conocer el contexto en el que se encuentra la población de la parroquia de Mira, relacionado con el Tema de Proyecto.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el nivel socioeconómico de la población de la Parroquia de Mira.

- Conocer el nivel educativo de la población de la Parroquia de Mira.
- Determinar el nivel de disponibilidad de Servicios Básicos en Parroquia de Mira.
- Investigar el nivel de conocimiento y manipulación de herramientas tecnológicas que tienen los ciudadanos de la Parroquia de Mira.
- Determinar la infraestructura de uso general de la Parroquia de Mira.

1.3. VARIABLES

- Nivel Socioeconómico
- Nivel Educativo
- Servicios Básicos
- Nivel Tecnológico
- Infraestructura

1.4. INDICADORES

- Nivel Socio-Económico
 - Población Económicamente Activa
 - Actividad Económica de la Población
 - Categoría de Trabajo de la Población
 - Actividad Económica del Jefe de Hogar
 - Tenencia de Vivienda por Hogar
- Nivel Educativo
 - Nivel de Instrucción de la Población
 - Analfabetismo en la Población
 - Escolaridad del Jefe de Hogar
 - Escolaridad sobre los 24 años
- Servicios Básicos
 - Disponibilidad de Agua Potable
 - Acceso a Energía Eléctrica
 - Acceso a Servicio Telefónico Convencional

- Servicio Higiénico o Escusado
- Instalaciones y/o ducha para Bañarse
- Cuarto Exclusivo Para Cocinar
- Nivel Tecnológico
 - Acceso a Servicio Telefónico Celular
 - Equipamiento de TICs en el hogar.
 - Uso de Internet en la Población
 - Tipo de acceso a Internet
 - Motivo de uso de Internet
- Infraestructura
 - Establecimientos Educativos
 - Establecimientos comerciales de bienes y servicios
 - Establecimientos Estatales / Seccionales Autónomos
 - Transporte
 - Estado de Viviendas

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE LA INVESTIGACION	TECNICAS DE RECOLECCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> Determinar el nivel socioeconómico de la población de la Parroquia de Mira. 	Nivel Socioeconómico	Población Económicamente Activa Actividad Económica de la Población Categoría de Trabajo de la Población Actividad Económica del Jefe de Hogar Tenencia de Vivienda por Hogar	Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria	Censo de Población y Vivienda 2010 Censo de Población y Vivienda 2010
<ul style="list-style-type: none"> Conocer el nivel educativo de la población de la Parroquia de Mira. 	Nivel Educativo	Nivel de Instrucción de la Población Analfabetismo en la Población Escolaridad del Jefe de Hogar Escolaridad sobre los 24 años	Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria	Censo de Población y Vivienda 2010 Censo de Población y Vivienda 2010
<ul style="list-style-type: none"> Determinar el nivel de disponibilidad de Servicios Básicos en la Parroquia de 	Servicios Básicos	Disponibilidad de Agua Potable Acceso a Energía Eléctrica Acceso a Servicio Telefónico Convencional	Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria	Censo de Población y Vivienda 2010 Censo de Población y Vivienda 2010 Censo de Población y Vivienda 2010

Mira.		Servicio Higiénico o Escusado Instalaciones y/o ducha para Bañarse Cuarto Exclusivo Para Cocinar	Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria	Censo de Población y Vivienda 2010 Censo de Población y Vivienda 2010 Censo de Población y Vivienda 2010
<ul style="list-style-type: none"> Investigar el nivel de conocimiento y manipulación de herramientas tecnológicas que tienen los ciudadanos de la parroquia de Mira. 	Nivel Tecnológico	Acceso a Servicio Telefónico Celular Equipamiento de TICs en el hogar. Regularidad de uso de Internet Tipo de acceso a Internet Motivo de uso de Internet	Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria	Censo de Población y Vivienda 2010 Censo de Población y Vivienda 2010
<ul style="list-style-type: none"> Determinar la infraestructura de uso general de la parroquia de Mira. 	Infraestructura	Establecimientos Educativos Establecimientos comerciales de bienes y servicios Establecimientos Estatales / Seccionales Autónomos Transporte Estado de Viviendas	Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria Fuente Secundaria	Mineduc, MDI, MSP, MIES, SNGR, MJDHC Censo Nacional Económico 2010 Mineduc, MDI, MSP, MIES, SNGR, MJDHC Observación Censo de Población y Vivienda 2010

Fuente: Estudio Diagnóstico del proyecto

Elaborado por: El Autor

1.6. MECANICA OPERATIVA

1.6.1. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Con el objeto de realizar el estudio Diagnóstico Situacional se acudió como fuente de información secundaria los datos del VII Censo de Población, VI Censo de Vivienda, Censo Nacional Económico 2010 y datos de la Página Web del Servicio Nacional de Información, a través de la Investigación Bibliográfica e Investigación Informática, se tomó también como fuente de información secundaria a la técnica de la Observación, de manera que la información complementaria sea de muy considerable ayuda para el estudio efectuado.

1.6.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- NIVEL SOCIOECONÓMICO
- POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Tabla 2: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
PEA Ocupada	2390,00	39,87%
PEA Desocupada	106,00	1,77%
PEI	2541,00	42,39%
Población < 10 años	957,00	15,97%
TOTAL	5994,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor

El 42% de la población global de la Parroquia de Mira, son personas Económicamente Activas (PEA) de las cuales el 5% de este grupo se declaran en estado de desocupados, lo que para el universo total de la población representa un 2% de estos.

Estos resultados nos dan a entender que 2496 personas según el Censo Nacional de Población y Vivienda 2010 esta en capacidad de trabajar, son mayores de 10 años y que han trabajado al menos una hora en el año.

○ **ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN**

Tabla 3: ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	962,00	39,56%
Industrias manufactureras	128,00	5,26%
Comercio al por mayor y menor	185,00	7,61%
Administración pública y defensa	174,00	7,15%
Enseñanza	197,00	8,10%
No declarado	314,00	12,91%
Otras Actividades	472,00	19,41%
TOTAL	2432,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Las estadísticas muestran que la principal actividad económica de la Parroquia de Mira es la Agricultura según el Censo Nacional de Población y Vivienda del 2010.

El comercio al por mayor y menor de productos junto con la industria manufacturera representan el 16% de las actividades que realizan los pobladores de la Parroquia de Mira. Analizando así, el 56% de la Población se dedica a la actividad de producción, compra y venta de bienes.

El sector de ofrecimiento de servicios abarca el 15% de las actividades económicas de la población, así el 8% se dedica a la enseñanza y el 7% restante brinda el servicio de administración pública y de defensa. Aproximadamente una quinta parte de la población realiza trabajos en varios ámbitos, el 13% restante de la población realizan trabajos varios sin especificar una actividad económica definida.

○ CATEGORÍA DE TRABAJO DE LA POBLACIÓN

Tabla 4: OCUPACIÓN POR CATEGORIA - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Empleado/a u obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Juntas Parroquiales	447,00	17,84%
Empleado/a u obrero/a privado	427,00	17,04%
Jornalero/a o peón	522,00	20,83%
Patrono/a	38,00	1,52%
Socio/a	35,00	1,40%
Cuenta propia	750,00	29,93%
Trabajador/a no remunerado	29,00	1,16%
Empleado/a doméstico/a	69,00	2,75%
Se ignora	115,00	4,59%
Está Disponible para Trabajar	74,00	2,95%
TOTAL	2506,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

El 30% de la Población trabaja por cuenta propia, lo cual en cierta parte se complementaría junto con el 21% de la población de ocupación de jornalero o peón, y así cumpliría la estadística, que dice que el 40% de la población con una actividad económica se dedica a la agricultura.

Aproximadamente una tercera parte de la población con Ocupación lo hace bajo dependencia, el 18% tiene una ocupación bajo dependencia del Estado, Municipal y Consejo Provincial y el 17% tiene una ocupación bajo la dependencia de empresa/empleador privada. Dentro de este grupo se podría añadir al grupo de empleados y empleadas domésticas que representan cerca del 3% de las ocupaciones de la población, que hacen un trabajo tipo servicio que los empleadores de este grupo tienen la obligación de remuneración con afiliación al Seguro Social.

Un porcentaje mínimo el 1.5% son socios accionarios de empresas y el otro 1.5% su ocupación es netamente patronal, lo que se puede relacionar con personas empleadoras en el sector privado y de trabajo por cuenta propia.

Los demás grupos que suman de un 9%, en donde un 5% ignora en lo que trabaja y no sabe definir su ocupación, un 1% es trabajador que no es remunerado pero obtiene beneficios de parte de una tercera persona que le da derecho a utilizar en general bienes. Existe un grupo pequeño que es el restante 3% de la población que está lista para trabajar en cualquier ámbito de ocupación.

○ **ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL JEFE DE HOGAR**

Tabla 5 ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL JEFE DE HOGAR - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	659	37,15%
Industrias manufactureras	78	4,40%
Construcción	56	3,16%
Comercio al por mayor y menor	72	4,06%
Transporte y almacenamiento	65	3,66%
Administración pública y defensa	93	5,24%
Enseñanza	92	5,19%
No declarado	123	6,93%
No tienen Actividad Económica	400	22,55%
Otras Actividades	136	7,67%
TOTAL	1774	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

En la parroquia existen 1774 jefes de hogar, de los cuáles la actividad económica principal de la mayoría de estos es la Agricultura y actividades afines representadas en un 37% del universo de la población de la parroquia con relación a lo que es jefes de hogar.

El 17% de los jefes de hogar tienen como actividad económica principal el sector de ofrecimiento de servicios, los más representantes es el servicio de Enseñanza (5%) y el servicio de Administración Pública (5%)

Algo que no pasa desapercibido es que cerca de una cuarta parte de los jefes de hogar declaran no tener una actividad económica, y un 7% tienen una actividad económica sin declarar cuál es.

Así 659 jefes de hogar de la parroquia se dedican económicamente a la agricultura como el 40% de la población total de la Parroquia.

○ **TENENCIA DE VIVIENDA POR HOGAR**

Tabla 6 TENENCIA DE VIVIENDA POR HOGAR - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Propia y Totalmente Pagado	1019	57,44%
Propia y Pagando	96	5,41%
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	147	8,29%
Prestado o Cedida (no pagada)	241	13,59%
Por Servicios	28	1,58%
Arrendada	240	13,53%
Anticresis	3	0,17%
TOTAL	1774	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Aproximadamente más del 70% de los hogares de la Parroquia de Mira tienen una vivienda propia, la mayoría de estos la tiene en totalmente en concepto (57%), un 5% la está pagando a través de los diferentes sistemas de créditos y un 8% recibió la vivienda mediante regalo, donación, herencia o por hecho de posesión.

El restante 30% (aproximadamente) de los hogares no tienen vivienda, del total de la población 14% arrienda, otro 14% vive en vivienda prestada o cedida, un 1.58% habita en una vivienda gracias a los servicios que el hogar ofrece en el bien inmueble y un 0.17% de hogares restantes recibió la vivienda por concepto de anticresis.

Los datos arrojan que 7 de cada 10 hogares tienen vivienda propia, se puede apreciar en relación con la variable de actividad económica, los jefes de hogar que no tienen definido su actividad económica o declaran no tener actividad económica su porcentaje es similar a los hogares que no tienen vivienda propia dentro de la parroquia.

El nivel de propiedad de vivienda de los hogares es muy positivo, significa que la inversión de los hogares de la parroquia apunta a la necesidad básica de tener vivienda uno de los tres ejes principales del bienestar de la población.

- **NIVEL EDUCATIVO**
- **NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA POBLACIÓN**

Tabla 7 NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA POBLACIÓN - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Población <5 años	428	7,14%
Ninguna	200	3,34%
Alfabetizado (EBA)	42	0,70%
Preescolar	41	0,68%
Primario	2300	38,37%
Secundario	1008	16,82%
Educación Básica	683	11,39%
Bachillerato - Educación Media	375	6,26%
Superior No Universitario	49	0,82%
Superior Universitario	777	12,96%
Postgrado	28	0,47%
Ignora	63	1,05%
TOTAL	5994	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

El 38% de la población tiene como instrucción más alta la primaria dentro del antiguo sistema educativo, el 17% de este universo tiene como instrucción educativa más alta a la que asistió dentro del antiguo sistema educativo al nivel secundario.

Otro 17% de la población está actualmente cursando la educación básica (11%) y educación media (6%) a lo que el nuevo sistema de educación ecuatoriana corresponde.

Un 14% de los ciudadanos de la parroquia han cursado o están cursando la educación superior (13%) y niveles de postgrado (1%).

3% de la población de Mira no tienen ningún nivel de instrucción. También existe 42 personas (0.70%) que actualmente están cursando centros de alfabetización para mayores de edad.

El 38% de la población ha cursado el nivel primario del antiguo sistema de educación como el más alto al que ha asistido, sin embargo esto no significa exclusivamente que la mayor parte de la población se haya estacionado en este nivel, esto se debe gracias a la transición del sistema educativo antiguo al nuevo paulatinamente. Es el mismo caso para la educación secundaria que muestra que lo cursaron un 17% de la población.

Al menos una sexta parte de los pobladores de la parroquia han cursado o cursan la educación superior, lo que muestra que la población no considera a la educación superior como una alternativa de conseguir establecer una actividad económica dentro de un campo de ocupación.

○ **ANALFABETISMO EN LA POBLACIÓN**

Tabla 8 TASA DE ANALFABETISMO - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% FREC.
Sabe Leer y Escribir	5194,00	93.32%
No Sabe Leer y Escribir	372,00	6,68%
TOTAL	5566,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

El 93.32% de la población de la parroquia de Mira sabe al menos leer y escribir, el restante 6.68% es analfabeta.

Se puede destacar que de cada 10 personas mayores de 5 años, 9 saben leer y escribir lo cuáles un porcentaje muy importante dentro de la población, que muestra un comportamiento a favor de la alfabetización y la educación.

○ **ESCOLARIDAD DEL JEFE DE HOGAR**

Tabla 9 ESCOLARIDAD DEL JEFE DE HOGAR (ASISTENCIA) - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Asiste a un Establecimiento de Enseñanza	97,00	5,47%
No Asiste a un Establecimiento de Enseñanza	1677,00	94,53%
Total	1774,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 10 ESCOLARIDAD DEL JEFE DE HOGAR (NIVEL AL QUE ASISTE) - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Centro de Alfabetización/(EBA)	9,00	9,28%
Primario	12,00	12,37%
Secundario	14,00	14,43%
Educación Básica	6,00	6,19%
Bachillerato - Educación Media	7,00	7,22%
Ciclo Post-bachillerato	3,00	3,09%
Superior	41,00	42,27%
Postgrado	5,00	5,15%
Total	97,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

De los 1774 jefes de hogar de la parroquia de Mira, el 5.47% de jefes asiste a algún establecimiento de enseñanza de los cuáles resalta que 41 de ellos (42% de los que asisten a un establecimiento de enseñanza) cursan un nivel de educación superior y 5 casos (5%) cursan educación superior de postgrado. 28% de los jefes de hogar cursan escuela (13%) y Colegio (15%). 9 jefes de hogar están actualmente recibiendo alfabetismo básico en diferentes unidades de educación, el 13% cursan educación básica (6%) y otros bachillerato (7%).

Apenas el 5% de los jefes de hogar de la parroquia cursan actualmente un nivel de educación, y entre este 5% existe un número importante (47%) de jóvenes jefes de hogar que cursan un nivel de educación superior y superior post grado. El

analfabetismo dentro de este grupo de jefes de hogar no es claro pero existen 9 casos que al menos están instruyéndose básicamente.

○ **ESCOLARIDAD SOBRE LOS 24 AÑOS**

Tabla 11 ESCOLARIDAD SOBRE LOS 24 AÑOS - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Centro de Alfabetización	18,00	6,64%
Primaria	35,00	12,92%
Secundaria	42,00	15,50%
Educación Básica	10,00	3,69%
Educación Media	13,00	4,80%
Ciclo Post Bachillerato	5,00	1,85%
Superior	137,00	50,55%
Post Grado	10,00	3,69%
Ignora	1,00	0,37%
TOTAL	271,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Existen 271 jóvenes mayores de 24 años de edad que actualmente están cursando o cursaron algún nivel de escolaridad, aproximadamente el 50% de estos cursan el nivel superior de educación. 4% de los jóvenes sobre los 24 años en cambio cursan o cursaron un nivel de educación post grado.

Cerca al 17% de los jóvenes mayores a 24 años cursaron o cursan el nivel primario (13%) y la educación básica (4%). Secundaria (15%) y Educación Media, 5% y cerca al 7% de los jóvenes sobre los 24 años se encuentran alfabetizándose o se alfabetizaron.

El 54% de los jóvenes sobre los 24 años de edad que cursaron o cursan actualmente algún nivel de educación, tienen una instrucción educativa superior y de post grado, lo que dice que al menos la mitad de los jóvenes han cumplido los niveles de educación dentro de las edades estimadas. Se interpreta también que la parroquia tiene potencialmente 137 profesionales para los próximos años.

- **SERVICIOS BÁSICOS**
- **DISPONIBILIDAD DE AGUA POTABLE**

Tabla 12 **DISPONIBILIDAD DE AGUA POTABLE - MIRA (PARROQUIA)**

	FRECUENCIA	% DE FREC.
De red pública	1396,00	79,68%
De Pozo	11,00	0,63%
De Río, Vertiente, Acequia o canal	330,00	18,84%
De carro Repartidor	1,00	0,06%
Otro (Agua lluvia/Albarrada)	14,00	0,80%
TOTAL	1752,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Aproximadamente el 80% de las viviendas de la Parroquia de Mira tienen acceso a la red pública de agua, lo que garantiza que el agua que posteriormente utilizarán para consumo humano, sea potable. Los habitantes de un 19% de viviendas adquieren el líquido vital en ríos, vertientes, acequias o canal de agua. 14 casos de los habitantes de las viviendas adquieren el líquido a través de otros métodos como por ejemplo recoger el agua de lluvia. 11 casos recogen agua desde un pozo, y existe solamente una vivienda en donde sus ocupantes lo consiguen de carro repartidor del líquido.

De cada 10 viviendas en la parroquia, 8 tienen disponible agua proveniente de red pública potable, 356 viviendas no tienen el servicio y utilizan otros métodos para conseguir el líquido vital, de los cuáles ninguno garantiza que sea apto para consumo humano.

- **ACCESO A ENERGÍA ELÉCTRICA**

Tabla 13 **ACCESO A ENERGÍA ELÉCTRICA - MIRA (PARROQUIA)**

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Red de Empresa Eléctrica - Servicio Público	1729,00	98,69%
Otro	1,00	0,06%
No Tiene	22,00	1,26%
TOTAL	1752,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

El 99% de las viviendas tienen el servicio de energía eléctrica, el restante 1% no tiene energía eléctrica de las cuáles 1 (0.06%) vivienda utiliza otro método para conseguir energía eléctrica.

La cobertura de servicio de energía eléctrica es prácticamente total, lo cual habla por sí mismo de la importancia que tiene para las políticas estatales de este servicio de necesidad básica. 22 casos aparecen como no tener ningún tipo de suministro de energía eléctrica, lo cual no significa exclusivamente que el servicio no llega a todas estas viviendas, también hay que considerar el estado de construcción, deterioro o habitabilidad de los bienes.

○ **ACCESO A SERVICIO TELEFÓNICO CONVENCIONAL**

Tabla 14 ACCESO A SERVICIO TELEFÓNICO CONVENCIONAL (POR HOGAR) - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Si Tienen Servicio Tel. Convencional	842,00	47,46%
No Tienen Servicio Tel. Convencional	932,00	52,54%
TOTAL	1774,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

47% de los hogares de la parroquia de Mira tienen acceso telefonía convencional o estática por parte de la Corporación Nacional de Telefonía. Es así que 842 hogares son potenciales clientes del Servicio de Internet ADSL y Wi-fi en la parroquia de Mira como una opción para complementar el equipamiento de TICs en el hogar. El restante 53% de la Población puede optar por contratar a empresas de telefonía móvil para obtener el servicio de telefonía fija que está implementando en el mercado nacional.

○ **SERVICIO HIGIÉNICO O ESCUSADO**

Tabla 15 SERVICIO HIGIÉNICO O ESCUSADO QUE TIENE EL HOGAR - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
De Uso Exclusivo	1558,00	87,82%
Compartido con varios Hogares	126,00	7,10%
No tiene	90,00	5,07%
TOTAL	1774,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

El 88% de los hogares tienen uso exclusivo de servicio higiénico, 5% no tienen servicio higiénico y el restante 7% lo comparten con otros hogares.

El 95% de los hogares tienen servicio higiénico, sea propio o compartido con otros hogares. Existen 90 (restante 5%) casos de hogares que no tienen un servicio adecuado de desechos y utilizan otras alternativas de deshacerse de sus necesidades básicas, lo cual sin un buen manejo son propensas a generar focos de infección de enfermedades.

○ **INSTALACIONES Y/O DUCHA PARA BAÑARSE**

Tabla 16 INSTALACIÓN Y/O DUCHA PARA BAÑARSE (HOGARES) - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
De Uso Exclusivo del Hogar	1414,00	79,71%
Compartido con Varios Hogares	109,00	6,14%
No Tiene	251,00	14,15%
TOTAL	1774,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

8 de cada 10 hogares tienen su propia instalación o ducha para bañarse, 6% del total de hogares que existen en la parroquia comparten la ducha y/o instalación para bañarse, el restante 14% no tiene un sistema de ducha o instalación para el aseo personal.

En relación con el indicador anterior, se demuestra que en gran mayoría los baños tradicionales conformados por escusado y ducha, son uso en la gran mayoría de hogares, esto también significa que dentro de las personas que tienen escusado y ducha no necesariamente forman un baño tradicional.

Si bien el 14% de los hogares no tienen ducha los resultados dan a interpretar que al menos de los 251 (14%) hogares de la parroquia que no tienen ducha, 161 hogares tienen al menos escusado, todos esto relacionado con los resultados del anterior indicador.

○ **CUARTO EXCLUSIVO PARA COCINAR**

Tabla 17 CUARTO EXCLUSIVO PARA COCINAR POR HOGAR - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Sí tiene Cuarto Exclusivo para Cocinar	1640,00	92,45%
No Tiene Cuarto Exclusivo para Cocinar	134,00	7,55%
TOTAL	1774,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

De 1774 hogares el 92% de ellos tienen cuarto exclusivo para cocinar, lo cual da a interpretar que 1640 hogares habitan en viviendas con más de 2 cuartos por hogar, lo que favorece en cierta medida el nivel de comodidad de la familia por vivienda.

● **NIVEL TECNOLÓGICO**

○ **ACCESO A SERVICIO TELEFÓNICO CELULAR**

Tabla 18

ACCESO A SERVICIO TELEFÓNICO CELULAR (POR HOGARES) - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Si Tienen Servicio Tel. Celular	1292,00	72,83%
No Tienen Servicio Tel. Celular	482,00	27,17%
TOTAL	1774,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

La cobertura de telefonía móvil en los hogares de la parroquia de Mira es aproximadamente del 73% del universo tomado en cuenta para este indicador.

La telefonía móvil es de gran utilidad para los hogares que no tienen acceso al servicio público de telefonía pública, en especial en las zona rural de la parroquia, los datos arrojan que $\frac{3}{4}$ del total de las familias tienen al menos un celular activado, lo que representa que cerca de 1292 de los hogares son potenciales clientes de internet como la mejor opción para complementar el equipamiento de TICs en el hogar.

EQUIPAMIENTO DE TICS EN EL HOGAR.

Tabla 19 EQUIPAMIENTO DE TICS EN EL HOGAR - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Dispone de Computadora/Celular/Internet	100,00	5,64%
Dispone solo de Computadora	13,00	0,73%
Dispone solo de Internet	3,00	0,17%
Dispone solo de Celular	856,00	48,25%
Dispone de Celular/Internet	8,00	0,45%
Dispone de Computadora/Celular	328,00	18,49%
No Dispone de Computadora/Celular/Internet	466,00	26,27%
TOTAL	1774,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Cerca del 6% de los hogares tienen TICs completos instalados, refiriéndose a Computadora, Celular e Internet. 26% de los hogares no tiene TICs instaladas en sus domicilios. El 48% de los hogares tienen solo celular, 8 hogares tienen celular y servicio de internet y 13 casos disponen solo de computadora. Apenas 3 casos en los que los hogares tienen solo el servicio de Internet.

111 hogares tienen internet en la parroquia, lo que equivale a más del 6% del total de hogares. Cabe recalcar que una cuarta parte de los hogares no tienen TICs instalados en sus domicilios y aproximadamente la mitad menos 2 puntos de los hogares tiene al menos un celular activado, los mismos que pueden ser potencialmente clientes de internet en sus equipos móviles.

Así, el 74% de los hogares de la parroquia de Mira, tiene al menos un instrumento de las tecnologías de información y comunicación en la cuál se interpreta que el 73% de hogares tienen celular y un poco menos de la mitad del total del universo de hogares están en la posibilidad de tener solo el servicio celular y que optan por este instrumento de TIC por encima de los demás. El internet cubre el 6% de preferencias dentro de las posibilidades de la economía de los hogares de la parroquia, las computadoras cubren el 25% dentro de las capacidades financieras de la parroquia para mantener TICs.

○ **USO DE INTERNET EN LA POBLACIÓN**

Tabla 20 USO DE INTERNET EN LA POBLACIÓN - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Sí ha usado Internet en los últimos 6 meses	1401	25,17%
No ha usado Internet en los Últimos 6 meses	3671	65,95%
Se Ignora	494	8,88%
TOTAL	5566	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Del total de la población de la parroquia de Mira, aproximadamente el 66% declara no haber utilizado internet bajo ningún concepto, 494 personas ignoran si utilizaron internet o no, y aproximadamente el 25% de la población dice que sí utilizaron internet en los últimos 6 meses según el censo nacional de 2010.

De los 5566 casos de la población Alfabetizada de la Parroquia de Mira, el 25.17% si ha utilizado internet y está consiente de haberlo utilizado lo que representa que 1401 casos son potenciales clientes del proyecto.

○ **TIPO DE ACCESO A INTERNET**

Tabla 21 TIPO DE ACCESO A INTERNET - PARROQUIA (MIRA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Hogar	174,00	12,42%
Trabajo	176,00	12,56%
Institución Educativa	350,00	24,98%

Centros de Acceso (locales de internet, parques, otras instituciones)	701,00	50,04%
TOTAL	1401,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Los pobladores que declararon haber utilizado internet en los últimos seis meses, el 50% de ellos se conectaron a la red mundial a por medio de centros de acceso como son los locales de internet, parques y otras instituciones que brinden el servicio cableado o inalámbrico. Un ¼ de población declara haberse conectado a través de instituciones educativas, el 12.56% restante se conecta a internet a través de sus sitios de trabajo y porcentaje de 12.42% declaran conectarse desde su propio hogar y/o domicilio.

350 personas se conectan a internet con más facilidad de acceso que el restante 75% de la población, así 1051 personas rectifican no tener el servicio de internet en sus hogares y/o trabajos. El 25% de los pobladores que acceden a internet tienen como puerta de acceso preferida a las instituciones académicas, esta tendencia se puede atribuir gracias al servicio gratuito que muchos de los centros de formación educativa brindan a sus estudiantes.

○ **MOTIVO DE USO DE INTERNET**

Tabla 22 **MOTIVO DE USO DE INTERNET - MIRA (PARROQUIA)**

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Usa para Obtener Información	1109,00	79,16%
Usa para Educación y Aprendizaje	292,00	20,84%
TOTAL	1401,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

● **INFRAESTRUCTURA**

○ **ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS**

Tabla 23 **ESTABLECIMIENTO EDUCATIVOS - MIRA (PARROQUIA)**

	FRECUENCIA	%DE FREC
FISCAL	18	90,00%
FISCOMISIONAL	1	5,00%

PARTICULAR	1	5,00%
TOTAL	20	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

18 Instituciones de formación educativa de 20 son fiscales, el restante 10% son 1 fisco-misional y 1 particular. Ninguna de estas instituciones es de educación superior. Se conforman por 2 Jardines de Infantes, 13 Escuelas y 3 Colegios

Existen según el antiguo sistema de educación, por cada 54 niños de 5 años un Jardín de Infantes. Por cada 51 niños de primaria de edades entre 6 a 11 años existe una escuela. De cada 285 adolescentes entre edades de 12 a 17 años existe una institución de educación secundaria. En el caso de las instituciones de educación primaria se debe considerar que una escuela es uni-docente y varias tienen máximo hasta 6 docentes según la demografía de la zona rural de la parroquia. El mayor conglomerado de alumnado se lo encuentra en la zona urbana con 3 instituciones de primaria que abarcan 575 estudiantes según el Sistema Nacional de Información 2011.

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE BIENES Y SERVICIOS

Tabla 24 ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS DE BIENES Y SERVICIOS - MIRA (CANTÓN)

	FRECUENCIA	% DE FREQ
Manufactura	11,00	5,98%
Comercio	101,00	54,89%
Alojamiento y Servicios de Comida	19,00	10,33%
Información y Comunicación	10,00	5,43%
Financieras y de Seguros	2,00	1,09%
Activ. Profesionales, Científicas y Técnicas	11,00	5,98%
Administración Pública y defensa (Seg. Soc.)	3,00	1,63%
Enseñanza	9,00	4,89%
Activ. De atención de salud y asistencia soc.	2,00	1,09%
Artes Entretenimiento y recreación	1,00	0,54%
Otras Actividades de Servicios	15,00	8,15%
TOTAL	184,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional Económico 2010

Elaborado por: Autor, 2013

El 55% de los establecimientos económicos se dedican a la actividad de comprar y venta de bienes, otro 6% se dedica al comercio pero de producción de bienes, en este caso producción manufacturera, el 39% restante se dedica al ofrecimiento de servicios de los cuales resalta el servicio de alojamiento y de alimentos. La información y comunicación tiene un porcentaje importante, existen de estos 10 locales que representan el 5% del total establecimientos económicos.

La compra y venta de bienes es el sector que domina a la economía de la parroquia, la alimentación y hospedaje son los que más se resaltan dentro de los establecimientos de ofrecimiento de servicios ocupando el 18% del total de establecimientos económicos. El sector de información y comunicación que es de interés del proyecto ocupa el quinto lugar de establecimientos en la parroquia con un porcentaje no representativo (5%), de estos locales se tiene que considerar que los servicios a ofrecer son telefonía e internet de los cuáles algunos poseen solo telefonía de servicio.

○ **ESTABLECIMIENTOS ESTATALES / SECCIONALES AUTÓNOMOS**

Tabla 25 ESTABLECIMIENTOS ESTATALES/PRIVADOS/SECCIONALES (EXCLUYE EST. EDUCATIVOS) - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Centros de Salud	5,00	27,78%
Infraestructura Deportiva	8,00	44,44%
Infraestructura de Comunicación 3G	1,00	5,56%
Entidad Pública	3,00	16,67%
Institución Seccional Autónoma	1,00	5,56%
TOTAL	18,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional Económico 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Existen 8 establecimientos estatales de los cuales 5 (28%) son centros de salud y 3 (17%) son entidades públicas como el MAGAP, CNT Y EMELNORTE. Existe una diversa infraestructura deportiva representada en 8 construcciones (44%). El

municipio de la parroquia es la entidad seccional autónoma (5.56%). Existe también una construcción dedicada a la comunicación 3G (5.56%).

Se determina que la mayor infraestructura de la parroquia es la deportiva que tiene como uno de los propósitos el sano entretenimiento de los pobladores. Le sigue la infraestructura de la salud, se determina que aproximadamente por cada 1200 pobladores existe un centro de salud. La atención por parte de las entidades públicas es equitativa según las necesidades de la población, el hecho de que una oficina de MAGAP se encuentre en la zona es razonable por el motivo de que la mayor actividad económica de la parroquia es la agricultura, por su parte las empresas estatales de servicio eléctrico y telefónico tienen razón de su presencia por ser parroquia con la cabecera cantonal. Igualmente la cobertura móvil tiene su presencia en la parroquia por ser punto estratégico de comunicación de frecuencia radial.

○ **TRANSPORTE**

Tabla 26 TRANSPORTE - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC
Trasporte Interprovincial	2,00	50,00%
Cooperativa de Taxis	1,00	25,00%
Cooperativa de Camionetas	1,00	25,00%
TOTAL	4,00	100,00%

Fuente: Observación

Elaborado por: Autor, 2013

El servicio de movilización en la parroquia lo comparten 4 empresas, el 50% son interprovinciales, 25% es una cooperativa de taxis y el otro 25% es una cooperativa de camionetas. Solo existen 4 empresas que ofrecen el servicio de transporte, al analizar el transporte interprovincial se tiene en cuenta que 1 empresa pertenece al cantón Mira y la otra ofrece el servicio por el cantón debido a que pertenece al cantón vecino de Espejo. También se toma en cuenta que son las dos únicas empresas de servicio de transporte interprovincial que ofrecen este servicio a los dos cantones. Las siguientes dos compañías ofrecen el servicio de transporte más personalizado y cumpliendo requerimientos más específicos de los

pobladores. La Compañía de Camionetas se centra más al servicio de transporte agrícola.

○ **ESTADO DE VIVIENDAS**

Tabla 27 ESTADO DE VIVIENDAS PARTICULARES - MIRA (PARROQUIA)

	FRECUENCIA	% DE FREC.
Viv. En Óptimo Estado	376,00	21,46%
Viv. En Muy Buen Estado	227,00	12,96%
Viv. En Buen Estado	211,00	12,04%
Viv. En Regular Estado	382,00	21,80%
Viv. En Mal Estado	220,00	12,56%
Viv. En Muy Mal Estado	77,00	4,39%
Viv. En Deficiente Estado	124,00	7,08%
Viv. En Pésimo Estado	135,00	7,71%
TOTAL	1752,00	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Autor, 2013

Las viviendas particulares de la parroquia de Mira se encuentran en un 21.80% en regular estado, le siguen el 21.46% de viviendas en óptimo estado para habitarlas, el 25% de las viviendas se encuentran en buen y muy buen estado, y un 12% de las construcciones se encuentran en mal estado.

Se determina que cerca del 47% de viviendas de la parroquia se encuentran o tienen un estado de construcción bueno, muy bueno y óptimo para habitarlas. La antítesis demuestra que el 24% de las construcciones habitables se encuentran en mal, muy mal y deficiente estado de construcción. La mayor cantidad de viviendas, 382 casos, se tienen un regular estado de construcción y existen 135 viviendas en pésimo estado de construcción que no se las considera hábiles para habitarlas.

1.7. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Riesgos, Oportunidades.

1.7.1. ALIADOS

- La mitad de la Población está Económicamente Activa de la parroquia de Mira
- Nueve de cada diez pobladores es alfabetizado.
- Noventa y nueve por ciento de los hogares tiene luz eléctrica, ochenta por ciento de las viviendas tiene agua potable, ochenta y siete por ciento de los hogares tienen escusado propio, ochenta por ciento de los hogares tiene bañera propia, noventa y dos por ciento de los hogares tiene cocina propia.
- Un cuarto de la población si ha usado internet en los últimos 6 meses según el Censo Poblacional 2010.

1.7.2. Oponentes

- La evolución vertiginosa de la tecnología hace que un centro que brinda servicios a través de la computación y el internet, se des actualice velozmente.
- El crecimiento poblacional de la parroquia en relación con resultados del Censo 2001 es muy bajo, los índices del censo poblacional 2010 muestran que apenas la parroquia creció poblacionalmente en los nueve últimos años en un 1.02%, dejando en promedio un 0.11% de crecimiento anual.
- El setenta y cinco por ciento de la población no ha utilizado internet.

1.7.3. Oportunidades

- Una tercera parte de la población de la parroquia de Mira tiene trabajo propio.
- La mitad de los hogares de la parroquia no tiene teléfono convencional
- Alrededor del trece por ciento de la población de la parroquia ingresa al internet a través de lugares de públicos como los centros de servicio de internet denominados como cibercafé
- Aproximadamente cerca del diecinueve por ciento de la población utiliza internet para adquirir información.
- Cerca del cinco por ciento de los ciento ochenta establecimientos comerciales son de información y comunicación.

1.7.4. RIESGOS

- La cuarta parte de los jefes de hogar no tienen actividad económica
- El cuarenta por ciento de la población tiene como instrucción educativa la primaria
- El setenta y tres por ciento de los hogares tienen al menos un celular activado en el hogar, lo que puede resultar clientes de internet en sus móviles.

1.8. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

De la información analizada de la población que es objetivo del proyecto, del análisis de los Aliados, Oponentes., Oportunidades y Riesgos, y por último de la observación directa, se puede determinar que el problema de diagnóstico es la ausencia de un Centro de Servicio de Internet en la ciudad de Mira, complementado con una Biblioteca virtual y servicios adicionales.

Según los resultados a partir de los estudios anteriores se puede plantear el proyecto de: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS DE INTERNET Y BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA EN LA CIUDAD DE MIRA, PROVINCIA DEL CARCHI”**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. INTERNET

2.1.1. DEFINICIÓN

Recopilando información por arte de GRADI, Carlos (2008, pág. 107) “EL INTERNET O CIBERESPACIO es el espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de los ordenadores y de sus recursos, comprende el conjunto de sistemas de comunicación electrónicos digitales”.

Gradin mediante su investigación determina que el Internet o como él lo llama, ciberespacio, es un espacio de conexiones a nivel mundial en donde indeterminado número de ordenadores y sus puertos de conexión forman un cuerpo de comunicaciones o red mundial, que nosotros la conocemos como internet. Este innumerable mundo de conexiones hace al internet la herramienta mediática más exitosa de todos los tiempos.

Desde el aspecto social, según ALBORNOZ T, Consuelo y otros autores (2008, pág.8) “INTERNET, puede ser visto no sólo como una herramienta que permite acortar distancias, sino a entenderle como un espacio social, en sí mismo, donde las relaciones se hacen presentes”

Los autores denotan el deseo de presentar a Internet no solo como una herramienta informática que relativiza los tiempos, sino también como un nuevo concepto de sociedad de participación, actualmente las denominadas redes sociales hacen que la comunicación inter-personal sea más óptima, mucho menos costosa con relación a las distancias, y tiene su nivel de interactividad.

El Internet básicamente es el enlace entre redes más pequeñas y permite ampliar su cobertura al hacerlas parte de una red global. Esta red global tiene la característica de que utiliza un lenguaje común que garantiza la intercomunicación

de los diferentes participantes; este lenguaje común o protocolo (un protocolo es el lenguaje que utilizan las computadoras al compartir recursos) se conoce como TCP/IP.

2.1.2. HISTORIA

Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres universidades en California y una en Utah, Estados Unidos.

Al cabo del tiempo, a esta red se fueron añadiendo otras empresas. Así se logró que creciera por todo el territorio de EE.UU. Hace unos 10 años se conectaron las instituciones públicas como las Universidades y también algunas personas desde sus hogares. Fue entonces cuando se empezó a extender Internet por los demás países del Mundo, abriendo un canal de comunicaciones entre Europa y EE.UU.

Internet crece a un ritmo vertiginoso. Constantemente se mejoran los canales de comunicación con el fin de aumentar la rapidez de envío y recepción de datos. Cada día que pasa se publican en la Red miles de documentos nuevos, y se conectan por primera vez miles de personas. Con relativa frecuencia aparecen nuevas posibilidades de uso de Internet, y constantemente se están inventando nuevos términos para poder entenderse en este nuevo mundo que no para de crecer.

EE.UU. es el país que más uso hace de Internet con diferencia. Es por esto que casi toda la información que vemos en Internet se encuentra en inglés.

Al 2010 se estima que se conectan a Internet 1000 millones de personas. Se estima que para el año 2015, se conectarán 2000 millones de personas. Internet crece exponencialmente, tanto en recursos como en usuarios, no como en sus primeros años pero no se puede de dejar de asombrar de su estrepitosa y aún elevado incremento.

2.1.3. CARACTERÍSTICAS

2.1.3.1. IEEE

El Instituto de Ingenieros Eléctricos y Electrónicos IEEE es una organización internacional sin fines de lucro, líder en el campo de la promoción de estándares internacionales, particularmente en el campo de las telecomunicaciones, la tecnología de información y la generación de energía. IEEE tiene en su haber 900 estándares activos y otros 400 en desarrollo.

Algunos de los productos del IEEE más conocidos son el grupo de estándares para redes LAN/MAN IEEE 802 que incluye el de Ethernet o comúnmente llamada como conexiones cableadas (IEEE 802.3) y el de redes inalámbricas (IEEE 802.11).

La idea original de Ethernet nació del problema de permitir que dos o más host utilizaran el mismo medio y evitar que las señales interfirieran entre sí. El problema de acceso por varios usuarios a un medio compartido se estudió a principios de los 70 en la Universidad de Hawai. Se desarrolló un sistema llamado Alohanet para permitir que varias estaciones de las Islas de Hawai tuvieran acceso estructurado a la banda de radiofrecuencia compartida en la atmósfera.

La primera LAN del mundo fue la versión original de Ethernet. Robert Metcalfe y sus compañeros de Xerox la diseñaron hace más de treinta años. El primer estándar de Ethernet fue publicado por un consorcio formado por Digital Equipment Company, Intel y Xerox (DIX). Metcalfe quería que Ethernet fuera un estándar compartido a partir del cual todos se podían beneficiar, de modo que se lanzó como estándar abierto. Los primeros productos que se desarrollaron utilizando el estándar de Ethernet se vendieron a principios de la década de 1980. Ethernet transmitía a una velocidad de hasta 10 Mbps en cable coaxial grueso a una distancia de hasta 2 kilómetros (Km). Este tipo de cable coaxial se conocía como “thicknet” (red con cable grueso) y tenía el ancho aproximado de un dedo pequeño.

El ancho de banda de 10 Mbps de Ethernet era más que suficiente para los lentos computadores personales (PC) de los años 80. A principios de los 90, los PC se volvieron mucho más rápidos, los tamaños de los archivos aumentaron y se producían cuellos de botella en el flujo de los datos. La mayoría a causa de una baja disponibilidad del ancho de banda. En 1995, el IEEE anunció un estándar para la Ethernet de 100 Mbps. Más tarde siguieron los estándares para Ethernet de un gigabit por segundo (Gbps, mil millones de bits por segundo) en 1998 y 1999.

2.1.4. ESTRUCTURA DE LA RED INTERNET

En los últimos años se han desarrollado grandes redes que unían ordenadores de empresas o de particulares. Estas redes, eran de tipo LAN o WAN. Internet es otra Red que está por encima de éstas y que las une a todas.

Tenemos como ejemplo los conocidos "Servicios On-Line" en EE.UU. Son redes de ordenadores a los que se podían conectar particulares con el fin de conseguir programas o contactar con otros usuarios por correo. A estas redes se subscribían los usuarios pagando una cuota. "America On-Line", "Compuserver" ó "The Microsoft Network" son algunas de estas redes. Con la llegada de Internet, los usuarios de estas redes disponen de más alcance puesto que se les permite contactar con ordenadores que están fuera de su Red, o sea en Internet.

La conocida "InfoVía" viene a ser uno de estos servicios en España. Su aparición, sin embargo, fue posterior a la de Internet. InfoVía da dos servicios que es importante diferenciar. Por un lado está InfoVía como red de ordenadores a nivel nacional, y por otro lado está el servicio de conexión entre ordenadores de proveedores y usuarios a través de InfoVía a precio de llamada local.

En resumen: Internet es una red de alcance mundial que une una gran cantidad de redes grandes de ordenadores. Esto afecta al usuario de Internet, puesto que le permite contactar con gente y ordenadores de todo el mundo desde su propia casa.

2.1.4.1. DIRECCIONES IP Y NOMBRES DE DOMINIO

VERCELLI, Ariel (2012 recuperado, pág. 107, 108) cita, (TCP) es la parte de Protocolo de Control de Transmisión (Transmission Control Protocol) y la segunda parte (IP) es el Protocolo de Internet, estos son un conjunto de reglas que gobiernan la forma en que viajan los datos de una máquina a otra a través de la red.

El autor cita a la normativa TCP/IP muy claramente, y dice que son reglas que dirigen la información a través de redes, desde las más pequeñas hasta la red mundial. Lo que significa en pocas palabras, que para navegar a través del ciberespacio se debe utilizar este lenguaje de conexiones, facilitando al internauta la accesibilidad a los diferentes nodos de información.

Cada ordenador que se conecta a Internet se identifica por medio de una dirección IPv4. Ésta se compone de 4 números comprendidos entre el 0 y el 255 ambos inclusive y separados por puntos. Así, por ejemplo, una dirección IP de ejemplo es: 155.210.13.45. Existen en la actualidad las direcciones IPv6 en donde se conforman por 6 números que obviamente dan posibilidad a mayor número de instrumentos electrónicos que se conecten a la red.

Un usuario de Internet, no necesita conocer ninguna de estas direcciones IP. Las manejan los ordenadores en sus comunicaciones por medio del Protocolo TCP/IP de manera invisible para el usuario. Sin embargo, necesitamos nombrar de alguna manera los ordenadores de Internet, para poder elegir a cual pedir información. Esto se logra por medio de los Nombres de Dominio.

Los nombres de dominio, son la traducción para las personas de las direcciones IP, las cuales son útiles sólo para los ordenadores. Así por ejemplo, yahoo.com es un nombre de dominio."

El número de palabras en el nombre de dominio no es fijo. Pueden ser dos, tres, cuatro, etc. Normalmente son sólo dos. La última palabra del nombre de dominio representa en EE.UU. qué tipo de organización posee el ordenador al que nos referimos:

- .com Empresas (Companies).
- .edu Instituciones de carácter Educativo, mayormente Universidades.
- .org Organizaciones no Gubernamentales.
- .gob Entidades del Gobierno.

En el resto de los países, que se unieron a Internet posteriormente, se ha establecido otra nomenclatura. La última palabra indica el país:

- es. España
- fr. Francia
- uk .Reino Unido (UnitedKingdom)
- it. Italia
- jp. Japó
- au. Australia
- ch. Suiza
- ir. Irlanda
- ar. Argentina

Por lo tanto, con sólo ver la última palabra del nombre de dominio, podemos averiguar dónde está localizado el ordenador al que nos referimos.

2.1.5. USO

Las posibilidades de uso que ofrece Internet se denominan servicios. Cada servicio es una manera de sacarle provecho a la Red independiente de las demás. Una persona podría especializarse en el manejo de sólo uno de estos servicios sin necesidad de saber nada de los otros. Sin embargo, es conveniente conocer todo lo que puede ofrecer Internet, para poder trabajar con lo que más interese.

Hoy en día, los servicios más usados en Internet son: Correo Electrónico, World Wide Web, Grupos de Noticias, Servicios de audio y video y sociedades virtuales.

El Correo Electrónico permite enviar cartas escritas con el ordenador a otras personas que tengan acceso a la Red. Las cartas quedan acumuladas en Internet

hasta el momento en que se piden. Es entonces cuando son enviadas al ordenador del destinatario para que pueda leerlas. El correo electrónico es casi instantáneo, a diferencia del correo normal, y además muy barato. Podemos cartearnos con cualquier persona del Mundo que disponga de conexión a Internet.

La World Wide Web, o “www” como se suele abreviar, se inventó a finales de los 80 en el CERN, el Laboratorio de Física de Partículas más importante del Mundo, este servicio almacena mediante servidores las páginas web de todo el planeta, cada página de internet se almacena en un ordenador sea propio o contratado.

Los Grupos de Noticias son el servicio más apropiado para entablar debate sobre temas técnicos. Se basa en el servicio de Correo Electrónico. Los mensajes que enviamos a los Grupos de Noticias se hacen públicos y cualquier persona puede enviarnos una contestación.

Los Servicios de audio video es un producto hijo de internet que se utiliza en los llamados video conferencias que se utilizan normalmente a nivel educativo, empresarial y personal para hablar con personas.

Las redes sociales es el boom actual del uso de internet, este nuevo concepto de sociedad ha cambiado

2.2. BIBLIOTECA VIRTUAL

2.2.1. DEFINICIÓN

ROMISZOWSKI, A.J. y MASON, R. (1996) LA BIBLIOTECA VIRTUAL lo interpreta como un Sistema innovador de educación, orientado a mejorar la comunicación, incentivar el aprendizaje interactivo y personalizado, el análisis crítico y enfatizar el trabajo individual y en equipo, a través de Internet.

Lo que quieren decir los autores acerca de la biblioteca virtual es que éste es un medio para que el estudiante pueda cursar asignaturas desde la Red, enviar preguntas concretas o participar en grupos de discusión, navegar a través de las páginas electrónicas y obtener bibliografía, material didáctico, simulaciones y

videos. Todo esto le proporciona, al estudiante, mayor riqueza de conocimientos y reduce la distancia geográfica.

La Biblioteca Virtual tiene criterios de prioridad nacional para la educación. Además de ser una novedad para las instituciones ofrece una oportunidad de incalculable valor para el proceso de enseñanza-aprendizaje dentro de la ciudad de Mira.

Es importante señalar que la biblioteca digital y la biblioteca electrónica son dos términos ampliamente utilizados y la mayoría de las veces, son empleados como sinónimos de Biblioteca Virtual. "Pero la biblioteca virtual, teóricamente, es el último nivel en el medio documental. Implica el acceso a un gran número de colecciones que constan de documentos digitales. Representan el modelo de biblioteca a través del cual se espera tener acceso universal a los documentos con la mayor rapidez y desde su escritorio o terminal de comunicaciones".

2.2.2. DESCRIPCIÓN DE UNA BIBLIOTECA VIRTUAL

Aprovechando las posibilidades comunicativas, sincrónicas y asincrónicas que ofrece internet, y en el marco que de las Redes ofrece la existencia de la Bibliotecas Virtuales para el mundo científico, se ha creado un sitio dentro de la Comunidad Virtual de Internet con la intención de ser un espacio para que todos los estudiantes y profesionales de la educación puedan compartir e intercambiar información a la vez que trabajar en proyectos comunes.

La Biblioteca convencional es un lugar donde existe una cantidad de textos, entre libros actualizados y desactualizados para la respectiva época, colocados en estantes donde el que investiga encontrará un mundo inerte y su universo intelectual queda rezagado a una parte mínima de lo que pretende alimentarlo.

Por ello la Biblioteca Virtual supone la evolución de una comunidad ya existente, la lista de distribución, ampliando sus canales y posibilidades comunicativas, añadiendo posibilidad de compartir documentación y recursos, de tele investigación, de trabajo colaborativo....es decir tiene vida.

La Biblioteca Virtual pretende servir de plataforma para potenciar el conocimiento y el uso de las nuevas tecnologías en el ámbito educativo mediante la distribución de materiales periódicos relacionados con la temática, proporcionar un canal de difusión de actividades, experiencias relacionadas y la puesta a disposición del colectivo de recursos educativos.

2.2.3. CARACTERÍSTICAS

Internet es un gran escaparate. Una de las mejores formas de que una biblioteca se dé a conocer es teniendo un sitio Web a través de las cuales se presente, informe sobre sí misma, se acerque a sus usuarios y, si es posible, ofrezca determinados servicios en línea. Se puede convertir, por lo tanto en una plataforma ideal para el marketing bibliotecario.

El hecho de que la edición de páginas HTML se haya simplificado de forma extrema y de que existan múltiples posibilidades para albergar información en servidores conectados a Internet permite que haya una gran cantidad de pequeñas y grandes bibliotecas que se asoman a Internet para dar testimonio de su actividad.

La forma en la que cada Biblioteca se asoma a Internet, varía mucho en función, no tanto de su capacidad técnica, como del tipo de Biblioteca de la que se trate y de su nivel de implicación en los servicios a distancia. Con pocos conocimientos y mucha voluntad y contacto con la comunidad de usuarios, se pueden ver resultados realmente interesantes.

Aquello que no se ve no existe. Ahora bien, precisamente porque Internet es en primer lugar un escaparate, nuestra presencia en la red va a ser observada por muchos. No es recomendable estar en la red por estar, hay que hacerlo bien. Y cualquier esfuerzo razonable por estar bien en la red va a tener efectos multiplicadores. Ante la duda de la utilidad de Internet, siempre es preferible ir en progresión: pequeños presupuestos, pequeños objetivos que se incrementan en función de resultados.

2.2.4. UTILIZACIÓN

Visto desde el usuario, una biblioteca virtual constituye una experiencia “como si” se tratara de una biblioteca, pero se accede a sus servicios a distancia, en general a través de la computadora eInternet.

Al usuario se le brinda la posibilidad de ingresar a la biblioteca virtual similar a un ingreso de una biblioteca habitual ofreciéndole acceso a un conjunto de recursos propios y de otras bibliotecas. El usuario recorre las secciones de la biblioteca virtual un poco como recorre la biblioteca de su barrio o institución, buscando los servicios que necesita: consulta el catálogo, accede a libros y revistas, busca información en la sección de referencia, dialoga con el personal de la biblioteca cuando no encuentra lo que busca.

Cuando se ingresa a una biblioteca virtual debemos ver claramente cuáles son los servicios que ofrece, y a qué público se dirigen. A la vista debe poder encontrarse un buscador para solicitar el tema y ver un listado de documentos, en lo posible en texto completo, listos para leer, archivar, imprimir. Además, debiera ser posible consultar directorios de enlaces de interés: otras bibliotecas virtuales, cursos y eventos sobre el tema buscado, directorio de investigadores sobre el tema y proyectos en curso, grupos de discusión, y una amplísima selección de enlaces a sitios de interés para diversos aspectos relacionados con el tema en cuestión. Y también esperamos que la biblioteca virtual nos brinde la posibilidad de contactarnos directamente con ellos vía correo electrónico o chat.

2.3. MICROEMPRESA

2.3.1. DEFINICIÓN

CAMPUSANO, Miguel A. (2012, secc. 441) Define a la “LA EMPRESA como una Entidad u Organización estructurada con recursos humanos, equipos y materiales que brinda bienes y servicios a la sociedad con fines de lucro”.

Campusano habla que una empresa es una entidad que ofrece servicios o bienes a favor de una comunidad, ciudadano o sociedad en general, con el propósito de generar rentabilidad a través del ofrecimiento de la acaparamiento de las necesidades de un sector que las necesita satisfacer.

PULLA C, Vinicio y otros autores (2012, pág. 22)Definen a las **MICROEMPRESAS** como empresas de pequeño tamaño, con pocos recursos y un número menor a 10 empleados o menos, generalmente el propietario reúne el mando de las diferentes áreas funcionales de la empresa.

Pulla y otros autores dan a expresar que las microempresas son empresas de muy pequeño tamaño que constituyen menos de una decena de empleados,y normalmente por su tamaño el gerente propietario toma riendas y cuentas de la producción de su pequeña empresa.

Las microempresas son de tipo familiar, pero constituidas como sociedades de personas, pues el dueño o un pequeño grupo de propietarios son los que aportan el capital necesario, que suele ser una pequeña inversión, para las operaciones normales de una microempresa.

En su gran mayoría están dedicadas a la actividad comercial de la misma forma hay empresas que se dedican a la transformación de sus productos y las comercializan dejando a un lado los intermediarios, en la que establecen relación más directa entre el consumidor y el productor.

Los dos autores citados concuerdan en que una microempresa es una unidad económica que puede estar constituida por personas naturales o jurídicas las mismas que aportan su capital para que desarrolle sus actividades normalmente y que en la mayoría de casos se dedican al comercio, producción y comercialización de bienes o servicios.

Realizando una comparación entre las dos definiciones y para mejor comprensión se ha sacado el siguiente aporte personal:

Una microempresa es una sociedad jurídica conformada por personas organizadas, que mediante la explotación de sus recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos satisfacen una necesidad colectiva.

2.3.2. CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

Las microempresas en su gran mayoría, están dedicadas a la actividad comercial. Éste es el hecho más notorio. Aquellas microempresas que se dedican a la transformación de sus productos y los comercializan ellas mismas, dejan de lado a los intermediarios y, al realizar sus ventas al detalle, establecen una relación más directa entre consumidor y productor.

Como característica general de las microempresas podemos señalar que carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un “hombre-orquesta” y eventualmente recurre a la asesoría externa y en el mejor de los casos al manejo contable y financiero y en especial sobre aspectos legales de personal, finanzas y tributarios.

Sin lugar a dudas, la gran atención que el dueño tiene por su microempresa, hace de la administración general, un punto relevante, caracterizado como un administrador independiente, ya que es él mismo quien opera y dirige todas las acciones, para lo cual ha adquirido una habilidad especial. La razón de eso es que le resulta muy difícil contar con empleados competentes o recursos técnicos que apoyen su desarrollo. Esto hace suponer que entre microempresas, todas son fuertes en su campo de operación, pero siempre estarán en desventaja frente a la gran empresa.

La microempresa, en función de la orientación que le dé su dueño, determina si cumple o no satisfactoriamente su responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesita, para lo cual se concentra en incrementar la participación de su producto en el mercado, pero sin salirse del mercado local que conoce y maneja, creando a veces sucursales y tratando de mejorar sus productos, pero, en la mayoría de casos sin los estudios necesarios.

2.3.3. CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

Según el Ministerio de Producción Empleo y Competitividad una microempresa se puede dedicar a las siguientes actividades económicas.

2.3.3.1. PRODUCCIÓN

Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad del MICIP se regula en base a la Ley de Fomento Artesanal. Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.

2.3.3.2. COMERCIO

Son las que tiene como actividad la compra-venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.

2.3.3.3. SERVICIOS

La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

2.3.4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA MICROEMPRESA

Para planificar es necesario el conocimiento de la historia de la empresa, del análisis situacional del entorno y del medio interno, para con estos elementos formular el plan estratégico que se compone de misión, objetivos, estrategias y estructura; el plan operativo con programas, presupuestos, procedimientos y, finalmente la evaluación y control con áreas claves, indicadores, estándares y

evaluación; estas fases se fortalecen con un proceso permanente de retroalimentación.

2.3.5. DESARROLLO ORGANIZACIONAL

El Desarrollo Organizacional es una respuesta al cambio, una compleja estrategia educativa cuya finalidad es cambiar las creencias, actitudes, valores y estructuras de las organizaciones, en tal forma que éstas puedan adaptarse mejor a nuevas tecnologías, mercados y retos, así como al ritmo vertiginoso del cambio mismo.

En principio, el desarrollo organizacional es todo cambio planeado, es un proceso de modificaciones culturales y estructurales permanentemente aplicadas a una organización, puesto que la administración funciona en un ambiente altamente dinámico y sujeto a transformaciones acentuadas.

Toda organización interactúa con el medio ambiente, por lo que el desarrollo organizacional percibe con claridad lo que está ocurriendo en los ambientes interno y externo, analiza y decide lo que debe cambiarse y como intervenir para introducir el cambio, haciendo de la organización más eficaz, adaptable perfectamente a los cambios y conciliando las necesidades humanas fundamentales con los objetivos y metas de la organización

2.4. SERVICIO

2.4.1. DEFINICIÓN

Según *GONZÁLEZ MUÑIZ, Rafael (2010)* “**PRODUCTO** se interpreta como un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades”.

Para González el producto, este sea un bien o un servicio, se produce con el objeto de satisfacer una necesidad, que en conjunto con sus características visibles y sus características subjetivas (beneficios) hace que el consumidor lo acepte y absorba.

Para una mejor comprensión sobre un producto se puede decir que la diferencia está marcada principalmente por la visibilidad física o no del producto. Los productos de consumo, industriales... se pueden ver y tocar. Los servicios financieros, turísticos, de entretenimiento, no. Las diferentes teorías que se aplican al producto son perfectamente utilizables en el servicio, por lo tanto utilizar la palabra servicio o producto es factible.

2.4.2. DIFERENCIA ENTRE BIENES Y SERVICIOS

BIENES: Son mercancías u objetos y pueden clasificarse de varias maneras. Vamos a enumerar algunas de las posibles clasificaciones de los bienes (la mayoría de los autores normalmente mencionarán muchas otras).

SERVICIOS: Un servicio es la realización de una actividad por parte de un prestador (de servicios). A diferencia de un bien, los servicios son intangibles.

2.4.3. CLASES DE SERVICIOS DE CONSUMO

Se distinguen dos clases de servicios

- Aquellos que son el objeto o propósito básico de la transacción.
- Aquellos que apoyan o facilitan la venta de un bien o transacción.

2.5. CIBERCAFÉ

2.5.1. DEFINICIÓN

Según ALBORNOZ T, Consuelo y otros autores (2008, pág.10) “CIBERCAFÉ, o Ciber cafés son emprendimientos comerciales en donde los usuarios pueden tener acceso a Internet por medio de un pago equivalente por lo general, a una fracción de tiempo. Esta actividad lo realizan con fines de lucro”

El autor da a interpretar que un cibercafé es un negocio con fines de lucro que utilizan la medición del tiempo como base para generar ingresos a través de sus activos de equipos de computación menos sus costos de venta.

Los cibercafés han contribuido de forma considerable a la masificación de Internet, especialmente en los quintiles de más bajo poder adquisitivo, en las que los individuos no pueden soportar el costo de un computador y/o del acceso a Internet en sus hogares.

2.5.2. HISTORIA

Los primeros cibercafés fueron abiertos en Londres (Inglaterra) en 1994. El primer café fue el Café Cyberia, que abrió sus puertas en septiembre de 1994. Su fundadora, Eva Pascoe, dice que la idea se le vino a la cabeza a principios de los años 1990, cuando pasaba mucho tiempo lejos de su familia trabajando en su tesis doctoral. *“En esos tiempos, era de las pocas personas que tenía acceso a una cuenta de correo electrónico, servicio puramente académico por aquellos días; pero al no tener nadie más en su familia una dirección de correo electrónico, debía gastar cantidades considerables de dinero en cuentas telefónicas”*.

Los cibercafés en el Ecuador tuvieron su primer “boom” en el año 2000 al 2004 registrando 1180 cibercafés, una alternativa muy interesante para la crisis del que cruzaba el país en 1999, el factor más importante de este masivo crecimiento es la muy aglomerada migración de los ciudadanos a diferentes partes del mundo como preferencia España, Estados Unidos e Italia.

La realidad de la ciudad de Mira es muy distinta al contexto nacional, el llamado “boom” de cibercafés en la ciudad lo inician en el año 2008, con esto demuestra que la ciudad no tenía cultura informática puesto que el factor migración no era tan fuerte como en otros sectores de la nación. Tampoco se quiere relacionar el crecimiento de centros de servicio de internet con el crecimiento de migración de la población, sino que al contrario, se desea señalar a la migración como uno de los tantos factores que incidieron en este fenómeno de apuntalamiento de cibercafés.

2.5.3. CARACTERÍSTICAS

2.5.4. CLASIFICACIÓN DEL CIBERCAFÉ

Según el local y la clientela que lleva asociada, pueden distinguirse varios tipos de cibercafés. Cada uno de ellos requiere un equipo informático diferente, así como distinto nivel de mantenimiento y conocimientos para poder gestionarlo.

2.5.4.1. ENFOCADO HACIA EL JUEGO

Este tipo de cyber-sala se caracteriza por una clientela joven que acude para jugar en red con otros jugadores (normalmente conocidos o amigos) o bien solos (jugar con la computadora). Requieren ordenadores potentes, debido a las exigencias de los juegos modernos, y una mayor renovación de equipos, ya que constantemente salen al mercado nuevos juegos que necesitan mayor potencia o calidad gráfica. Permiten una innovación constante en las tecnologías.

2.5.4.2. ENFOCADO HACIA EL USO DE INTERNET

Disponen de ordenadores para poder navegar por Internet en un ambiente generalmente tranquilo y relajado.

Los equipos no tienen que ser tan potentes como en el caso anterior, pero deben configurarse adecuadamente para impedir un mal uso de éstos, como instalación de programas que puedan causar daños al equipo.

Este tipo de ciber-sala es el que está sustituyendo a los salones recreativos, donde se reúnen los jóvenes, que suele ser el público que mayor desgaste hace en el material informático.

2.5.4.3. CLIENTES

Hoy día, los mayores usuarios de los cibercafés son los jóvenes que suelen reunirse en ellos para acceder a videojuegos en red. También son frecuentados por gente que tiene controlado el acceso a Internet en su trabajo 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 barata.

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.

2.5.4.4. CAFÉ EN LOS CIBERCAFÉS

Aunque en muchos países el concepto de café propiamente dicho no es la constante, todavía hay muchos de estos negocios que permiten la venta y consumo de comida y bebida, incluido el café. Tal vez el nombre de café viene asociado a los antiguos cafés, donde la gente se reunía para intercambiar opiniones con sus amigos y conocidos, y como tal es sólo una evolución natural favorecida por la tecnología. Muchos cibercafés se llaman así aunque no vendan ningún alimento ni tampoco ninguna bebida.

2.6. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Para *HERNÁNDEZ, Ana (2009, pág. 4)* **“EL PROYECTO DE FACTIBILIDAD** comprende la inversión económica, la proyección de los ingresos - gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el período de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles y dentro de las condiciones financieras existentes”.

Hernández se refiere al estudio de factibilidad como un estudio que busca exclusivamente el resultado financiero y su éxito en el tiempo que se espera que la inversión se proyecte. El estudio de factibilidad financiero o de inversión busca saber si un ambiente es favorable o no para un plan de inversión a largo plazo, este busca calcular mediante algunos factores y calcular a futuro su éxito.

2.6.1. ESTUDIO DIAGNÓSTICO

Para *REYES, Rafaela (2010 pág. 55)* **EL ESTUDIO DIAGNÓSTICO** de la metodología para el trabajo ofrece un conjunto de informaciones dirigidas a visualizar el desenvolvimiento de todas las relaciones sociales, económicas de la comunidad o institución para proponer las alternativas que permitan la transformación sociocultural.

Entonces según el autor sobre el estudio diagnóstico dice que el estudio diagnóstico es el conocimiento anticipado de la realidad de una ciudad, en el caso de este proyecto de inversión, y adquirir una información global y actualizada del contexto en donde se realizará la inversión

Para conseguir esta información se deberá proceder a la adquisición bibliográfica de la ciudad o comunidad donde se realizará la inversión económica.

2.6.2. MARCO TEÓRICO

CALDERÓN, Lilia cita a BERNAL 2005 pág. 127 (2011, diap. 5) **“EL MARCO TEÓRICO** es una presentación de las principales escuelas, enfoques o teorías existentes sobre el tema objeto de estudio, en que se muestra el nivel de

conocimiento en dicho campo, los principales debates, resultados, instrumentos utilizados y demás aspectos pertinentes y relevantes.”

Para Bernal, el marco teórico lo identifica como un conjunto de documentos en los cuáles se expresan diversidades de ideas formadas y organizadas que detallan un tema de investigación de una manera relevante e importante para la contribución de la antes nombrada investigación de un tema.

2.6.3. ESTUDIO DE MERCADO

Para SANTOS SANTOS, Tania (2008, pág. 6),” EL ESTUDIO DE MERCADO es el análisis de la oferta y demanda y/o de los precios del proyecto. Además de Muchos costos de operación que pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial”.

Para Santos el estudio de mercado lo quiere denotar como un estudio que va más lejos de lo que normalmente estudia esta investigación de mercado, y propone un análisis proyectivo de estrategias internas y políticas con el fin de simular un ambiente a futuro con objeto de estrategia comercial de la institución”.

2.6.4. ESTUDIO TÉCNICO

SANTOS SANTOS, Tania (2008, pág. 7-8),”EL ESTUDIO TÉCNICO consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas.

El objeto es claro del estudio técnico, estees de verificar las condiciones que necesita y que resulten favorables para la puesta en marcha de la entidad como la ubicación, el espacio, la inversión en activos y el recurso humano que solicite, Santos habla concisamente de que este estudio técnico debe ser analizado posteriormente relacionando la inversión, ingresos, costos y gastos en el flujo de efectivo que se realiza en el estudio económico-financiero.

ESTUDIO ECONÓMICO

SANTOS SANTOS, Tania (2010, pág 11), “EL ESTUDIO ECONÓMICO-financiero de un proyecto, hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio”.

La autora del texto cita su punto de vista de los que es el estudio económico de un proyecto financiero, en donde, siempre el dueño de una inversión debe verificar qué ambiente es el que le espera ese proyecto lucrativo a través de algunas herramientas de análisis financiero.

Al existir varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean, este estudio es la herramienta más oportuna para los inversores.

2.6.4.1. V.A.N. (Valor Actual Neto)

VANTIR (2009, www.vantir.com) afirma que, “EL VALOR ACTUAL NETO de una inversión o proyecto de inversión es una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto es, mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo”

La página y sus desarrolladores afirman que el VAN es una herramienta de evaluación financiera que mide la rentabilidad de la empresa a través de los rendimientos financieros o flujos de efectivo menos la inversión efectuada para iniciar el proyecto.

El Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida.

Un VAN igual a cero, querrá decir que el proyecto genera los suficientes flujos de efectivo como para cubrir: los intereses de la financiación externa, los rendimientos esperados de la financiación propia y devolver el desembolso inicial de la inversión con la que el proyecto desee iniciar.

Entonces, un VAN positivo implica que el proyecto de inversión produce un rendimiento superior al mínimo requerido y ese exceso irá a parar al inversor de la empresa, el cuál verá el crecimiento del capital exactamente en dicha cantidad. Es esta relación directa entre la riqueza del o los accionistas y los resultados del VAN, este criterio es tan importante a la hora de valorar un proyecto de inversión.

2.6.4.2. T.I.R. (Tasa Interna de Retorno)

VANTIR (2009, www.vantir.com) afirma que, “la **TASA INTERNA DE RETORNO** o, el tipo interno de rendimiento, mide la rentabilidad relativa media bruta por período del proyecto de inversión sobre el capital que permanece invertido a principios de cada período; incluye la retribución a los recursos financieros del capital invertido, por lo que es bruta, y además, se refiere al capital que a principio de cada año permanece inmovilizado en el proyecto y no al capital que se inmoviliza inicialmente.

En pocas palabras, los desarrolladores de la página web indican que, la tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. El TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

El TIR es la alternativa más utilizada después del VAN. Como se verá la tasa interna de rendimiento (TIR) tiene una relación íntima con el VAN. Esta técnica trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la inversión.

La TIR, sin dejar de reconocer su efectividad en la mayoría de los casos, presenta a menudo graves problemas que, si no se reconocen a tiempo, podrían inducir a

una decisión errada, sobre todo para la decisión que se deriva de proyectos mutuamente excluyentes.

2.6.4.3. TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

La tasa de descuento es el costo de oportunidad del capital. Actualmente en un planeta extremadamente consumista se parte del principio de la escasez de los recursos, por tanto resulta mucho más comprensible establecer como tasa de descuento el costo de oportunidad del capital, entendiéndose por éste, el de la mejor rentabilidad a la que se renuncia en una inversión de riesgo por colocar los recursos en el proyecto.

2.6.4.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN

El período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto.

2.6.4.5. RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-costos se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa. Si es mayor, igual o menor a 1.

2.6.4.6. ESTADOS FINANCIEROS

La IASB (2010, pág, A41) expresa que LOS ESTADOS FINANCIEROS son el reflejo de los efectos financieros de las transacciones y otros sucesos, agrupándolos en grandes categorías, de acuerdo con sus características económicas.

La IASB quién promulga las normativas de interpretación contable a través del marco conceptual contable, nos aclara que los estados financieros son el resultado

de las diferentes actividades que tiene una institución que maneje contabilidad, estos efectos financieros se los agrupa en diferentes categorías.

Este concepto nos quiere expresar que la realidad económica de una institución y esta se refleja en la formación de los estados financieros, las categorías de las actividades financieras se las puede definir como activos, pasivos y patrimonio estos reflejan la situación financiera de una entidad, en cambio los ingresos y gastos reflejan el rendimiento económico de la organización.

- El Estado de Situación Financiera reflejará la situación económica de la empresa.
- El Estado de Resultados mostrará el rendimiento financiero de la entidad, mostrando sus pérdidas o ganancias.
- El Estado de Flujo de Efectivo, reconocerá el verdadero flujo de efectivo u equivalentes que está recibiendo la empresa.

2.6.4.6.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

Comprensibilidad: La información proporcionada en los estados financieros debe presentarse de modo que sea comprensible para los usuarios que tienen un conocimiento razonable de las actividades económicas, sin embargo la necesidad de comprensibilidad no permite omitir información relevante.

Relevancia: La información proporcionada en los estados financieros debe ser relevante para la toma de decisiones de los usuarios, la información tiene la calidad de relevante cuando puede ejercer influencia sobre las decisiones económicas.

Materialidad o Importancia Relativa: La información es material si su omisión o su presentación errónea pueden influir en las decisiones económicas que los usuarios tomen a partir de los estados financieros.

Esencia sobre la forma: Las transacciones y demás sucesos deben contabilizarse y presentarse de acuerdo con su esencia y no solamente considerando la forma legal.

Prudencia: Las incertidumbres que rodean el desenvolvimiento de la información se reconocen mediante la revelación de información acerca de su naturaleza y extensión, así como el ejercicio de la prudencia en la preparación de los estados financieros, siendo ésta la inclusión de cierto grado de precaución al realizar los juicios necesarios para efectuar las estimaciones requeridas bajo situaciones de incertidumbre.

Integridad: Para ser fiable, la información en los estados financieros debe ser completa dentro de los límites de la materialidad y el costo, una omisión puede causar que la información sea equívoca y por lo tanto no fiable.

Devengo: Las partidas se reconocerán como activos, pasivos, patrimonio, ingresos o gastos cuando satisfagan las definiciones y los criterios de reconocimiento de esas partidas.

Negocio en marcha: Al preparar los estados financieros, la gerencia de una entidad evaluará la capacidad que tiene la empresa para continuar en funcionamiento, una entidad es un negocio en marcha, salvo que la administración tenga previsto cesar sus operaciones.

2.6.5. IMPACTOS DEL PROYECTO

MUÑOZ SARAVIA, Antonio, (2007, pág. 22) cita, “El impacto se define como un resultado de los efectos de un proyecto”

El mismo MUÑOZ SARAVIA, Antonio, (2007, pág. 22) cita en su texto “Efecto es todo comportamiento o acontecimiento del que puede razonablemente decirse que ha sido influido por algún aspecto del programa o proyecto”.

El autor presenta a los impactos como un efecto posterior a la aplicación de un proyecto o programa, en el caso del Centro de Servicios de Internet, se debe estimar los posibles impactos que traería el centro en los ámbitos sociales, económicos y ambientales.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANTECEDENTES

Mira es una ciudad que no se encuentra exenta del avance tecnológico, las estadísticas indican que al menos tres cuartas partes de los hogares tienen un celular activado, lo cual no se aleja del fenómeno mundial de promulgación y consumo de tecnología. El internet se convierte en el arma más eficiente de estudiantes, investigadores, profesores y personas en general, la adquisición de información y el desenvolvimiento en los nuevos conceptos de sociedad son las razones más importantes del uso masivo del internet.

La importancia del manejo de información segura es muy significativa para la población que busca averiguar e indagar datos que tienen relevancia en la investigación, estudiantil, académica o por simple adquisición personal de conocimiento a través del Internet. Por tal motivo los clientes dentro del centro de servicios de internet tienen la opción de indagar fácilmente en una amplia gama de libros en formato virtual además de ofrecer diferentes servicios en donde se pueda destacar la personalización de la atención al cliente en un espacio amigable para el usuario.

El estudio de mercado se enfoca en la necesidad de identificar el mercado meta, definir el nivel de la demanda así como el de la oferta, analizar a la competencia y e indagar los medios de comercialización de nuestro servicio.

Según el censo económico del año 2010 en la parroquia de Mira existen diez entidades económicas dedicadas a la información y comunicación que representa alrededor del 5% del total de establecimientos comerciales, cinco de estos diez se dedicaban a brindar el servicio de internet. Según la observación existen actualmente al 2012 siete establecimientos que brindan el servicio de internet enfocados a brindar el servicio en un espacio angosto y poco apropiado a una clientela máxima de cinco personas dentro del local de cibercafé.

Se puede deducir de lo expuesto anteriormente que existe una incapacidad de estructura para el servicio al cliente, y por consiguiente se puede determinar una demanda insatisfecha en la población.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar un estudio de mercado acerca de los servicios de Tecnologías de Información y Comunicación, enfocado a la población alfabetizada que utiliza internet en la ciudad de Mira, provincia del Carchi.

3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el nivel de la demanda y demanda insatisfecha que existe sobre los servicios de Tecnologías de Información y Comunicación en la Ciudad de Mira.
- Evaluar la oferta de los servicios de Tecnología de Información y Comunicación en la Ciudad de Mira.
- Determinar un rango de precios de los servicios de Tecnología de Información y Comunicación en la Ciudad de Mira.

3.3. VARIABLES DEL MERCADO

- Demanda
- Oferta
- Precio

3.4. INDICADORES DEL MERCADO

- Demanda
 - Clientes potenciales
 - Frecuencia de uso de TICs
 - Demanda de Internet
 - Demanda de Biblioteca Virtual
 - Demanda de Servicios Informáticos

- Oferta
 - Internet
 - Biblioteca virtual
 - Servicios informáticos
 - Costos
- Precio
 - Internet
 - Precio de la Competencia
 - Precio de servicio informático

3.5. MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

Tabla 28 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN	PUBLICO META
Determinar el nivel de la demanda y demanda insatisfecha que existe sobre los servicios de Tecnologías de Información y Comunicación en la Ciudad de Mira.	Demanda	Clientes potenciales Frecuencia de uso de TICs Demanda de Internet Demanda de Biblioteca Virtual Demanda de Servicios Informáticos Demanda Insatisfecha	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Investigación Informática Investigación Bibliográfica	Clientes Propietarios de Establecimientos de manejo de TICs
Evaluar la oferta de los servicios de Tecnología de Información y Comunicación en la Ciudad de Mira.	Oferta	Internet Biblioteca virtual Servicios informáticos Costos	Primaria Secundaria	Entrevista Investigación Informática Investigación Bibliográfica	Clientes Propietarios de Establecimientos de manejo de TICs
Determinar un rango de precios de los servicios de Tecnología de Información y Comunicación en la Ciudad de Mira	Precio	Internet Precio de la Competencia Precio de servicio informático	Primaria Secundaria	Entrevista Investigación Informática Investigación Bibliográfica	Clientes Propietarios de Establecimientos de manejo de TICs

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

3.6. MERCADO META

Para que los servicios a ofrecer en el mercado, se consoliden, como primera instancia se tomará en cuenta el mercado meta en el contexto a desarrollarse, el mismo es la Población Alfabetizada que utiliza Internet en la Ciudad de Mira.

3.7. MECÁNICA OPERATIVA

3.7.1. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Se consideró tomar a la población que utiliza Internet en la ciudad de Mira según el Censo de Población y Vivienda 2010, para realizar el estudio de mercado, además de tomar en cuenta a los propietarios de establecimientos de compra - venta de servicios y bienes de Tecnologías de Información y Comunicación.

Tabla 29 LOCALES DE SERV. DE INTERNET

AÑO	LOCALES
2009	3
2010	3
2011	5
2012	6
2013	7

Fuente: Catastro del Ilustre Municipio de Mira

Elaborado por: Autor, 2013

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda 2010, el 93% de la población es alfabetizada en la Parroquia de Mira, donde la ciudad de Mira representa el 100% de la población urbana de la Parroquia.

Tabla 30 POBLACIÓN DE LA PARROQUIA MIRA

POBLACIÓN	URBANA	%	RURAL	%
ALAFABETIZADA	2765	95,67%	2429	90,77%
NO ALFABETIZADA	125	4,33%	247	9,23%
TOTAL	2890	100,00%	2676	100,00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda de 2010

Elaborado por: Autor, 2013

POBLACIÓN ALFABETIZADA QUE UTILIZA INTERNET

POBLACIÓN	URBANA	%	RURAL	%	TOTAL
ALAFABETIZADA	1030.00	73.52%	371.00	26.48%	1401.00

USA INTERNET					
TOTAL	1030.00	73.52%	371.00	26.48%	100.00%

Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda de 2010

Elaborado por: Autor, 2013

En la ciudad se encuentran instaladas 9 locales y 1 empresa pública de servicios de Tecnologías de Información y Comunicación, de los cuales 7 se dedican al servicio de Internet y están registradas en el catastro municipal con actividades de Servicio de Internet.

3.7.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Se determinó que la Población Alfabetizada que utiliza Internet de la Ciudad de Mira es la establecida para elaborar el estudio de Mercado, donde estas superan las cien unidades se aplicarán el cálculo de la muestra.

Ecuación 1 Determinación de la Muestra

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)E^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Dónde:

n = tamaño de muestra, número de unidades a determinarse

N = universo o población a estudiarse

σ^2 = varianza de la población, respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante es de 0.5.

Z^2 = valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivales a 1.96

E = límite aceptable de error de muestra, que varía entre 0.01 y 0.09 (1% y 9%), para el estudio se toma el 8% de margen de error.

Datos:

$$n=? \quad N=1030 \quad \sigma^2 = 0.5 \quad Z^2 = 1.96 \quad E = 0.08$$

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)E^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{1030 * 0.5 * 1.96^2}{(1030 - 1) * 0.08^2 + 0.5 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{1978.424}{8.5064}$$

$$n = 232.58$$

$$n = 233$$

Los cálculos para determinar la muestra de la población a investigar arrojan un tamaño de muestra representado cuantificadamente en un valor de n=233, en consecuencia se aplicará 233 encuestas a la población objeto de investigación en el estudio.

3.7.3. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

La recolección de datos es la tarea más importante en la etapa de análisis en el desarrollo de la investigación, en este caso el estudio de mercado, pues de este procedimiento depende el producto de análisis positivo o negativo, en donde resulta oportuno decir que el resultado de este estudio da la factibilidad o no del proyecto.

3.7.3.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

Como técnica de recolección de datos se acude a tomar a la encuesta, con el objetivo de recoger información desde la muestra, donde se obtendrá información característica de la población.

En ese mismo sentido se considera a la entrevista como instrumento de recolección, con el mismo propósito de recoger información, en este caso, de los propietarios de establecimientos de servicios de Tecnología de Información y Comunicación.

3.7.3.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

En el proceso del desarrollo del estudio de mercado, se acoge a la investigación informática y a la investigación bibliográfica como recursos de información complementaria a la recolección de datos primaria y poder realizar más amplio y preciso análisis.

3.7.4. EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS DE APLICACIÓN

3.7.4.1. ANÁLISIS RESULTADOS DE ENCUESTA

3.7.4.1.1. ¿EN QUÉ LUGAR UTILIZA INTERNET?

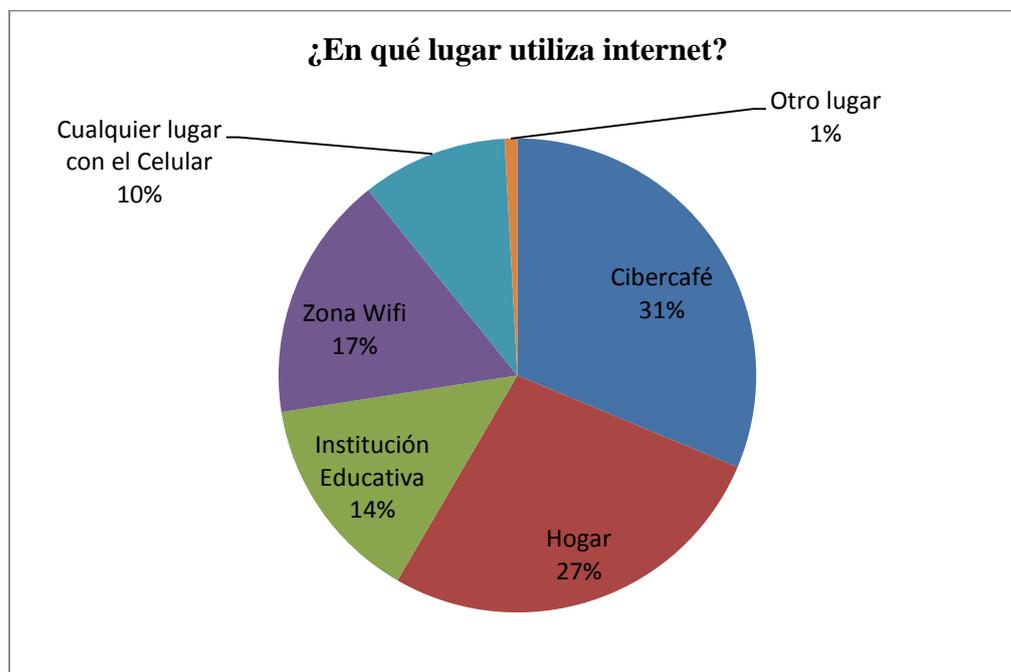
Tabla 31 PREGUNTA DE ENCUESTA 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cibercafé	73	31,3	31,3	31,3
	Hogar	63	27,0	27,0	58,4
	Institución Educativa	33	14,2	14,2	72,5
	Zona Wifi	39	16,7	16,7	89,3
	Cualquier lugar con el Celular	23	9,9	9,9	99,1
	Otro lugar	2	,9	,9	100,0
	Total	233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 1 PREGUNTA DE ENCUESTA 1



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

El 27 % de la población utiliza internet en su hogar, el restante 73% lo utiliza en distintos lugares, de los cuáles el 31% de la población en general utiliza el Cybercafé como puerta de enlace a la red mundial llamada internet.

Los resultados han arrojado que la encuesta es que el 27% de la población lo utiliza ya desde su casa, el 31% lo utiliza desde un cybercafé, un poco más del 31% de la población lo utiliza desde un centro educativo o una zona wifi gratuita.

3.7.4.1.2. ¿QUÉ TAN SATISFATORIO ES EL SERVICIO DE INTERNET DONDE LO UTILIZA FRECUENTEMENTE?

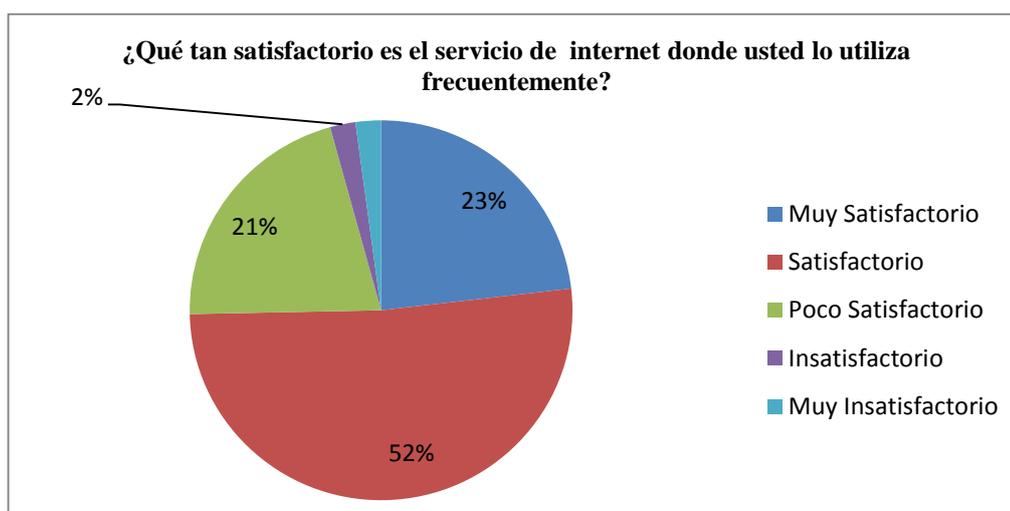
Tabla 32 PREGUNTA DE ENCUESTA 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Satisfactorio	54	23,2	23,2	23,2
	Satisfactorio	120	51,5	51,5	74,7
	Poco Satisfactorio	49	21,0	21,0	95,7
	Insatisfactorio	5	2,1	2,1	97,9
	Muy Insatisfactorio	5	2,1	2,1	100,0
	Total	233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 2 PREGUNTA DE ENCUESTA 2



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

El 52% de la población se siente satisfecho con su servicio de internet en los diferentes lugares por donde hacen conexión a la web. El 23% d la población se muestra su muy satisfecha con la experiencia del servicio que usan de su conexión a la red mundial. El siguiente 21% de la población se siente poco satisfecho con la conexión a internet. El restante 4% de la población se sienten insatisfechos y muy insatisfechos del servicio de internet.

A través de la evolución tecnológica el servicio de un internet ágil en conexión y navegación es primordial que se ha convertido en la principal herramienta de la investigación. Los datos que arrojan las encuestas parecen no ser lejanos a la realidad mundial, más de la mitad de los encuestados se encuentran satisfechos con la conexión y navegación a internet, cerca de un cuarta parte de los encuestados dicen que su experiencia internautita en la web es muy satisfactoria. Solo el 4% de los encuestados dicen tener una mala experiencia con la navegación de internet.

3.7.4.1.3. ¿CUÁLES SON LAS CAUSAS DE SU RESPUESTA EN LA PREGUNTA ANTERIOR?

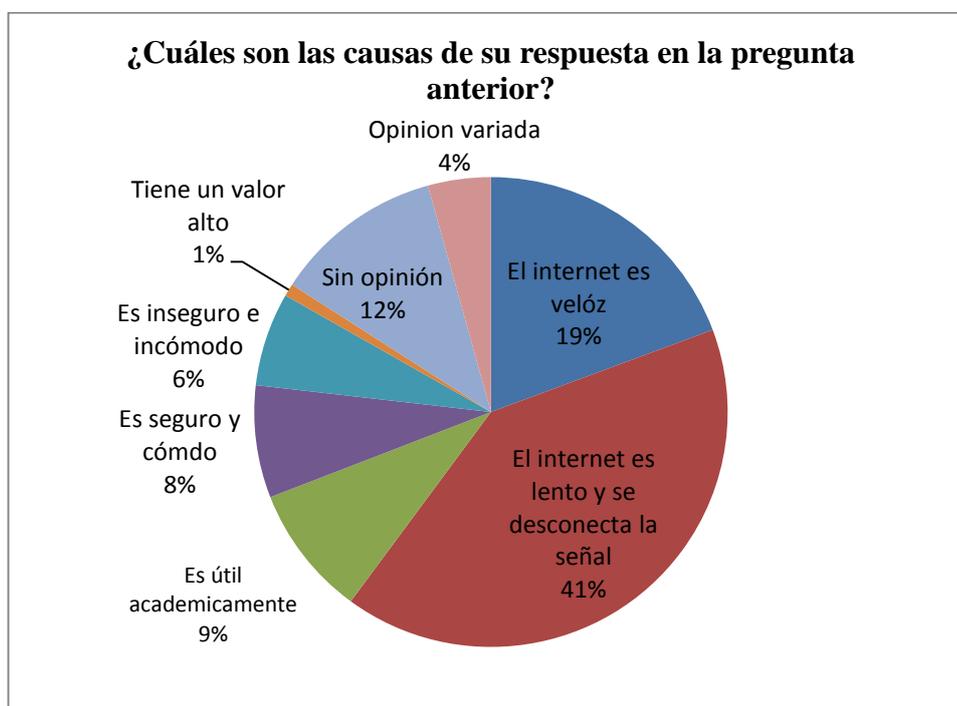
Tabla 33 PREGUNTA DE ENCUESTA 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	El internet es veloz	45	19,3	19,3	19,3
	El internet es lento y se desconecta la señal	95	40,8	40,8	60,1
	Es útil académicamente	21	9,0	9,0	69,1
	Es seguro y cómodo	18	7,7	7,7	76,8
	Es inseguro e incómodo	15	6,4	6,4	83,3
	Tiene un valor alto	2	,9	,9	84,1
	Sin opinión	27	11,6	11,6	95,7
	Opinión variada	10	4,3	4,3	100,0
Total		233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 3 PREGUNTA DE ENCUESTA 3



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

El 41% de los encuestados afirman que la causa de la respuesta a la pregunta anterior es que, el internet es lento o suele ponerse lento y se desconecta la señal de este, un 19% de los encuestados encuentran en sus diferentes opiniones que la causa de sus respuestas a la pregunta anterior es que donde utilizan internet es muy ágil y veloz. Continuando con los diferentes comentarios el 12% de los encuestados no tienen opinión con relación a su respuesta, un 9% de los encuestados determinan que la causa de su respuesta a la pregunta anterior es debido a su utilidad académica o de investigación y extracción de datos. 8% opinan que es seguro y cómodo, 6% opinan que es inseguro, otro 4% tienen observaciones varias.

Aunque las respuestas aparentan contradictorias debido a que a más del 50% de los encuestados dicen tener un servicio satisfactorio de internet en el lugar donde lo utilizan, el 42% de los encuestados expresan que el internet es lento o se va la

señal, lo cual podemos comprender que el servicio no es muy satisfactorio debido a que el internet suele ponerse lento y tienen unas no frecuentes desconexiones.

El 19% de los encuestados comentan que la principal causa a sus respuestas es porque la conexión y navegación son veloces, la mitad de estos encuestados tienen internet en su hogar, un 10% de los encuestados opinan que es muy útil académicamente. El 12% que no opina sobre su respuesta utiliza equitativamente todos los lugares mencionados en la encuesta, el 10% tienen la percepción que donde utilizan internet es seguro, cómodo y existen también opiniones varias entre la que se destaca es el precio.

3.7.4.1.4. CUÁNDO USTED UTILIZA INTERNET, ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS APRECIA MÁS DEL SERVICIO?

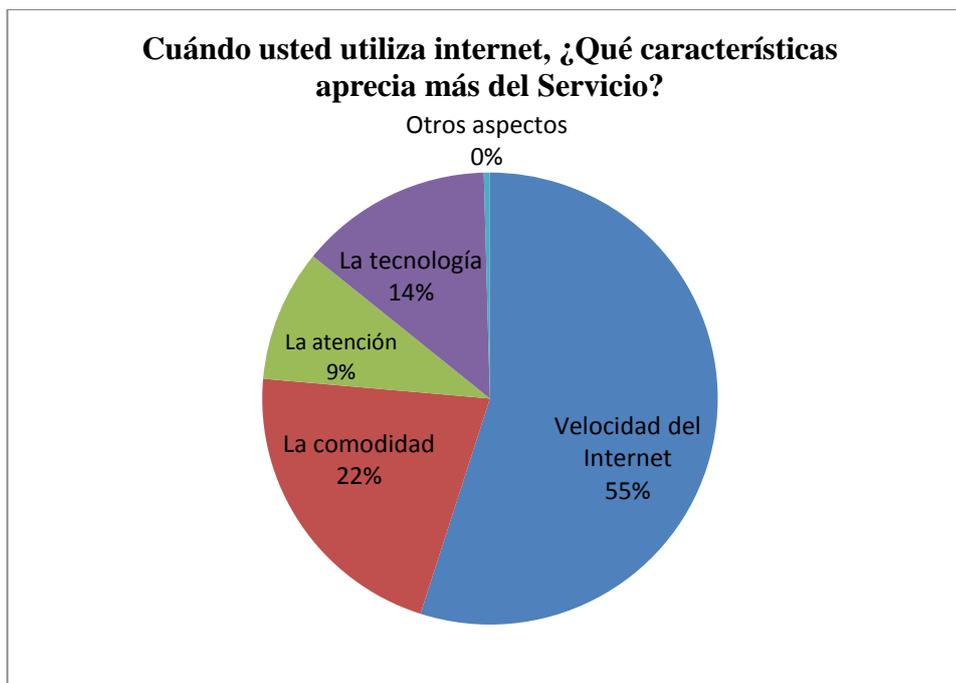
Tabla 34 PREGUNTA DE ENCUESTA 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Velocidad del Internet	128	54,9	54,9	54,9
	La comodidad	50	21,5	21,5	76,4
	La atención	22	9,4	9,4	85,8
	La tecnología	32	13,7	13,7	99,6
	Otros aspectos	1	,4	,4	100,0
Total		233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 4 PREGUNTA DE ENCUESTA 4



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS
Elaborado por: Autor, 2013

El 55% de los encuestados prefiere Velocidad en el Internet, el 22% prefiere la comodidad en el lugar donde utilizan el internet, el 14% de los encuestados prefieren utilizar internet en un lugar con tecnología actualizada, el 9% aprecia la atención en el lugar donde utiliza internet.

Más de la mitad de los encuestados aprecian a la Velocidad del Internet como característica principal en el lugar donde utilizan internet, aunque las velocidades dentro del mercado nacional son mínimas comparadas a las internacionales es un aspecto muy importante a tomar en cuenta para el objeto del estudio, un 14% de los encuestados toma como característica principal la tecnología dentro de los lugares en el que hace uso del servicio de Internet. El 22% de los encuestados prefieren la comodidad como característica principal del lugar donde lo utilizan, un 9% aprecia la atención del lugar en donde utiliza internet.

3.7.4.1.5. ¿PARA QUÉ PROPÓSITO HA USADO INTERNET?

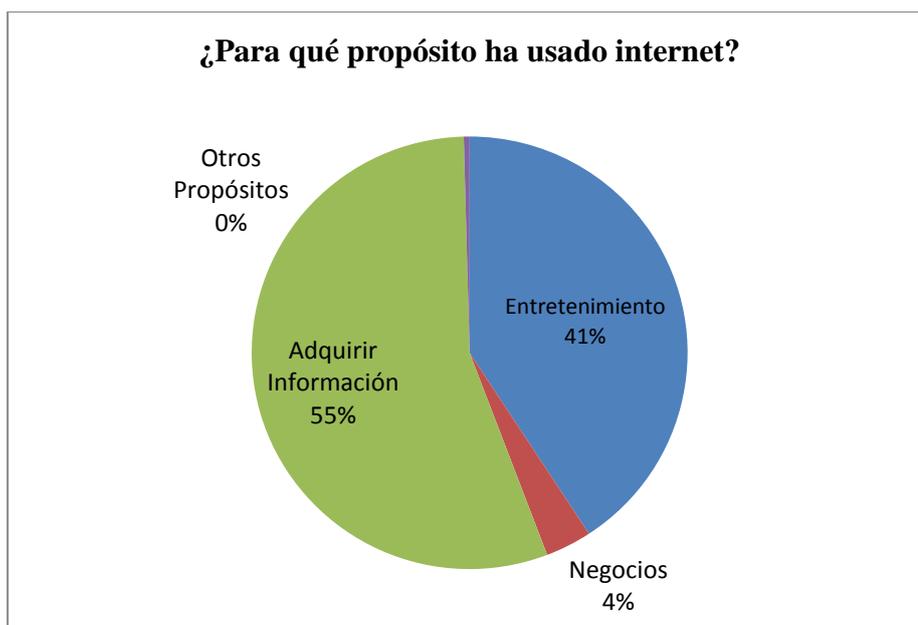
Tabla 35 PREGUNTA DE ENCUESTA 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entretención	128	54,9	54,9	54,9
	Negocios	50	21,5	21,5	76,4
	Adquirir Información	22	9,4	9,4	85,8
	Otros Propósitos	32	13,7	13,7	99,6
	Total	1	,4	,4	100,0

Fuente Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 5 PREGUNTA DE ENCUESTA 5



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

El 55% de los encuestados usan al internet con el principal propósito de la Adquisición de Información, el 41% lo usa con el principal propósito de Entretenerse, 4% de los encuestados lo utiliza con el propósito de realizar negocios a través del internet.

Prácticamente 6 de cada 10 encuestados utilizan el internet para adquirir información, eso es un punto positivo a observar para el propósito de este estudio, después el 41% lo utiliza para entretenimiento, normalmente este entretenimiento según las encuestas lo hacen para consultar páginas de red social. Apenas un 4% de los encuestados lo utilizan para negocios informáticos a través del conocido comercio electrónico.

3.7.4.1.6. ¿CON QUÉ FRECUENCIA A LA SEMANA UTILIZA INTERNET?

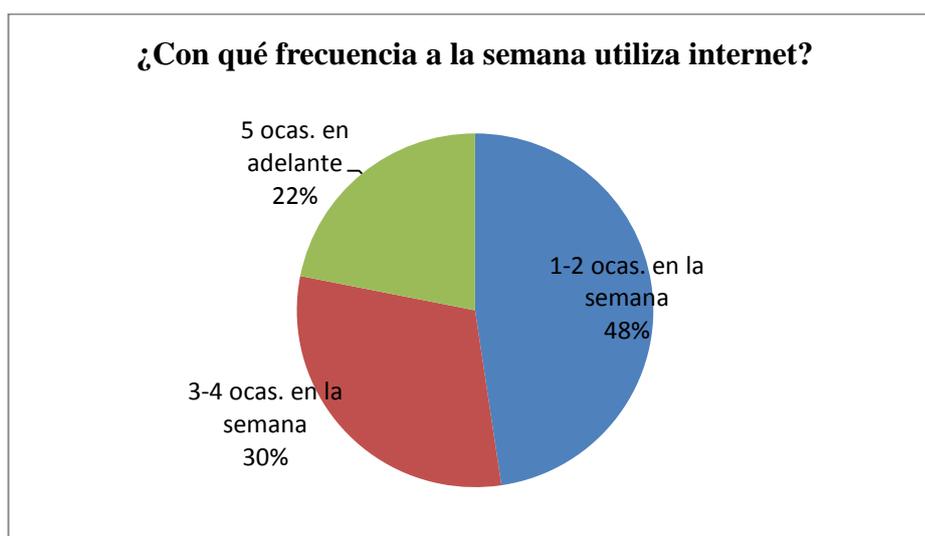
Tabla 36 PREGUNTA DE ENCUESTA 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-2 ocas. en la semana	111	47,6	47,6	47,6
	3-4 ocas. en la semana	71	30,5	30,5	78,1
	5 ocas. en adelante	51	21,9	21,9	100,0
Total		233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 6 PREGUNTA DE ENCUESTA 6



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

La mitad menos 2 puntos percentil aproximadamente utiliza internet de 1 a 2 ocasiones a la semana, el 30% de los datos que arroja la encuesta dice que utiliza de 3-4 ocasiones a la semana. Cerca de un ¼ de encuestados utiliza de 5 en adelante ocasiones el internet.

Los datos dicen que aproximadamente el 48% de los encuestados utilizan internet de 1 a 2 ocasiones a la semana internet, el restante 52% lo utiliza muy frecuentemente de 3 a más de 5 ocasiones a la semana.

3.7.4.1.7. CÚANDO UTILIZA INTERNET, ¿CUÁNTAS HORAS DEDICA A ESTE?

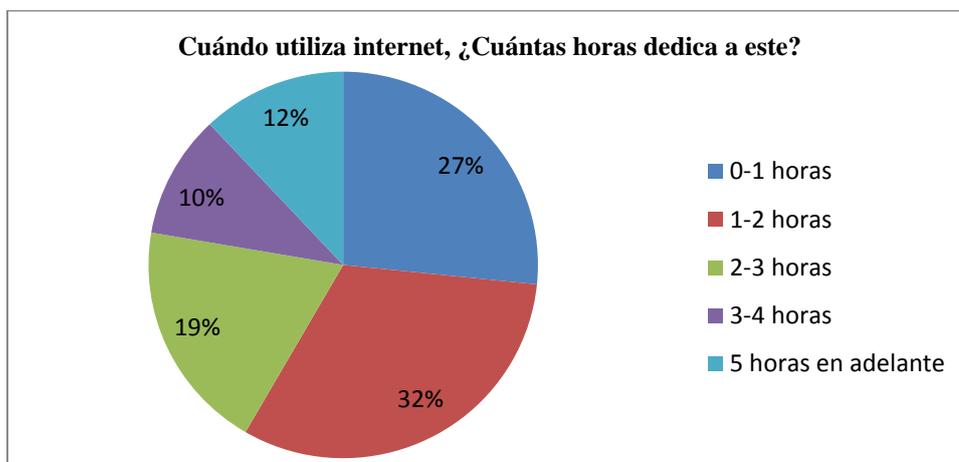
Tabla 37 PREGUNTA DE ENCUESTA 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0-1 horas	62	26,6	26,6	26,6
	1-2 horas	74	31,8	31,8	58,4
	2-3 horas	45	19,3	19,3	77,7
	3-4 horas	24	10,3	10,3	88,0
	5 horas en adelante	28	12,0	12,0	100,0
	Total	233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 7 PREGUNTA DE ENCUESTA 8



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

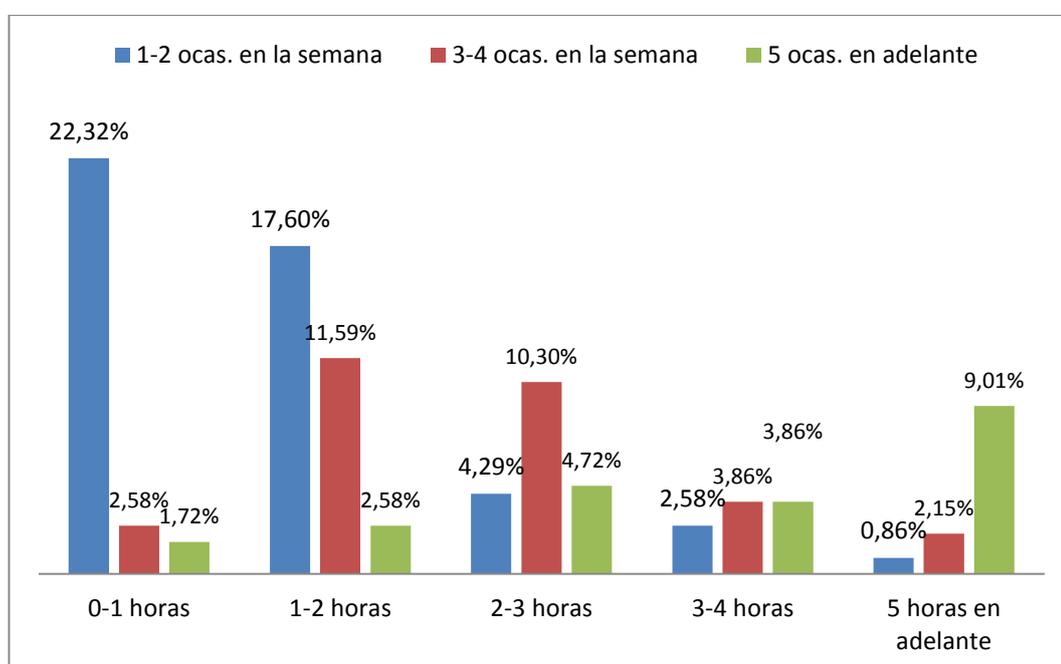
Elaborado por: Autor, 2013

Aproximadamente el 32% de los encuestados utiliza internet de 1-2 horas cuando lo utiliza indiferentemente el número de ocasiones a la semana, de 0 a 1 hora el 27% adquieren el servicio, el 19% de los encuestados lo utiliza de 2-3 horas a la semana., y cerca del 22% de los encuestados de 3 a 5 horas en adelante utilizan internet indiferente al número de ocasiones que lo usen a la semana Internet.

Tabla 38 Tabla de contingencia ¿Con qué frecuencia a la semana utiliza internet? *
Cuándo utiliza internet, ¿Cuántas horas dedica a este?

		Cuándo utiliza internet, ¿Cuántas horas dedica a este?					Total
		0-1 horas	1-2 horas	2-3 horas	3-4 horas	5 horas en adelante	
¿Con qué frecuencia a la semana utiliza internet?	1-2 ocas. en la semana	52	41	10	6	2	111
	3-4 ocas. en la semana	6	27	24	9	5	71
	5 ocas. en adelante	4	6	11	9	21	51
Total		62	74	45	24	28	233

Ilustración 8 Tabla de contingencia ¿Con qué frecuencia a la semana utiliza internet? *
Cuándo utiliza internet, ¿Cuántas horas dedica a este?



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Los datos arrojan que el 22% de la población utiliza internet de 1 a 2 ocasiones a la semana y lo hacen por cada ocasión de 0 a 1 hora, no se puede determinar exactamente el uso de internet pero en promedio el 22% de los encuestados utilizan media hora a la semana el servicio. Aproximadamente el 18% de los encuestados utilizan internet de 1 a 2 ocasiones de una a dos horas por ocasión, al igual que el 10% de los encuestados usan 1 a 2 ocasiones pero usan de 3 a 4 horas por ocasión el servicio de internet. Otro punto alto en la tabla es que cerca del 9% de los encuestados usan el servicio de 5 ocasiones en adelante a la semana a partir de 5 horas en adelante, esto por cada ocasión que se usa internet en la semana.

3.7.4.1.8. ¿PIENSA USTED QUE ES IMPORTANTE EL INTERNET?

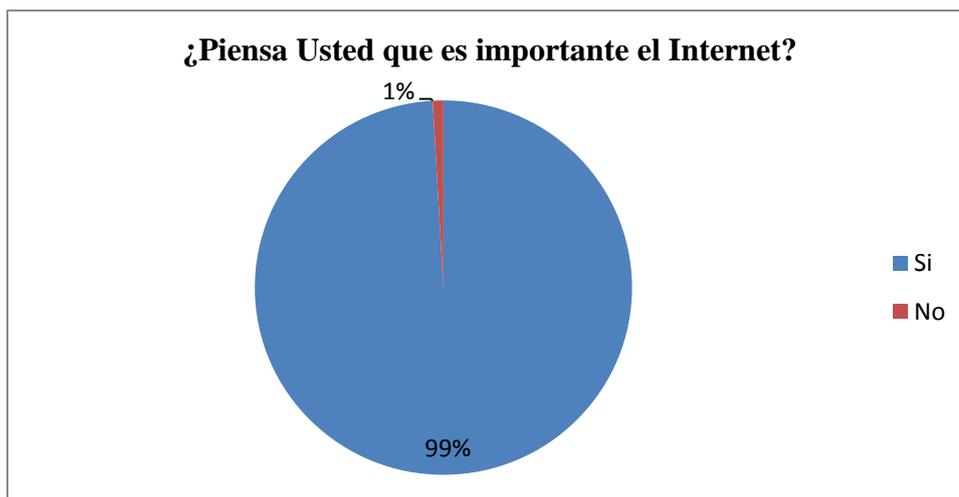
Tabla 39 PREGUNTA DE ENCUESTA 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	231	99,1	99,1	99,1
	No	2	,9	,9	100,0
	Total	233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 9 PREGUNTA DE ENCUESTA 8



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

El 99.1% de las personas que fueron encuestadas opinan que el internet sí es muy importante, a diferencia del 1% restante que afirma que no.

Este 99% de personas que afirman positivamente de la importancia del internet opinan en sus respuestas que en verdad sí es importante el servicio en especial para la adquisición de datos para la formación académica de la población.

3.7.4.1.9. ¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS HA UTILIZADO EN UN CIBERCAFÉ?

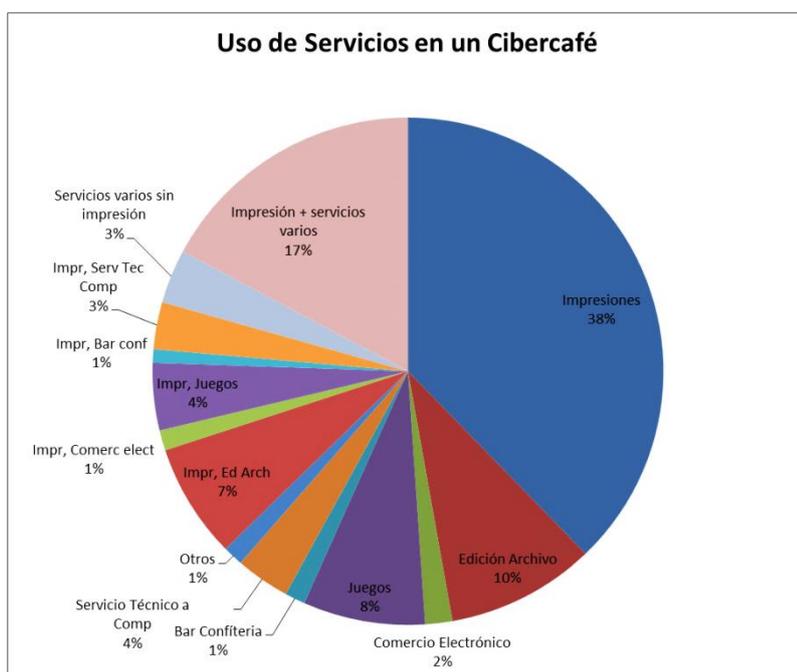
Tabla 40 PREGUNTA DE ENCUESTA 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Impresiones	88	37,77	37,8	37,8
Edición Archivo	22	9,442	9,4	47,2
Comercio Electrónico	4	1,717	1,7	48,9
Juegos	18	7,725	7,7	56,7
Bar Confeitería	3	1,288	1,3	57,9
Servicio Técnico a Comp	8	3,433	3,4	61,4
Otros	3	1,288	1,3	62,7
Impr, Ed Arch	17	7,296	7,3	70,0
Impr, Comerselect	3	1,288	1,3	71,2
Impr, Juegos	10	4,292	4,3	75,5
Impr, Bar conf	2	0,858	0,9	76,4
Impr, ServTecComp	7	3,004	3,0	79,4
Servicios varios sin impresión	8	3,433	3,4	82,8
Impresión + servicios varios	40	17,167	17,2	100,0
Total	233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 10 PREGUNTA DE ENCUESTA 9



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado - SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

La aplicación de la encuesta arroja datos sobre los servicios que alguna vez hayan utilizado en un cibercafé los encuestados. Aproximadamente el 38% de estos han utilizado el servicio de impresión, el 33% han utilizado el servicio de impresión más otros servicios adicionales como juegos, comercio electrónico y servicio técnico, en tercer lugar la edición de archivos es uno de los servicios más usados por los encuestados que suma el 9% del total. El entretenimiento a través de los juegos virtuales o más conocidos como juegos de video PC ocupan el 8% de preferencias al momento de adquirir un servicio en un cibercafé, al igual que otro 7% que son los servicios de Impresión más el servicio de Edición de archivos.

El restante 5% de la población afirma haber utilizado diferentes servicios como Bar, servicio técnico y servicios varios sin impresión.

Claramente la impresión es el servicio más utilizado en un cibercafé, si lo analizamos servicio por servicio el 72% de la población ha utilizado el servicio de Impresión en un cibercafé.

Para el propósito del Estudio se puede identificar 3 servicios que el Centro de Servicio de Internet Y biblioteca Virtual dará a disposición. Los juegos virtuales, el bar y el servicio técnico.

Tabla 41SERVICIOS A OFERTAR CENTRO DE INTERNET

	Frecuencia	Válidos	Porcentaje
Juegos	52,0	0,2232	22,32%
Bar-Confitería	12,0	0,0515	5,15%
Servicio técnico	33,0	0,1416	14,16%

Fuente: Estudio de Mercado – Encuesta SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Con estos datos se puede determinar que las personas que han utilizado internet en la Ciudad de Mira en un 22% han manejado el servicio de juegos, en un 14% los usuarios de internet han utilizado el servicio de Mantenimiento Técnico de Computadoras o herramientas informáticas.

El caso del Bar-Confitería es muy especial, los usuarios afirman haber utilizado el servicio pero en realidad no es un servicio como un cibercafé suele proponerlo, por lo tanto en este caso se considerará a toda la población estimada potencial para implementarlo como un servicio nuevo en la ciudad.

3.7.4.1.10. ¿SABÍA UD. QUE UNA BIBLIOTECA VIRTUAL TIENE INFORMACIÓN SEGURA DE INVESTIGACIÓN?

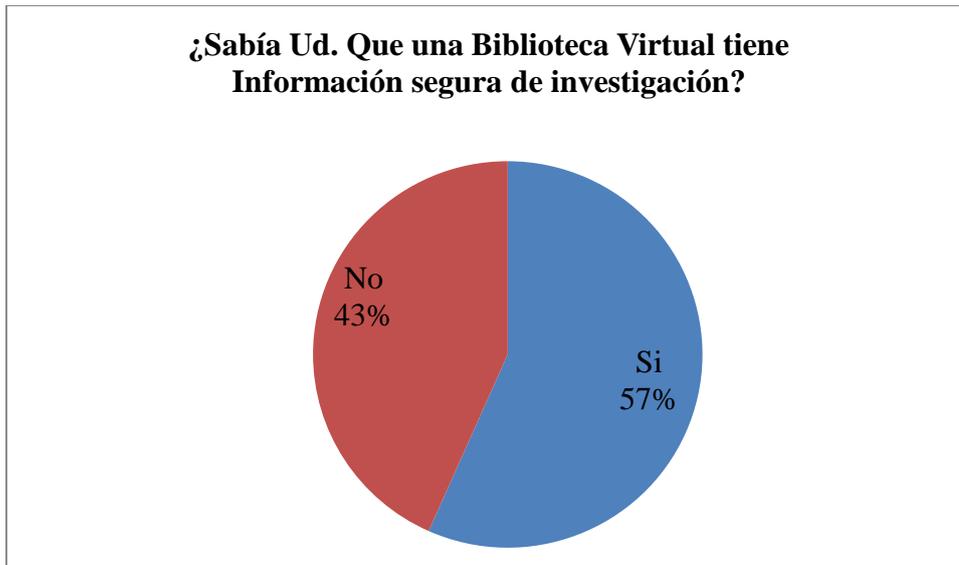
Tabla 42PREGUNTA DE ENCUESTA 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	132	56,7	56,7	56,7
	No	101	43,3	43,3	100,0
	Total	233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 11 PREGUNTA DE ENCUESTA 10



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS
Elaborado por: Autor, 2013

El 57% de los encuestados afirman saber que en una biblioteca virtual es un recurso de información segura para la investigación del investigador a diferencia del restante 43% de los encuestados.

Es importante tener claro que al menos más de la mitad de la población encuestada tiene una noción de lo que trata una biblioteca virtual, así lo afirman los resultados arrojados por la encuesta realizada a la muestra de población de la ciudad de Mira.

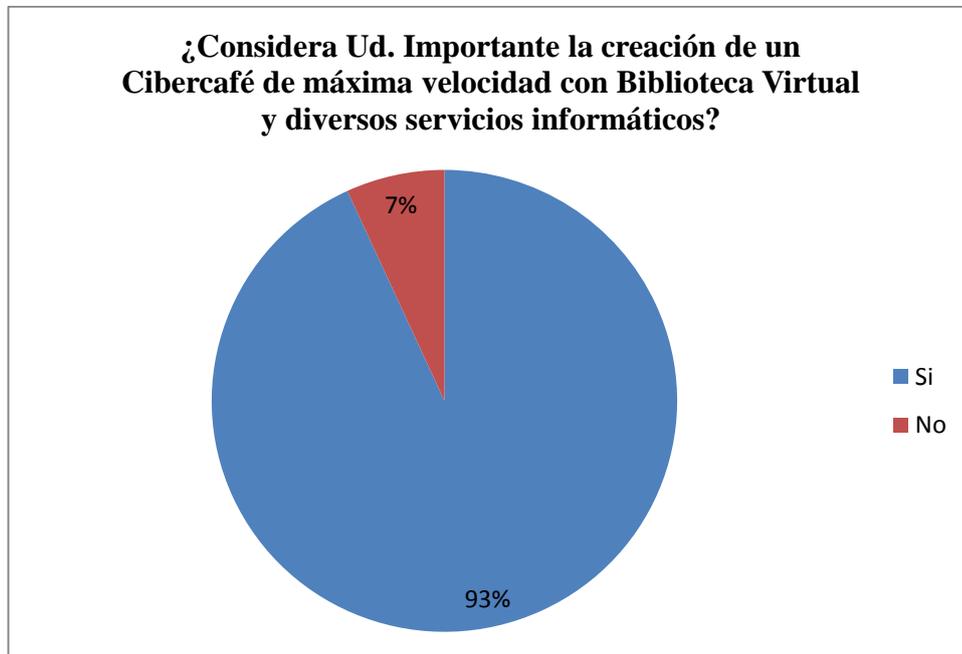
3.7.4.1.11. ¿CONSIDERA UD IMPORTANTE LA CREACIÓN DE UN CIBERCAFÉ DE MÁXIMA VELOCIDAD CON BIBLIOTECA VIRTUAL Y DIVERSOS SERVICIOS INFORMÁTICOS?

Tabla 43 PREGUNTA DE ENCUESTA 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	217	93,1	93,1	93,1
	No	16	6,9	6,9	100,0
	Total	233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS
Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 12 PREGUNTA DE ENCUESTA 11



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS
Elaborado por: Autor, 2013

El 93% de los encuestados afirman estar de acuerdo con la creación de un centro de servicio de internet con biblioteca virtual y diversos servicios informáticos. El restante 7% no está de acuerdo con la creación de este proyecto.

Es importante analizar esta pregunta, debido a que mide el nivel de aceptación del proyecto que es de al menos un 93% de la población encuestada, lo cual da pauta para una probable factibilidad del trabajo de investigación.

3.7.4.1.12. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO UD. A PAGAR POR UN SERVICIO DE INTERNET DE MÁXIMA VELOCIDAD EN UN CIBERCAFÉ CON BIBLIOTECA VIRTUAL Y VARIADOS SERVICIOS INFORMÁTICOS?

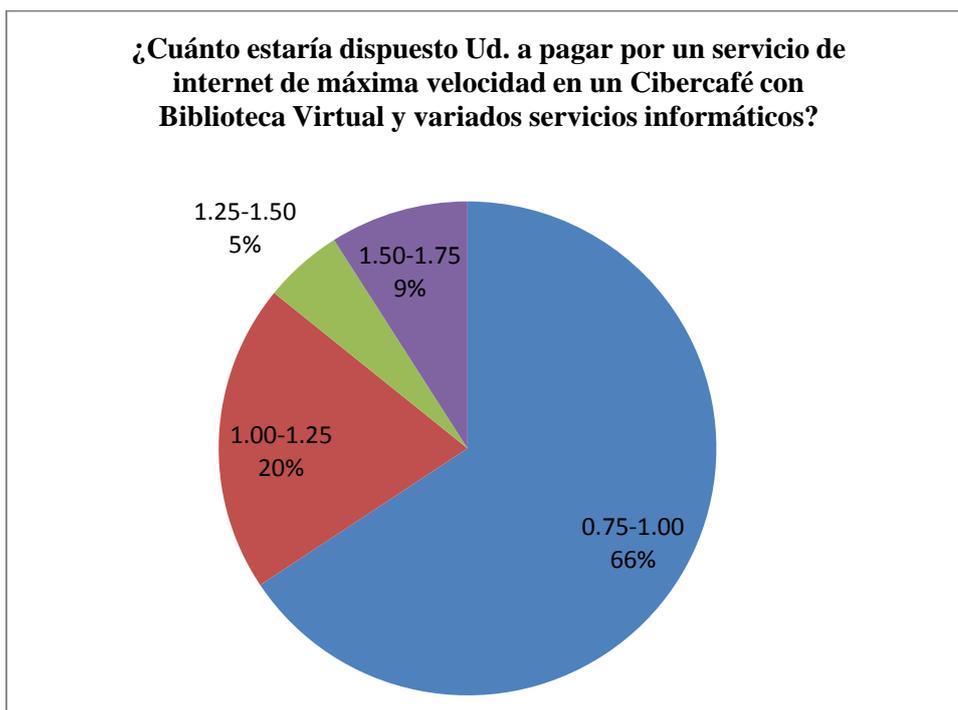
Tabla 44 PREGUNTA DE ENCUESTA 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0.75-1.00	153	65,7	65,7	65,7
	1.00-1.25	47	20,2	20,2	85,8
	1.25-1.50	12	5,2	5,2	91,0
	1.50-1.75	21	9,0	9,0	100,0
	Total	233	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 13 PREGUNTA DE ENCUESTA 12



Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

De los encuestados el 66% de estos estarían dispuestos a pagar un valor económico de entre USD. 0,75 a USD. 1,00 por los diferentes servicios del centro informático. Aproximadamente un 25% de los encuestados afirman que estarían de acuerdo en utilizar los servicios del centro informático a partir de USD. 1,00 a USD. 1,50 y el 9% de los encuestados afirman que estarían de acuerdo con utilizar internet en un margen de precio de USD 1,50 a USD. 1,75.

Tabla 45 TABLA DE CONTINGENCIA PAGO DE SERVICIO

		¿Cuánto estaría dispuesto Ud. a pagar por un servicio de internet de máxima velocidad en un Cibercafé con Biblioteca Virtual y variados servicios informáticos?				Total
		0.75-1.00	1.00-1.25	1.25-1.50	1.50-1.75	
¿Considera Ud. importante la creación de un Cibercafé de máxima velocidad con Biblioteca Virtual y diversos servicios informáticos?	Si	62,56%	16,44%	5,02%	9,13%	93,15%
	No	4,57%	1,37%	0,46%	0,46%	6,85%
Total		67,12%	17,81%	5,48%	9,59%	219

Fuente: Encuesta de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Como consideración en relación a la pregunta anterior el porcentaje que muestra la pregunta #12 de la encuesta no puede ser tomada como un dato real o al menos no se lo puede tomar como absoluto, debido a en principio que se trata de una muestra poblacional de un margen de error del 8%, y, en segundo lugar, que aproximadamente el 7% de la población no estuvo de acuerdo con la creación de un centro de servicios de internet y biblioteca virtual. Así se puede continuar y aclarar que de las personas que piensan que es positiva la creación de un Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual aproximadamente el 63% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un valor entre USD. 0,75 a USD. 1,00 el restante 31% de encuestados que aprueban la idea de la creación de un centro de servicios de internet estaría dispuesta a pagar valores sobre el USD. 1,00 para obtener el servicio de internet con máxima velocidad.

3.7.4.2. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA ENTREVISTA LOS DUEÑOS DE LOCALES DE SERVICIO DE INTERNET.

3.7.4.2.1. ¿NOS PUEDE DAR UNA INTRODUCCIÓN BREVE DE LO QUÉ ES EL INTERNET Y SUS BENEFICIOS EN LA POBLACIÓN?

En la ciudad de Mira existen 7 locales que ofrecen servicio de Internet, los dueños de estos locales están prácticamente de acuerdo en todas sus introducciones al tema. “Internet es una red mundial en donde se puede adquirir información”, dentro de unas y otras entrevistas se destaca también la consideración de Internet como un método de comunicación social.

3.7.4.2.2. ¿POR QUÉ OPTÓ POR OFRECER EL SERVICIO DE INTERNET A LA POBLACIÓN A TRAVÉS DE SU LOCAL DENOMINADO CIBERCAFÉ?

Tabla 46 PREGUNTA ENTREVISTA 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Brindar Servicio	4	57,14	57,14	57,14
	Aprovechar una oportunidad	3	42,86	42,86	100,00
	Total	7	100	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

El cuadro anterior de la entrevista aplicada a los propietarios de los locales de internet habla a simple vista de las intenciones de los dueños de los pequeños centros de servicios de internet en brindar el servicio de internet reflejado en un 57,14% de los propósitos para crear estos centros de servicio. El restante 42,86% deseaba aprovechar una oportunidad de negocio al instalar internet en la ciudad.

Según el catastro municipal en el año 2009 en la ciudad de Mira existían 3 locales de servicios de internet en la ciudad de Mira, lo cual concuerda con la respuesta de los propietarios de este tipo de negocios al expresar que deseaban aprovechar una oportunidad de servir internet en la ciudad, a partir de este análisis este tipo de negocios al año 2013 se duplicó, existiendo así 7 locales de esta índole.

3.7.4.2.3. ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE PARA UD. EN SU NEGOCIO EL SERVICIO AL CLIENTE?

Tabla 47 PREGUNTA ENTREVISTA 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Es muy importante	7	100,00	100,00	100,00
	Total	7	100	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Para los 7 propietarios de los negocios de servicio de internet expresan de la importancia del servicio al cliente, entre las diferentes opiniones se puede resaltar que toman muy en cuenta este aspecto debido a que están preocupados a la comodidad de los clientes, uno de los propietarios expresa que el servicio al cliente y su calidad depende del éxito de del local de servicio.

Se determina la importancia que toman los dueños de los locales sobre el servicio al cliente, a excepción de una opinión que expresa la importancia dependiendo del éxito de este local, cabe recalcar que la comodidad del usuario en un centro de internet debe ser gentil para la comodidad de este para usar el servicio.

3.7.4.2.4. ¿QUÉ SERVICIOS ADICIONALES OFRECE UD. EN SU NEGOCIO ADEMÁS DEL SERVICIO DE INTERNET?

Tabla 48 PREGUNTA ENTREVISTA 4

	Asistencia Técnica	Copias/impresiones	Papelería	Edición de archivos	Venta Accesorios	Bar confitería	Total Servicios
Local	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	6,00

1							
Local 2	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	3,00
Local 3	1,00	1,00	1,00	1,00	0,00	0,00	4,00
Local 4	1,00	1,00	0,00	1,00	1,00	0,00	4,00
Local 5	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	3,00
Local 6	0,00	1,00	0,00	1,00	1,00	1,00	4,00
Local 7	1,00	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00	3,00

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

El cuadro anterior son los servicios adicionales que un cibercafé oferta en la ciudad de Mira además del servicio de internet. Estos servicios nombrados en este último cuadro son servicios que propietarios de los locales han expresado que ofertan en la ciudad.

Seis son los servicios máximos que ofrecen en un centro de internet en la ciudad de Mira, esto representa el 14% de los locales en la ciudad o igual a 1 caso de los 7 entrevistados, 43% de los casos tienen hasta 4 servicios para ofertar y los restantes 3 casos ofrecen 3 servicios.

De los servicios ofertados podemos encontrar dos actividades coincidentes, el servicio de copias e impresiones, y la edición de archivos. Al analizar el número de actividades que ofrecen los cibercafés se puede deducir que no son centros de información amplios a excepción de dos locales a través de la observación. Es importante resaltar que de estos locales uno de estos negocios tiene como propietario a un profesional en la carrera de Ingeniería en Sistemas.

3.7.4.2.5. ¿ATIENDE UD. SU LOCAL DE CIBERCAFÉ O LO ATIENDE SUS EMPLEADOS? EN CASO DE HACERLO SUS EMPLEADOS, QUÉ CAPACITACIONES TIENE SUS EMPLEADOS PARA OFRECER LOS SERVICIOS DE SUS CIBERCAFÉ?

Tabla 49 PREGUNTA ENTREVISTA 5

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válidos	Atienden empleados	2	28,57	28,57	28,57
	Atienden personalmente	5	71,43	71,43	100,00
	Total	7	100,00	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

El 71% de los entrevistados atienden personalmente su negocio de internet, 29% tienen empleados para atender el local.

Dentro de las entrevistas, uno de los entrevistados afirmaba que sus empleados son capacitados, no por su formación académica sino por su juventud y sus conocimientos tecnológicos de las nuevas generaciones. Cabe recalcar que ninguno de los dos casos que utilizan empleados para el local de internet, los empleados trabajan medio día.

3.7.4.2.6. ¿QUÉ PIENSA UD ACERCA DE LA PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE INTERNET CON UNA BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA?

Tabla 50 PREGUNTA ENTREVISTA 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	6	85,71	85,71	85,71
	No	1	14,29	14,29	100,00
	Total	7	100,00	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

El 86% de los entrevistados dice estar de acuerdo con la creación de un centro de servicio de internet y biblioteca virtual, y lo consideran interesante por los usos que puede tener esta idea en la población que utiliza internet.

Los futuros competidores en su mayoría no estuvieron en desacuerdo de la creación de un centro de servicio de internet con biblioteca virtual inalámbrica, lo

cual demuestra que el proyecto es aceptado por la demanda potencial y sus competidores directos.

3.7.4.2.7. ¿ES IMPORTANTE PARA USTED LA PROMOCIÓN DE SU CIBERCAFÉ EN LA CIUDAD?

Tabla 51 PREGUNTA ENTREVISTA 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	7	100,00	100,00	100,00
	No	0	0,00	0,00	100,00
	Total	7	100,00	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

7 de los 7 entrevistados opina que la promoción su cibercafé es muy importante, entre sus diferentes declaraciones expresan que un promoción adecuada ayudaría a sus negocios para adquirir más clientela y así ofrecer mejor su servicios informáticos.

Todos los propietarios de los cibercafés están de acuerdo que una buena promoción de sus locales dentro de la ciudad provocaría un incremento de clientela en sus negocios y por lo tanto un incremento económico para esta clase de locales de la era informática.

3.7.4.2.8. ¿CREE USTED QUE UNA BUENA PRESENTACIÓN DE SU CIBERCAFÉ A TRAVÉS DE UN PLAN DE ADMINISTRATIVO COMO DISEÑO DE LOGO, MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y UN BOCETO ORDENADO DE LA DISTRIBUCIÓN DE SU LOCAL ES FAVORABLE PARA LA IMAGEN DE SU NEGOCIO?

Tabla 52 PREGUNTA ENTREVISTA 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	7	100,00	100,00	100,00

No	0	0,00	0,00	100,00
Total	7	100,00	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

El 100% de los entrevistados opinó que la organización estratégica es un buen recurso para la atracción de más clientela con el propósito de servir a la población que utiliza internet en la ciudad.

Con referencia a la pregunta anterior de la entrevista, podemos definir que los propietarios están de acuerdo con una organización elaborada cuidadosamente de sus negocios, el motivo, la mayor afluencia de clientes, la oportunidad, brindar cada vez un mejor servicio, así mejoraría la imagen de cada negocio.

3.7.4.2.9. ¿SU SOFTWARE ES ORIGINAL, O UTILIZA LA PIRATERÍA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA EN LA CUAL SUS CLIENTES NAVEGAN EN INTERNET?

Tabla 53 PREGUNTA ENTREVISTA 9

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Original	1	14,29	14,29
	No original	6	85,71	100,00
	Total	7	100,00	100,00

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

6 de los 7 entrevistados dicen tener software pirateado para ofrecer el servicio de internet en la ciudad de Mira, uno de los casos habla de que el software utilizado es original.

Los altos precios de software como el de Microsoft ha hecho que prácticamente todos los dueños de cibercafés en la ciudad de Mira utilicen software con licencia fraudulenta. Del propietario que afirma tener software original, lo tiene a través de la compra legal de Microsoft.

3.7.4.2.10. ¿SUS PROVEEDORES DE INTERNET SON CONFIABLES?

Tabla 54 PREGUNTA ENTREVISTA 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Confiable	7	100,00	100,00	100,00
	No confiable	0	0,00	0,00	100,00
	Total	7	100,00	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Todos los entrevistados se encuentran muy conformes con el servicio de internet que le ofrece su servidor, aunque no deseaban nombrar al servidor, la mayoría de estos tienen a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones como su proveedor de internet en la ciudad.

Cabe recalcar que uno de los entrevistados utilizaba el servicio de internet de una de las empresas operadoras de telefonía móvil, sin embargo este servicio no era el óptimo debido a sus constantes desfases de conexión. Además de brindar el servicio de internet las tres grandes operadoras móviles al año 2013, existen dos empresas Imbabureñas que extienden su servicio en la provincia del Carchi.

3.7.4.2.11. ¿LOS PRECIOS QUE OFERTA AL PÚBLICO SON ACEPTADOS POR LA CLIENTELA? O, ¿EXISTE RESISTENCIA POR PARTE DE ESTOS?

Tabla 55 PREGUNTA ENTREVISTA 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	7	100,00	100,00	100,00
	No	0	0,00	0,00	100,00
	Total	7	100,00	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Los 7 entrevistados coinciden en sus opiniones que sus precios de servicio de internet son aceptados por la población consumista de internet, además de eso la gran mayoría habla que la imposición de una tarifa por uso de internet en la ciudad es gracia a la franja de precios que manejan todos los cibercafés, comparativamente los valores por uso del servicio son iguales.

3.7.4.2.12. ¿EXISTIÓ ALGÚN INCONVENIENTE ECONÓMICO O LEGAL PARA IMPLEMENTAR SU LOCAL DE SERVICIO DE INTERNET?

Tabla 56, PREGUNTA ENTREVISTA 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	6	85,71	85,71	85,71
	No	1	14,29	14,29	100,00
	Total	7	100,00	100,00	

Fuente: Entrevista de Estudio de Mercado – SPSS

Elaborado por: Autor, 2013

Aproximadamente el 86% de los entrevistados afirman no haber tenido problemas legales con la instalación de sus locales de cibercafés gracias a la facilidad que representa colocar este tipo de servicios debido a las pocas trabas que representa iniciar un local d actividades económicas como este.

1 de los 7 casos, el propietario indica que no inició legalmente su negocio por falta de inscripción básicamente de patente en el registro catastral municipal, el cuál no fue ninguna dificultada para solucionar.

3.8. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Los servicios que se pretende ofrecer a los consumidores potenciales es un Centro de servicios de Internet cableado e inalámbrico con una Biblioteca Virtual Inalámbrica, estos como servicios estrellas del Centro de Servicios.

A los anteriores se le suman una serie de servicios como juegos en red personal y online, impresión, bar confitería, servicios de mantenimiento computacional y café pre-preparado.

El proyecto tendrá mucho interés, debido a que se realizó un estudio para el desarrollo de este Centro de Servicios de Internet incluyendo el nuevo servicio de Biblioteca Virtual en la ciudad de Mira y otros servicios más, principalmente porque este tipo de servicio no existe en la ciudad y lo importante es ofrecer una nueva alternativa de investigación informática dentro del contexto.

El Centro de Servicios de Internet ofrecerá navegación web en computadoras de escritorio con capacidad máxima de tres personas para el consumidor, en donde este podrá acceder a internet en un ambiente favorable y amable.

El internet inalámbrico es un servicio adicional para las personas que deseen navegar en computadoras personales y dispositivos de acceso inalámbrico.

Se demostrará al mercado objetivo las ventajas de la investigación segura y verídica de datos, a través de consultas ingresando a la biblioteca virtual del local en donde encontrará fácilmente una organizada lista de documentos para el interés de los investigadores.

3.9. DEMANDA

3.9.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El proyecto está enfocado a la Población Alfabetizada de la Ciudad de Mira que utilizó internet en los últimos 6 meses según el censo nacional 2010, se determinó a este sector como mercado meta.

El censo de Población y Vivienda 2010 habla que la alfabetización de población bordea el 93% de los habitantes de la parroquia de Mira. El cruce analítico AOR del estudio diagnóstico arroja que al menos el 25.17% de la población de la parroquia de Mira ha utilizado internet según el censo 2010.

La encuesta aplicada en el estudio de mercado habla de que las personas que utilizan internet, un tercio de estos, lo hacen en sus hogares con internet fijo, el restante 72% de la población que utiliza internet lo hace en diferentes lugares, de los cuales el 31% de la población total encuestada utiliza internet en un cibercafé. El siguiente dato interesante es el siguiente 17% de los encuestados, estos utilizan el servicio a través de la zona o conexión wifi.

ANÁLISIS CRUCE DEMANDA POR SATISFACCIÓN

En base a la encuesta y sus resultados arrojados, se tomó estos datos para plantear el cruce de análisis de demanda por satisfacción y determinar el comportamiento del uso del servicio de internet con relación a sus causas del motivo de su nivel de satisfacción con el servicio que consumen. Para poder determinar el nivel de satisfacción de los encuestados se toma en cuenta a solo dos lugares a los que asisten la población que utiliza internet, los cuáles son cibercafé y zonas de acceso wifi, debido a que estos serán servicios del Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual.

Tabla 57 CRUCE DEMANDA POR SATISFACCIÓN

CRUCE DEMANDA POR SATISFACCIÓN											
¿En qué lugar utiliza internet?		Causas Del Nivel De Satisfacción								Total	
		El internet es veloz	El internet es lento y se desconecta la señal	Es útil académicamente	Es seguro y cómodo	Es inseguro e incómodo	Tiene un valor alto	Sin opinión	Opinión variada		
Cibercafé	¿Qué tan satisfactorio es el servicio de internet donde usted lo utiliza frecuentemente?	Muy Satisfactorio	2,15%	1,29%	0,86%	1,72%	0,43%	0,00%	0,00%	0,86%	7,30%
		Satisfactorio	3,43%	5,58%	0,86%	1,29%	0,43%	0,00%	3,00%	0,00%	14,59%
		Poco Satisfactorio	0,43%	5,58%	0,00%	0,43%	1,29%	0,00%	0,43%	0,00%	8,15%
		Insatisfactorio	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%
		Muy Insatisfactorio	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,86%
	Total		6,01%	13,30%	1,72%	3,43%	2,15%	0,43%	3,43%	0,86%	31,33%
Zona Wifi	¿Qué tan satisfactorio es el servicio de internet donde usted lo utiliza frecuentemente?	Muy Satisfactorio	0,86%	0,00%	0,43%	1,29%	0,00%	0,00%	0,86%	0,00%	3,43%
		Satisfactorio	1,72%	3,43%	0,00%	0,86%	0,86%	0,00%	0,86%	0,00%	7,73%
		Poco Satisfactorio	0,00%	2,15%	0,00%	0,00%	1,29%	0,00%	0,43%	0,43%	4,29%
		Insatisfactorio	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%	0,00%	0,86%
		Muy Insatisfactorio	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,43%
	Total		2,58%	6,01%	0,43%	2,15%	2,58%	0,00%	2,58%	0,43%	16,74%
Total											100,00%
Fuente: Estudio de Mercado											
Elaborado por: Autor											

El cuadro de relación entre variables habla que el nivel de complacencia en el lugar que utiliza internet la población es satisfactorio, aunque su principal inconveniente que da entender para que su experiencia no sea totalmente satisfactoria es la frecuente desconexión de señal de internet y su lenta velocidad al navegar dentro de este.

Cuando se aplicó los resultados de las encuestas a la demanda estimada de la población se establece que el 22.32% de la demanda total está satisfecho con el uso del servicio en un cibercafé como en una zona wifi, sin embargo cerca del 20% se encuentra con la incomodidad de la desconexión de internet y la navegación lenta. El siguiente 14.59% dentro de la demanda total se encuentra definitivamente insatisfecha con el uso de internet en estos lugares.

La demanda expresa que se encuentra satisfecha con el servicio de internet ofrecido a pesar de los inconvenientes antes mencionados. Los resultados de las encuestas aprueban en un margen aproximado al 90% la creación del proyecto, por lo tanto se puede determinar que la creación de un Centro de Internet y Biblioteca Virtual debe ofrecer un ambiente de alta calidad de servicio y una excelente atención al cliente.

3.9.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

**Tabla 58 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN
ECUATORIANA, CANTÓN MIRA**

AÑO	POBLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO
2010	12793	-
2011	12726	-0,52%
2012	12655	-0,56%
2013	12581	-0,58%
2014	12504	-0,61%
2015	12423	-0,65%
2017	12250	-1,39%
2018	12066	-1,50%
2019	11969	-0,80%

Fuente: INEC-2013

Elaborado por: Autor, 2013

Se aplicó la misma tasa de crecimiento según el INEC en su proyección poblacional por años calendario, por cantones periodo 2010-2020, a la ciudad de Mira.

Tabla 59 PROYECCIÓN APLICANDO TASA A LA CIUDAD DE MIRA

AÑO	POBLACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO
2010	2890	
2011	2875	-0,52%
2012	2859	-0,56%
2013	2842	-0,58%
2014	2825	-0,61%
2015	2806	-0,65%
2016	2767	-1,39%
2017	2726	-1,50%
2018	2704	-0,80%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

3.9.3. PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL

Para obtener la demanda potencial de las personas que utilizan internet en la población de la ciudad de Mira se tomó en cuenta las estadísticas arrojadas por el INEC en el año 2013 sobre el uso de Internet en las diferentes provincias entre los años 2009 al 2012. La variación porcentual de los años 2009 al 2012 se aplicará a la ciudad debido a que son datos que más se acercan a la realidad de la ciudad de Mira debido a los escasos datos documentados que existen sobre el uso de TICs en la Ciudad de Mira.

Tabla 60USO DE INTERNET EN PROVINCIAS

	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 Ríos	11,50%	17,20%	20,10%	28,80%
Cotopaxi	16,70%	19,60%	22,80%	28,10%
Amazonía	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%

Fuente: INEC-2013
 Elaborado por: TIC INEC-2013

Se toma los datos históricos que corresponden al uso de Internet en el Carchi para realizar una proyección lineal de estos a 5 años a futuro.

Tabla 61USO DE INTERNET HISTÓRICO - CARCHI

	AÑO	TENDENCIA EN %	VARIACIÓN %
1	2009	0,1970	
2	2010	0,2290	3,20%
3	2011	0,2490	2,00%
4	2012	0,2650	1,60%

Fuente: Estudio de Mercado
 Elaborado por: Autor, 2013

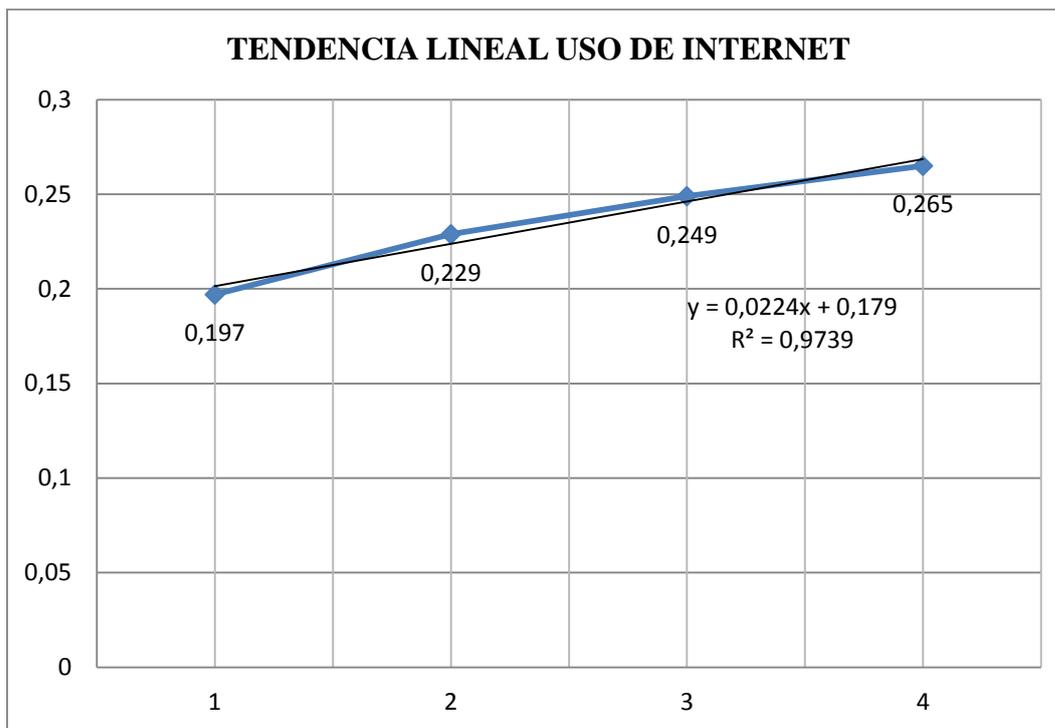
Tabla 62FUNCIÓN LINEAL USO INTERNET

AÑO	X	Y	XY	X2
2009	1	0,197	0,197	1
2010	2	0,229	0,458	4
2011	3	0,249	0,747	9
2012	4	0,265	1,060	16

TOTAL	10	0,94	2,462	30
--------------	-----------	-------------	--------------	-----------

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 14, TENDECIA DE LINEAL USO DE INTERNET



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Autor, 2013

Remplazando a la Ecuación de Función Lineal para Calcular la tendencia a 5 años.

Ecuación 2, FUNCIÓN LINEAL

$$y = bx + a$$

- Año de proyección 2012

$$y_5 = 0.0224 (4) + 0.179$$

$$y_5 = 0.2686$$

- Año de proyección 2013

$$y_6 = 0.0224 (5) + 0.179$$

$$y_6 = 0.2910$$

- Año de proyección 2014

$$y_7 = 0.0224 (6) + 0.179$$

$$y_7 = 0.3134$$

- Año de proyección 2015

$$y_8 = 0.0224 (7) + 0.179$$

$$y_8 = 0.3358$$

- Año de proyección 2016

$$y_9 = 0.0224 (8) + 0.179$$

$$y_9 = 0.3582$$

- Año de proyección 2018

$$y_{10} = 0.0224 (9) + 0.179$$

$$y_{10} = 0.3806$$

Tabla 63,PROYECCIÓN LINEAL USO DE TICS A 5 AÑOS

AÑO PROYECCIÓN	AÑO	PROYECCIÓN %	VARIACIÓN DE %
4	2012	0,2686	
5	2013	0,2910	2,24%
6	2014	0,3134	2,24%
7	2015	0,3358	2,24%
8	2016	0,3582	2,24%
9	2017	0,3806	2,24%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

Aplicando la variación de los datos históricos y tendencia lineal a la población de uso de Internet en la Ciudad de Mira se llega a obtener la población que utiliza internet en la ciudad de Mira.

Tabla 64,PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

AÑO	POBLACIÓN ALFABETIZADA	% TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	% USO DE INTERNET CARCHI PROYECCIÓN	VARIACIÓN % USO TICS CARCHI	APLICACIÓN VARIACIÓN %	POBLACIÓN QUE USA INTERNET
2010	2890		22,90%		35,64%	1030
2011	2875	-0,52%	24,90%	2,00%	37,64%	1082
2012	2859	-0,56%	26,50%	1,60%	39,24%	1122
2013	2842	-0,58%	28,74%	2,24%	41,48%	1179
2014	2825	-0,61%	30,98%	2,24%	43,72%	1235
2015	2807	-0,65%	33,22%	2,24%	45,96%	1290
2016	2768	-1,39%	35,46%	2,24%	48,20%	1334

2017	2726	-1,50%	37,70%	2,24%	50,44%	1375
-------------	------	--------	--------	-------	--------	------

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Autor, 2013

Tomado los datos proyectados de la población que utiliza internet en la ciudad de Mira se procede a establecer la demanda potencial de la población en base a la encuesta aplicada al mercado objetivo y tomando la tasa de crecimiento de uso de TICs en el Carchi como tasa de crecimiento de uso de internet de la población que lo usa en diferentes lugares de la ciudad.

Tabla 65, PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	VARIACIÓN % USO TICS CARCHI	POBLACIÓN ALFABETIZADA QUE USA INTERNET	POBLACION UTILIZA INTERNET CIBER	VARIACIÓN % POBLACIÓN QUE UTILIZA CYBER	POBLACION UTILIZA INTERNET WIFI	VARIACIÓN % POBLACIÓN QUE UTILIZA WIFI
2013		1179	369	31,33%	197	16,74%
2014	2.24%	1235	415	33,57%	234	18,98%
2015	2.24%	1290	462	35,81%	274	21,22%
2016	2.24%	1334	508	38,05%	313	23,46%
2017	2.24%	1375	554	40,29%	353	25,70%

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Autor, 2013

La demanda estimada se estableció a través de la aplicación de la encuesta a la muestra poblacional de la Ciudad de Mira, este es el resultado de tomar el 31.33% de la población encuestada que utiliza internet en un cibercafé y el 16.74% de población que utiliza internet a través de una conexión inalámbrica, siendo así una población estimada del 48.07% de los que usan Internet en la Ciudad.

Con la proyección de uso de internet utilizando la variación porcentual de la tasa de uso de internet en el Carchi demuestra que en 5 años el 66% de la población utilizaría internet en la Mira, el 40.29% en un centro de servicio como es el Cibercafé y el 25.70% en ZonasWifi de internet inalámbrico.1235

3.10. OFERTA

3.10.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Según el Censo Nacional Económico 2010 existieron en el cantón Mira ciento ochenta y cuatro locales con actividades económicas de bienes y servicio de las cuales diez locales ofrecían el servicio de Información y Comunicación a la población, lo cual representaba el 5,43% de todas las entidades con actividades económicas del cantón.

Las denominadas zonas wifi en la ciudad de Mira iniciaron su actividad gratuita y sin fines de lucro en el año 2008, exactamente en la reapertura del parque municipal de la ciudad de Mira patrocinada por el Ilustre Municipio de Mira, al año siguiente otra zona wifi fue abierta a favor de los estudiantes de la Actual Unidad Educativa Carlos Martínez Acosta.

3.10.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Tabla 66, LUGARES DE SERV. DE INTERNET

AÑO	LOCALES
2008	3
2009	3
2010	6
2011	7
2012	7

Fuente: Catastro Municipal

Elaborado por: Autor, 2013

El cuadro anterior se representa los datos históricos catastrales de los locales de los cuáles se procederá a aplicar el Método de Tendencia por Regresión Lineal, para tener una proyección a cinco años.

Tabla 67 FUNCIÓN LINEAL CIBERCAFÉ

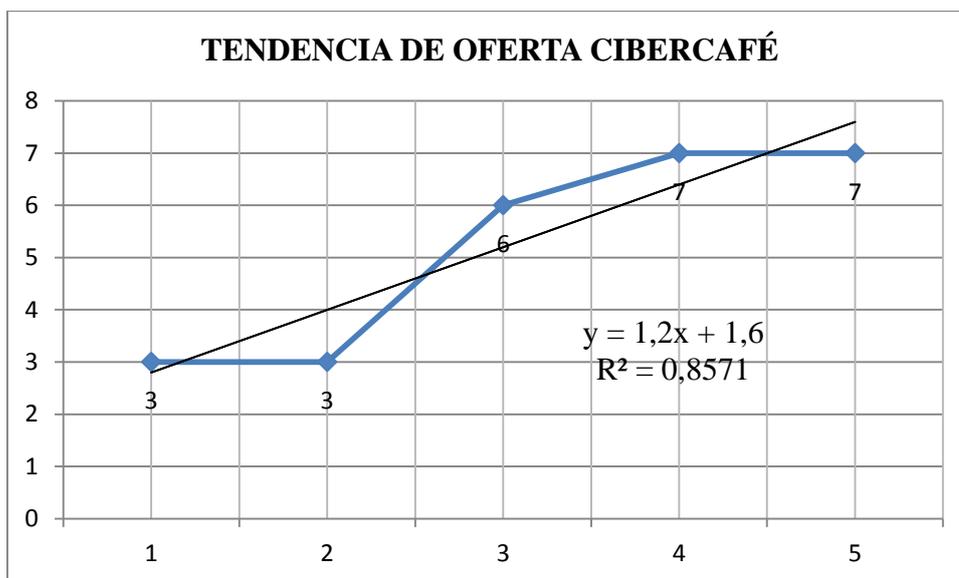
AÑO	X	Y	Y*X	X ²
2008	1	3	3,000	1
2009	2	2	4,000	4
2010	3	4	12,000	9
2011	4	5	20,000	16

2012	5	7	35,000	25
TOTAL	15	21	74,000	55

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 15: TENDENCIA DE OFERTA



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

Reemplazando a la Ecuación de Función Lineal para calcular la tendencia de los siguientes 5 años:

Ecuación 3, FUNCION LINEAL

$$y = bx + a$$

- Año de proyección 2012

$$y_5 = 1.2 (5) + 1.6$$

$$y_5 = 7.6$$

- Año de proyección 2013

$$y_6 = 1.2 (6) + 1.6$$

$$y_6 = 8.8$$

- Año de proyección 2014

$$y_7 = 1.2 (7) + 1.6$$

$$y_7 = 10$$

- Año de proyección 2015

$$y_8 = 1.2 (8) + 1.6$$

$$y_8 = 11.20$$

- Año de proyección 2016

$$y_9 = 1.2 (9) + 1.6$$

$$y_9 = 12.40$$

- Año de proyección 2017

$$y_{10} = 1.2 (10) + 1.6$$

$$y_{10} = 13.60$$

Tabla 68: PROYECCIÓN DE LA OFERTA CIBARCAFÉ

AÑO PROYECCIÓN	AÑO	LOCALES	CAMBIO PORCENTUAL
5	2012	8	
6	2013	9	15.79%
7	2014	10	13.64%
8	2015	11	12.00%
9	2016	12	10.71%
10	2017	14	9.68%

Fuente:

Estudio de Mercado

Elaborado por:

Autor, 2013

El cuadro anterior presenta el número de Cibercafés en donde se puede pagar para tener acceso al servicio de internet en la ciudad a una proyección de 5 años que tiene una tendencia a crecer en un promedio aproximadamente del 12% en el lustro proyectado.

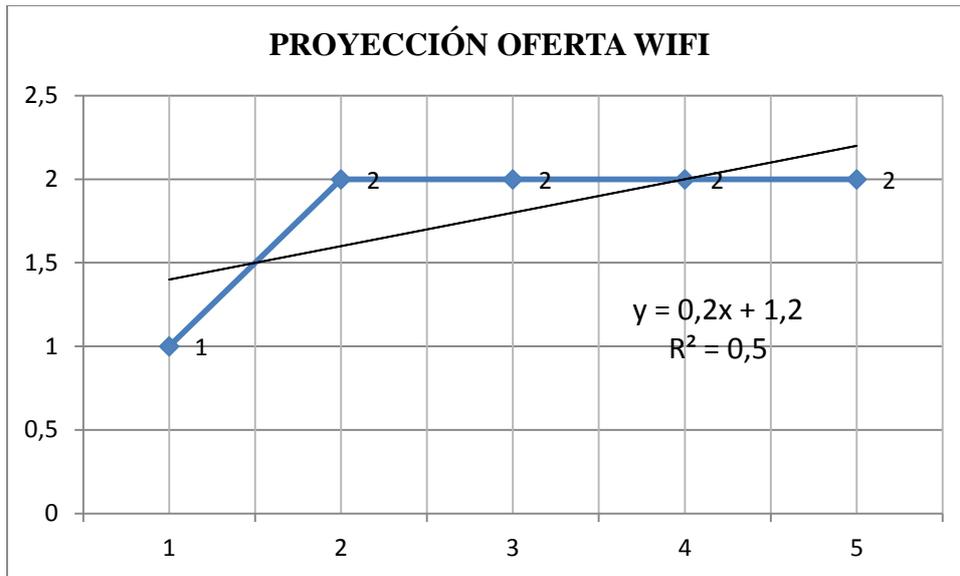
Tabla 69: FUNCIÓN LINEAL ZONA WIFI

AÑO	X	Y	XY	X2
2008	1	1	1,000	1
2009	2	2	4,000	4
2010	3	2	6,000	9
2011	4	2	8,000	16
2012	5	2	10,000	25
TOTAL	15	9	29,000	55

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 16: PROYECCIÓN OFERTA DEMANDA



Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Autor, 2013

Reemplazando a la Ecuación de Función Lineal para calcular la tendencia de los siguientes 5 años:

Ecuación 4: FUNCIÓN LINEAL

$$y = bx + a$$

- Año de proyección 2012

$$y_5 = 0.2 (5) + 1.2$$

$$y_5 = 2.2$$

- Año de proyección 2013

$$y_6 = 0.2 (6) + 1.2$$

$$y_6 = 2.4$$

- Año de proyección 2014

$$y_7 = 0.2 (7) + 1.2$$

$$y_7 = 2.6$$

- Año de proyección 2015

$$y_8 = 0.2 (8) + 1.2$$

$$y_8 = 2.8$$

- Año de proyección 2016

$$y_9 = 0.2 (9) + 1.2$$

$$y_9 = 3$$

- Año de proyección 2017

$$y_{10} = 0.2 (10) + 1.2$$

$$y_{10} = 3.4$$

Tabla 70: PROYECCIÓN DE LA OFERTA WIFI A 5 AÑOS

AÑO PROYECCIÓN	AÑO	PROYECCIÓN	VARIACIÓN %
5	2012	2	
6	2013	2	9,09%
7	2014	3	8,33%
8	2015	3	7,69%
9	2016	3	7,14%
10	2017	3	6,67%

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

El anterior cuadro presenta el número de lugares proyectados en donde se puede tener acceso al servicio de internet inalámbrico en la ciudad a 5 años que tiene una tendencia a crecer en un promedio aproximado de 7.8% en el tiempo.

3.11. BALANCE OFERTA - DEMANDA

Para el análisis del balance de oferta y demanda, se procedió a observar el número de computadoras al servicio de la población que utiliza internet en la ciudad.

Tabla 71: CAPACIDAD DE COMPUTADORAS POR CIBERCAFÉ

LOCALES	COMPUTADORAS
1	6
1	8
1	7
1	5
1	4
1	5
1	5
7	40

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Autor, 2013

En el 2013 existen 7 cibercafés con un total de 40 computadoras al servicio de la población dando así un promedio de 5.71 computadoras por cada cibercafé, dato con el cuál se procederá a realizar y tomar un promedio de computadoras al servicio de la ciudadanía que utiliza la web en la ciudad de Mira.

En la situación con referencia a los lugares de acceso inalámbrico de internet se tiene como competencia directa a la proyección realizada en la proyección de oferta Wifi.

El análisis de las diferentes variables que tiene el estudio de mercado concibe elaborar el siguiente cuadro que establece el balance de Oferta-Demanda, logrando así tener una visión de la demanda potencial de un Centro de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbrica en la Ciudad de Mira.

Tabla 72: BALANCE OFERTA-DEMANDA

AÑO	POBLACIÓN ALFABETIZADA QUE USA INTERNET	POBLACION UTILIZA INTERNET CYBER	POBLACION UTILIZA INTERNET WIFI	OFERTA / PROYECCIÓN CYBER	OFERTA PROYECCIÓN WIFI	— X COMPUTADORAS POR CYBER 5,71	OFERTA DE 10 COMPUTADORAS DEL CENTRO DE SERVICIO	OFERTA DE UN LOCAL WIFI EN EL CENTRO DE SERVICIO	DEMANDA DE INTERNET EN COMPUTADORAS POR PERSONA	DEMANDA ESTIMADA AL OFERTAR 10 COMPUTADORAS	DEMANDA ESTIMADA AL OFERTAR WIFI
2013	1179	369	197	7	2	40	10	1	7	74	58
2014	1235	415	234	9	3	50	10	1	7	69	65
2015	1290	462	274	10	3	57	10	1	7	69	72
2016	1334	508	313	11	3	64	10	1	7	69	78
2017	1375	554	353	12	3	71	10	1	7	69	84

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 73: TABLA DE POBLACIÓN ESTIMADA PARA EL PROYECTO

AÑO	POBLACIÓN ALFABETIZADA QUE USA INTERNET EN CIBER Y WIFI	DEMANDA ESTIMADA AL OFERTAR 10 COMPUTADORAS	% RELACIÓN POBLACIÓN USO DE INTERNET CIBERCAFÉ	DEMANDA ESTIMADA AL OFERTAR WIFI	% RELACIÓN POBLACIÓN WIFI	% DE POBLACIÓN ESTIMADA
2013	567	74	13.04 %	58	10.24 %	23.29 %
2014	649	69	10.60 %	65	10.03 %	20.64 %
2015	736	69	9.36 %	72	9.79 %	19.15 %
2016	821	69	8.36 %	78	9.54 %	17.90 %
2017	907	69	7.56 %	84	9.27 %	16.83 %

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

Al haber elaborado el cuadro de Balance de Oferta y Demanda, se puede determinar que en promedio por cada computadora ofertada a la ciudad se tendrán al menos 7 clientes por cada una de estas. El análisis del Balance Oferta-Demanda en la cual dice que en el transcurso del tiempo existirán de 2 a 3 competidores de este servicio, por lo cual se puede llegar a la conclusión de que al menos en los próximos 5 años la Zona Wifi del Centro de Servicios tendrá una demanda potencial de al menos 71 personas por año. Con relación al servicio de Biblioteca Virtual Inalámbrica, no existe un servicio igual a este excepto el servicio de tres Bibliotecas Físicas tanto una municipal como dos de las Unidades de Educación de la ciudad, por lo tanto se determina a la demanda insatisfecha tanto en uso de Cybercafé como de Zona Wifi, como demanda estimada para el uso del servicio de Biblioteca Virtual.

Tabla 74: TABLA DE CONTINGENCIA - LUGAR DE USO - FRECUENCIA DE USO- HORAS DE USO DE INTERNET

¿En qué lugar utiliza internet?		Cuándo utiliza internet, ¿Cuántas horas dedica a este?					Total
		0-1 horas	1-2 horas	2-3 horas	3-4 horas	5 horas en adelante	
Cibercafé	1-2 ocas. en la semana	21	15	5	0	0	41
	3-4 ocas. en la semana	2	10	10	1	3	26
	5 ocas. en adelante	1	1	1	1	2	6
	Total	24	26	16	2	5	73
Zona Wifi	1-2 ocas. en la semana	8	6	2	2	0	18
	3-4 ocas. en la semana	3	6	5	2	0	16
	5 ocas. en adelante	1	1	1	0	2	5
	Total	12	13	8	4	2	39
Total		62	74	45	24	28	233

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

El cuadro de contingencia que cruza las variables de lugar, frecuencia y horas de uso de internet demuestra en modo cuantitativo a los encuestados y su comportamiento al utilizar internet en un cibercafé y en una zona wifi.

Tabla 75 FRECUENCIA POR LUGAR DE USO DE INTERNET

		¿En qué lugar utiliza internet?				Total Visitas
		Cibercafé	Accesos Cibercafé	Zona Wifi	Accesos Wifi	
□ de accesos semanales	1	41	41	18	18	59
	3	26	78	16	48	126
	5	6	30	5	25	55
Total		73	149	39	91	240
□ acceso por persona		Cibercafé	2,0411	Zona Wifi	2,3333	2,1429

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

El cuadro anterior muestra el comportamiento de los usuarios que utilizan internet en la ciudad de Mira tanto en un cibercafé y zonas de internet inalámbrico. En promedio los encuestados utilizan frecuentan 2 ocasiones a la semana un cibercafé y el mismo número de ocasiones lo hacen en zonas de internet Wifi.

Tabla 76: FRECUENCIA DE USO POR HORAS Y LUGAR

Lugar de uso de Internet			1-2 ocas. en la semana	□ acceso	3-4 ocas. en la semana	□ acceso	5 ocas. en adelante	□ acceso	Total Horas utilizadas a la semana	Total Personas
				1		3		5		
Cibercafé	□ horas de uso de internet por visita	0,5	21	10,50	2	3,00	1	2,50	16,00	24
		1	15	15,00	10	30,00	1	5,00	50,00	26
		2	5	10,00	10	60,00	1	10,00	80,00	16
		3	0	0,00	1	9,00	1	15,00	24,00	2
		5	0	0,00	3	45,00	2	50,00	95,00	5
	Total				35,50		147,00		82,50	265,00
									□ Uso de Horas por persona	3,6301
Zona Wifi	□ horas de uso de internet por visita	0,5	8	4,00	3	4,50	1	2,50	11,00	12
		1	6	6,00	6	18,00	1	5,00	29,00	13
		2	2	4,00	5	30,00	1	10,00	44,00	8
		3	2	6,00	2	18,00	0	0,00	24,00	4
		5	0	0,00	0	0,00	2	50,00	50,00	2
	Total				20,00		70,50		67,50	158,00
									□ Uso de Horas por persona	4,0513

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

Este cuadro de contingencia entre tres variables, da a interpretar que las personas encuestadas muestran un comportamiento aproximadamente de horas de uso de internet semanal, así se puede determinar que en promedio una persona consume 3.63 horas a la semana de internet en un cibercafé, el comportamiento de los encuestados que utilizan internet en una Zona Wifi lo hacen en un promedio

de 4.05 horas a la semana.

Para determinar el precio de los servicios de Internet cableado e inalámbrico que se pretende implementar se ha considerado los precios que actualmente se maneja en los locales de cibercafé de la ciudad. Para realizar la proyección se realizará en base a la inflación de anual de Enero de 2012 a Enero 2013, del 4,10%, información proveniente del Banco Central Ecuador.

Tabla 77:PROYECCIÓN DE PRECIOS

	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
INTERNET CABLEADO/HORA	0,65	0,68	0,70	0,73	0,76	0,79
INTERNET INALÁMBRICO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
BIBLIOTECA VIRTUAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente:

Estudio de Mercado

Elaborado por:

Autor, 2013

Los precios locales de alquiler de Internet fluctúan un valor de 65 centavos por hora de alquiler, la proyección de los precios 5 años considerando siempre y cuando que la tasa de inflación sea consistente en el tiempo.

Los valores de Internet Inalámbrico no tienen valor por el motivo de que las únicas instituciones que ofrecen este tipo de servicio son instituciones públicas como la Unidad Educativa Carlos Martínez Acosta y el Ilustre Municipio de Mira en un valor gratuito para la comunidad.

La encuesta aplicada al mercado objeto del Estudio dice que aproximadamente el 67% de la población encuestada estaría de acuerdo con el pago de un valor sobre los 75 centavos de dólar a una unidad de dólar, el siguiente 23% de los encuestados estaría de acuerdo en pagar sobre la unidad de dólar.

Tabla 78: TABLA CONTINGENTE – ACEPTACIÓN CREACIÓN DE CENTRO DE SERVICIO

	¿Considera Ud. Importante la creación de un Cibercafé de máxima velocidad con Biblioteca Virtual y diversos servicios informáticos?		Total
	Si	No	
¿En qué lugar utiliza internet? Cibercafé ¿Cuánto estaría 0.75-1.00	17,17%	1,29%	18,45%

Zona Wifi	dispuesto Ud. a pagar por un servicio de internet	1.00-1.25	6,87%	0,43%	7,30%
		1.25-1.50	1,72%	0,43%	2,15%
		1.50-1.75	3,43%	0,00%	3,43%
	Total		29,18%	2,15%	31,33%
	¿Cuánto estaría dispuesto Ud. a pagar por un servicio de internet?	0.75-1.00	9,44%	1,29%	10,73%
		1.00-1.25	3,86%	0,43%	4,29%
	1.50-1.75	1,29%	0,43%	1,72%	
Total		14,59%	2,15%	16,74%	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

El cuadro anterior presenta con mucha más precisión los deseos de la población encuestada en lo relativo a su aspiración de pago para un Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbrica.

El cuadro anterior presenta a la demanda potencial, con estos datos se determinó que aproximadamente de la demanda potencial que utiliza internet en cibercafé el 18% de la población, preferirían pagar de USD. 0,75 a USD. 1, en relación con la población total encuestada. El 9% del total de los encuestados que utiliza internet en zona wifi estaría de acuerdo con pagar de 0,75 centavos de dólar a 1 dólar por el servicio inalámbrico de acceso a la Web.

Entonces en relación con el cuadro anterior presentado, se considera que en 29.18% de la población que utiliza internet en un Cibercafé como en una zona Wifi estarían de acuerdo con un precio dentro del rango de 0.75ctvs de dólar a una unidad de dólar para poder adquirir el servicio.

3.12. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Se llegó a la conclusión que el nivel de educación va de la mano con la utilización de las tecnologías de información y comunicación y el 93% de los ciudadanos de Mira tiene algún nivel de instrucción y que de estos una tercer parte utiliza internet, por lo tanto existe demanda potencial a la cual se puede promocionar el servicio con mayor expectativa.

- Se llegó a determinar que aproximadamente la mitad de la población que utiliza el servicio de internet, lo utiliza con el objeto de adquirir información.
- Se concluyó que la población encuestada al menos ha utilizado en una ocasión algún servicio que ofrecen los distintos cibercafés de la ciudad.
- Los usuarios que utilizan el servicio de internet en la ciudad, en un 90% de sus respuestas están de acuerdo con la creación del servicio de internet y biblioteca virtual inalámbrica, lo que deja claro la aceptación del proyecto de parte de la población.
- Se determina por análisis de oferta demanda que existe una demanda insatisfecha y un mercado objetivo al cuál se le puede ofrecer un amplio margen de servicios informáticamente novedosos.
- Se llega a la conclusión de que los usuarios de internet de cibercafés lo alquilan en promedio 2 veces a la semana por 3,6 horas y los usuarios de las zonas wifi, lo hacen en promedio 4.05 horas a la semana visitando estos lugares en una media de 2 veces a la semana.
- En base a la inflación se logró llegar a la conclusión que el valor del uso de internet en el transcurso del tiempo no es excesivamente alto y que los usuarios utilizan internet estarían de acuerdo con manejar el servicio en un margen de precio de USD. 0,75 a USD. 1.00.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico analiza la disponibilidad técnica de los servicios del Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual inalámbrica, a través del estudio se obtiene una óptima localización mediante la evaluación de variados factores, asimismo, seleccionar las instalaciones idóneas que el proyecto requiera para la ejecución de un buen servicio y por último, analizar el tamaño del proyecto, que en un Centro de Servicio como el propuesto se lo mide mediante el uso óptimo de los recursos a favor del usuario que utiliza los diferentes servicios que este centro de Internet puede Ofrecer.

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La ubicación del proyecto tiene que ser tomado en cuenta desde un punto de vista mucho más global que el simple hecho de colocar el proyecto en un lugar u otro, él propone buscar el lugar óptimo para obtener ganancias monetarias ideales dentro de un juego de opciones de localización.

Entonces, el determinar el lugar ideal para la implementación del proyecto de Centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual se tomaron en cuenta algunos elementos importantes que más adelante se detallan en este estudio, estos dieron el soporte necesario que justifique la ubicación del proyecto dentro de la Ciudad de mira en la Provincia del Carchi.

4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto está localizado en la República del Ecuador, Provincia del Carchi, Ciudad de Mira. La ciudad está ubicada en la zona norte del Ecuador, su climas es templado, su temperatura media es de aproximadamente 18° C, debido a su posición sobre el nivel del mar de 2450 m. con una pluviosidad anual de 636 mm la cual da la posibilidad de tener una variada Producción agrícola.

Al cantón Mira pertenecen: Mira como cabecera cantonal y las parroquias de Concepción, Juan Montalvo y Jacinto Jijón y Caamaño. Aunque Mira data en la historia del país desde el año de 1487, la primera independencia económica de este se dio en el año 1949, y su cantonización en el año de 1980, por decreto Presidencial del Abogado (+) Jaime Roldós Aguilera.

Mira es conocida como Balcón de los andes, este calificativo que lleva la ciudad se lo ha ganado gracias a su situación geográfica. Mira posee un extenso Mirador desde donde se puede observar gran parte de Imbabura y sobre todo de un amplio sector del valle del Chota. Por esta razón el historiador carchense Eduardo Martínez calificó como: “La importante terraza carchense”; y confirmando esto el periodista chileno Fernando Villarroel la llamó: “Balcón de los Andes”. Esta es la razón de este hermoso epíteto.

En el templo parroquial de Mira aún se conservan verdaderas reliquias coloniales, sin embargo de que valiosos objetos de metales preciosos han desaparecido hace muchos años, los mismos que fueron fabricados por los primitivos artífices de esta población.

Habiendo sido la sede de importantes funciones religiosas en época colonial, lógico es suponer que existieron valiosísimas joyas religiosas que han sido trasladadas a otros templos del país.

En el Bautisterio se conserva una Piedra bautismal, que vale la pena decirlo es una piedra tallada en una sola pieza y que tiene la siguiente inscripción: “POR Mdo DEL Po FRANco Ros YANEZ DE NSJH VXPo 1597”. En las torres del Templo existe una campana con la siguiente inscripción: “Siendo cura el Dr. Dn. Fernando AGVA y el Gobernador don NycolasLopesNarchyn YNYRA.”

Contribuyendo a la historia de la ciudad existen también dos maravillosos cuadros pintados al óleo, titulados: “La Divina Pastora” y “Las almas”. Estas obras famosas fueron hechas por el famoso pintor Luis de Rivera en 1858, por cuyos

trabajos se le otorgaron varias caballerías de tierra en términos de Mira. Muchos otros objetos de gran valor histórico han sido retirados de esta iglesia por autoridades religiosas a lo largo de los años.

Ilustración 17: MACROLOCALIZACIÓN



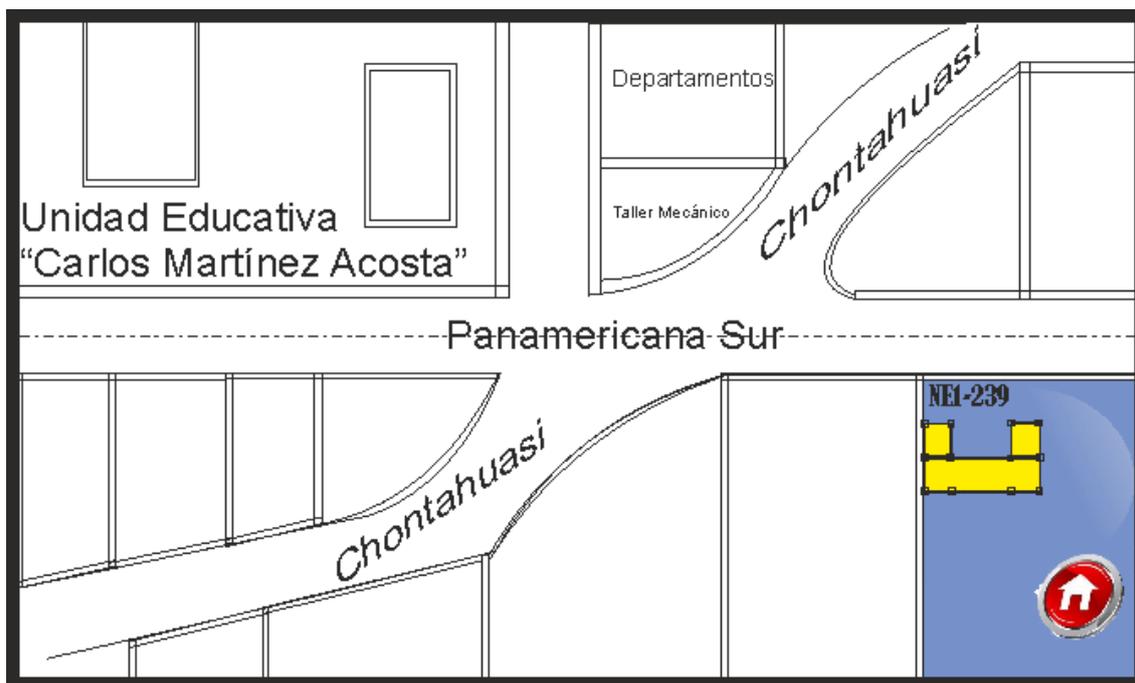
FUENTE: Gobierno Provincial del Carchi - 2013
ELABORADO POR: Autor, 2013

4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La ubicación exacta es en la ciudad de Mira, Cabecera Cantonal de Mira, en la Calle Panamericana Sur, Barrio Norte, diagonal a la Unidad Educativa “Carlos Martínez Acosta”, cuenta con vías de primero y segundo orden, con acceso directo a servicios básicos y servicios de apoyo.

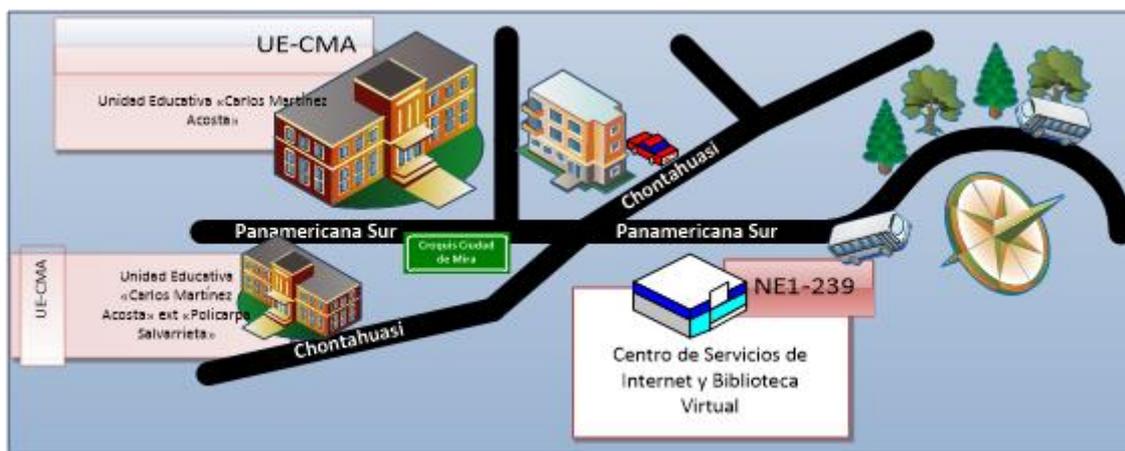
Una de las primeras limitaciones de la localización del proyecto es falta de infraestructura propia para instalar y ubicar el proyecto, por lo tanto se optará por rentar la infraestructura y así obtener el sitio para la instalación de los equipos necesarios y ofrecer los servicios de Centro de Cibercafé y Biblioteca Virtual sin ningún inconveniente.

Ilustración 18: MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 19: MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Autor, 2013

4.1.3. FACTORES PARA LA MACROLOCALIZACIÓN

Entre los factores más significativos para la macro-localización, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 79 **FACTORES DE MACROLOCALIZACIÓN**

FACTORES GEOGRÁFICOS	<ul style="list-style-type: none">• Clima• Agua
FACTORES COMUNITARIOS	<ul style="list-style-type: none">• Actitud de la comunidad• Infraestructura básica.• Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo.• Condiciones de Vida.
FACTORES ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none">• Formas de transporte• Disponibilidad de materia prima e insumos• Recursos energéticos• Tipo y tamaño de mercado• Canales de distribución
FACTORES LEGALES	<ul style="list-style-type: none">• Seguridad y riesgo
FACTORES AMBIENTALES	<ul style="list-style-type: none">• Polución• Manejo de desechos• Tratamiento de aguas servidas• Contaminación auditiva

FUENTE: Estudio Técnico del Proyecto

ELABORADO POR: Autor, 2013

4.1.4. FACTORES PARA LA MICROLOCALIZACIÓN

Para determinar el micro-localización se identificó los siguientes ítems.

Tabla 80: FACTORES MICROLOCALIZACIÓN

FACTORES ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación Comercial • Cultura de consumo • Competencia • Facilidad de transporte • Policía y bomberos • Cercanía a carretera panamericana.
FACTORES COLATERALES	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de apoyo • Seguridad Privada • Impuestos • Restricciones físicas y legales • Demanda real • Energías alternativas • Tipología del lugar con respecto a zona rural o urbana

FUENTE: Estudio Técnico del Proyecto

ELABORADO POR: Autor, 2013

4.1.5. MATRIZ DE FACTORES

El proyecto se refiere a un estudio de factibilidad para la creación de un local de servicio de internet y biblioteca virtual inalámbrica, para tal se ha considerado inicialmente los factores anteriormente expuestos aplicados en tres contextos diferentes con características similares.

- Mira (A)
- El Ángel (B)
- Bolívar (C)

De acuerdo a los valores ponderados la mejor opción entre las propuestas es la alternativa “A” (ANEXO D), sin embargo se necesitará analizar otras situaciones para determinar la decisión definitiva de la ubicación conveniente e ideal del Centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual.

4.2. INGENIERIA DEL PROYECTO

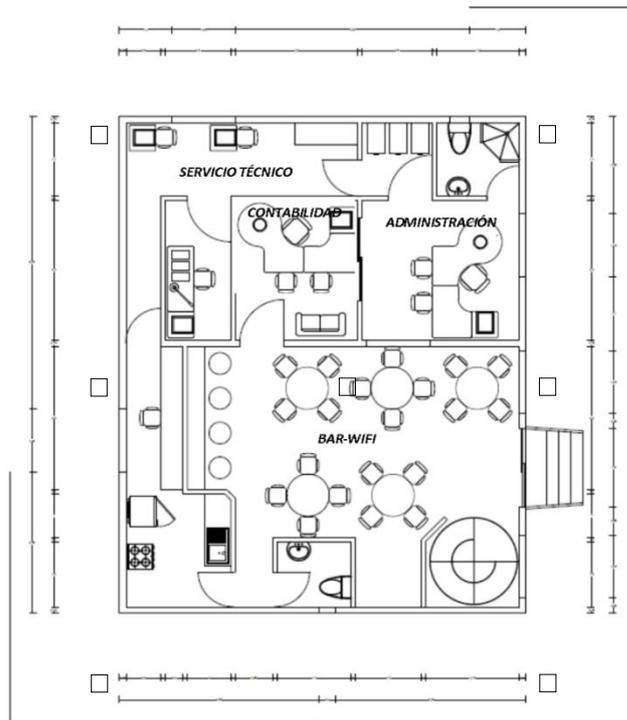
El estudio de ingeniería del proyecto debe reflejar un producto y/o servicio que represente o manifieste la utilización eficaz y eficiente de los recursos que dispone el Centro de Servicios de internet. En el caso del proyecto, la adecuada distribución del equipo demostrará un ambiente amigable, de confort para el usuario del Centro de Servicios, el seguimiento de las normas IEEE informáticamente hablando ayudará no tener inconvenientes de transmisión de datos a través de los puertos de acceso cableados o inalámbricos, así el usuario obtendrá la sensación de un buen servicio. El conjunto de la combinación de las diferentes alternativas que derivan de la ingeniería identifica cuantificadamente la los costos de inversión que el Centro necesite para el correcto funcionamiento.

4.2.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Las instalaciones del proyecto deberán ser suficientemente amplias para la posición adecuada de las máquinas y demás muebles del Centro de Servicio, con el objeto de satisfacer la demanda insatisfecha, tomando muy en cuenta normas IEEE de cableado e instalación adecuada de equipo de computación, así facilitamos las operaciones básicas de aseo y limpieza.

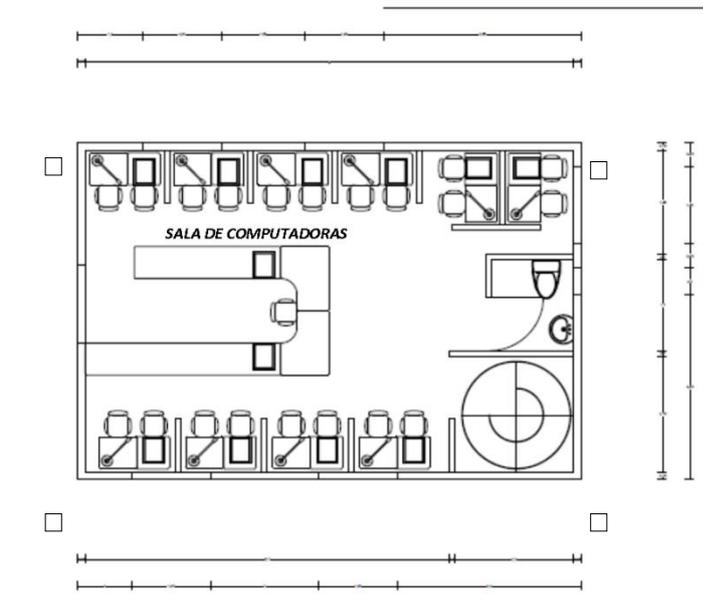
El diseño del local debe proveer espacio para el correcto ofrecimiento de los servicios e inclusive el almacenamiento de los materiales extras pero necesarios para el adecuado servicio. El local constará con áreas tales como: área de computadoras de escritorio, área de computadoras portátiles con acceso WIFI y área administrativa.

Ilustración 20: PLANO PLANTA BAJA



Elaborado por: Estudiantes de arquitectura-UCE

Ilustración 21: PLANO PLANTA ALTA



Elaborado por: Estudiantes de arquitectura-UCE

4.2.2. DISTRIBUCIÓN ADMINISTRATIVA

La distribución Administrativa se realizará acorde a la necesidad de la empresa, como se muestra a continuación.

4.2.3. ÁREA ADMINISTRATIVA

Esta área está comprendida por dos secciones de las cuales la primera sección es una oficina dividida en dos sectores de gerencia-contabilidad y archivo.

La segunda sección estará dividida igualmente en dos fracciones, la primera el sector de mantenimiento informático y el segundo es el sector de Equipos de Computación, como los servidores, módems, routers, y el inicio de cableado de antena wifi y adsl detallado a continuación.

4.2.4. AREA DE COMPUTADORAS DE ESCRITORIO

El área de computadores personales de escritorio está muy bien definida para la comodidad del cliente. Las computadoras desktop o también llamadas de sobremesa son 10 unidades colocadas en el perímetro de la planta alta logrando obtener un espacio adecuado de circulación dedicado al usuario.

4.2.5. AREA DE ZONA WIFI

Esta área se identifica por ser diferente en el estilo con el área de computadoras de escritorio, se caracteriza por tener mesas en donde pueden navegar un máximo de 4 personas por mesa, en donde la infraestructura brindará el servicio a 24 usuarios, 20 en mesa y 4 en barra. Así el usuario que desee utilizar internet inalámbrico en sus computadoras, tablets o celulares que brinden el acceso wifi lo realizarán en un ambiente cómodo, además del servicio inalámbrico se ofrece el servicio de cafetería para deleite del usuario en donde podrá solicitar diversos aperitivos.

4.2.6. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

La herramienta más apropiada para el diseño gráfico de procesos es el flujo-grama, este muestra una representación de la secuencias de pasos que se usan para

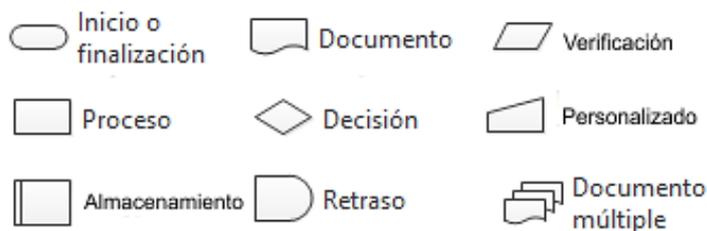
alcanzar un resultado del proyecto. El Flujo-grama de procesos muestra el sumario de “El Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbricos en la Ciudad de Mira, Provincia del Carchi”, y de sus resultados en el desarrollo de este y el ofrecimiento de los diferentes servicios que se presta el proyecto.

4.2.7. SIMBOLOGÍA A UTILIZARSE

Los símbolos clásicos que se utilizan en el flujo-grama son los siguientes:

SIMBOLOGIA DE FLUJOGRAMA

Ilustración 22: SIMBOLOGÍA



FUENTE: Estudio Técnico del Proyecto
ELABORADO POR: Autor, 2013

A partir de estos símbolos se diseñan mapas en donde refleja la intervención de los participantes en el procedimiento y la forma en cómo actúan, esta herramienta facilita el análisis y la mejora dentro los procedimientos.

4.2.8. FLUJOGRAMAS DEL SERVICIO

Tabla 81 ADQUISICIÓN DEL SERVICIO

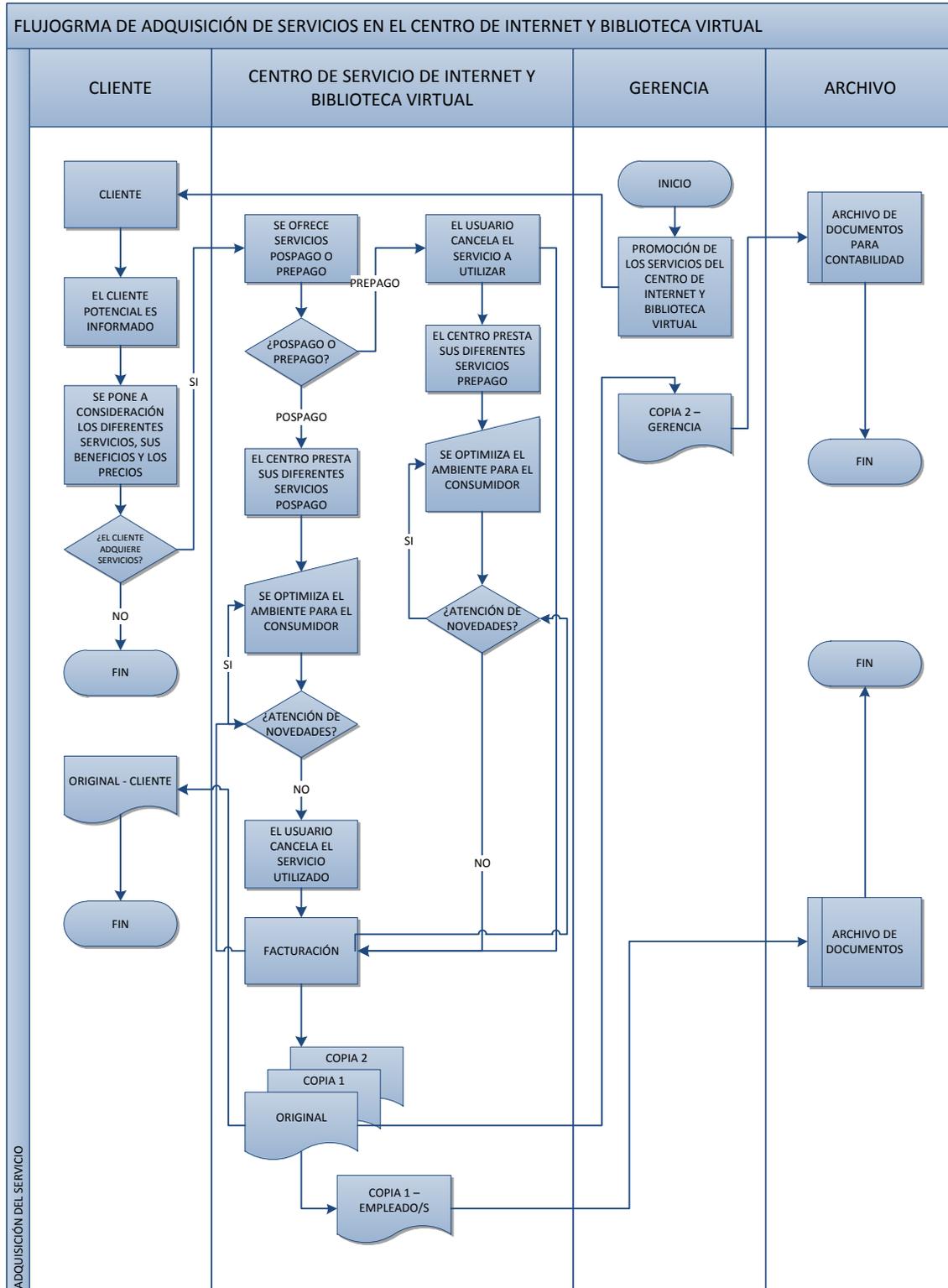
#	ACTIVIDADES
1	Gerencia promueve los servicios a ofrecer
2	Cliente es informado de los servicios del Centro
3	El Cliente decide o no adquirir el servicio
4	Decide por servicios de cancelación pos pago o pre pago
5	La empresa ofrece los servicios necesarios
6	Se optimiza el ambiente para el consumidor
7	Atención de Novedades
8	Facturación

9	Atención de Novedades
10	Se optimiza el ambiente para el consumidor
11	Facturación
10	Factura Original Cliente
11	Factura Copia 1 Empleado
12	Factura Copia 2 Gerente
13	Copia 1 Archivo para Contabilidad.
14	Copia 2 Archivo

FUENTE: Estudio Técnico del Proyecto
ELABORADO POR: Autor, 2013

FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS

Tabla 82 FLUJOGRAMA SERVICIOS



FUENTE: Estudio Técnico del Proyecto
 ELABORADO POR: Autor, 2013

4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de proyecto es el equivalente a su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Este tamaño de proyecto se divide en capacidad de diseño y ofrecimiento de servicio real, así se determina el tamaño del proyecto del Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual, de manera óptima y racional se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como por ejemplo: volumen de demanda, capacidad de servicio u oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias. En este caso el tamaño del proyecto se determina a través de la capacidad de servicio que se alcanza a cubrir de la demanda potencial y la capacidad de oferta del Centro de Internet.

4.3.1. INVERSIÓN

Para considerar el inicio del proyecto es necesario analizar la inversión que éste necesita para el inicio de actividades, es preciso observar la inversión en equipo de computación tanto de uso administrativo y de usuario, muebles y enseres, equipo de oficina y costos de remodelación del local para la adecuada adaptación del proyecto.

Para iniciar el análisis de la inversión fija que requiere el Proyecto de Centro de Internet y Biblioteca Virtual se analiza primordialmente las denominadas herramientas de trabajo, que en este caso son los equipos de computación necesarios para instalar el Centro de Servicios a prestación de los usuarios del Proyecto.

Tabla 83 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
X	Equipos de Computación	18513.65	18513.65
		TOTAL	18513,65

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: Autor, 2013

Los muebles y enseres y equipo de oficina son bienes que coadyuvan al labor diario que desempeñan las personas que componen la empresa, así también son los objetos que brindan la mejor estancia de los usuarios en el Centro de internet y Biblioteca Virtual.

Tabla 84: ACTIVOS FIJOS

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO USD.	VALOR TOTAL USD.
X	Muebles y enseres	5.840.67	5.840.67
X	Equipo de oficina	484.47	484.47
TOTAL			6.325.14

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: Autor, 2013

El recurso humano para el correcto funcionamiento del Centro de Servicio de internet y Biblioteca Virtual necesitará del siguiente personal.

Tabla 85: RECURSO HUMANO

NIVEL	Cargo	Recurso	Sueldo Mensual USD.	Sueldo Mensual Total USD.
Directivo	Gerente	1	350,00	350,00
SUBTOTAL DIRECTIVO				350,00
Medio	Contador	1	350,00	350,00
SUBTOTAL MEDIO				350,00
Operativo	Operador Cibercafé	2	318,00	636,00
SUBTOTAL OPERATIVO				636,00
TOTAL				1.336,00

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: Autor, 2013

Las fuentes de financiamiento para cualquier tipo de proyecto pueden provenir de instituciones públicas o privadas, dentro del el sector financiero nacional, las tasas de interés las manejan el Banco Central del Ecuador.

Tabla 86: TASAS DE INTERÉS

MARZO 2013 (*)			
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
	% anual		% anual
Tasa Activa Efectiva Referencial		Tasa Activa Efectiva Máxima	
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Para este proyecto la inversión es de 40% financiado por capital propio, familiar el restante 60% de capital es financiado por el Banco Nacional de Fomento, así se puede determinar el tamaño del proyecto.

4.3.2. MERCADO

En el estudio de mercado se determinó la población objetiva de la ciudad de Mira, estas son las personas alfabetizadas que han utilizado internet en la ciudad de Mira, sin importar movimientos ideológicos, religiosos, sexo, etnia, etc. Al menos el 96% de los pobladores de la ciudad están de acuerdo con la creación del Centro de Internet y Biblioteca Virtual, además los propietarios de centros con servicios similares al proyecto expresan su aprobación como una idea interesante y a favor de los estudiantes de la ciudad y para los amantes de la investigación.

4.3.3. TECNOLOGÍA

La tecnología es muy importante para el centro de servicios de Internet, debido a que se depende de ella para sobresalir o fracasar en el transcurso de la empresa en marcha, por tal motivo, el centro siempre estar a la par con la tecnología de punta para el adecuado servicio al cliente y cumplir sus requerimientos y así complementar una ambiente amable para el usuario de nuestros servicios.

4.3.4. ASPECTOS LEGALES

Para la apertura del Centro de servicios de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbricas se necesitan cumplir ciertos requisitos legales:

- **LEGALIZACIÓN DEL CENTRO DE SERVICIO DE INTERNET Y BIBLIOTECA VIRTUAL “PUERTO DE ACCESO”**

a) Registro único de contribuyentes

“Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria” www.sri.gob.ec

- ✓ Cédula de ciudadanía
- ✓ Recibo de agua, luz y teléfono
- ✓ Llenar un formulario

b) Patente Municipal

Requisitos para inscripción en el registro de actividades económicas sociedades.

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia del nombramiento del representante legal.
- ✓ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal.
- ✓ Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

- ✓ Certificado del cuerpo de bomberos.
- **REQUISITOS PARA EL CERTIFICADO DE REGISTRO DE CIBERCAFÉS EN EL ENTE DE CONTROL CONATEL**

1.1. PROCEDIMIENTO DE REGISTRO EN LINEA

Acceder al Portal www.conatel.gob.ec

Aceptar las condiciones del uso del Sistema de Registro en Línea en la página web del Conatel, <http://www.conatel.gob.ec/>

Ingresar la información correspondiente en el formulario que consta en el link:

http://www.conatel.gob.ec/site_conatel/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=228 y que se detallan a continuación:

a) Para personas naturales:

2. Nombre del peticionario.
3. Número de cedula de ciudadanía (Número de Pasaporte para solicitantes extranjeros).
4. Número del Registro Único de Contribuyentes del peticionario.
5. Número del certificado de votación del peticionario del último proceso electoral.
6. Dirección del peticionario (provincia, ciudad / cantón, parroquia, calle principal e intersección).
7. Número (s) telefónico(s), fijo y móvil, Número de fax (s).
8. Correo (s) electrónico (s).

b) Para personas jurídicas:

9. Razón Social o Denominación de la compañía.
10. Nombres y apellidos del representante legal de la compañía.
11. Número de cedula de ciudadanía del representante legal. (Número de pasaporte en caso de extranjeros).

12. Número del Registro Único de Contribuyentes de la compañía.
13. Número del certificado de votación del representante legal, del último proceso electoral.
14. Dirección del representante legal (provincia, ciudad / cantón, parroquia, calle principal e intersección).
15. Número (s) telefónico (s) fijo y móvil, número (s) de fax del representante legal.
16. Correo (s) electrónico (s)

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

- Nombre del establecimiento (Centro de Acceso a la Información y Aplicaciones Disponibles en la Red de Internet):
 - I. Razón social (como consta en la Resolución de la Superintendencia de Compañías).
 - II. Nombre comercial (como consta en el RUC o declare el petitionerio).
 - III. Dirección donde se encuentra ubicado el Centro de Acceso a la Información y Aplicaciones Disponibles en la Red de Internet (provincia, ciudad / cantón, parroquia, calle principal, número e intersección).
 - IV. Número (s) telefónico (s), número de fax.

DATOS TECNICOS

- i. Nombre del proveedor del servicio de Internet autorizado (permisionario para la prestación del Servicio de Valor Agregado de Internet -ISP).
- ii. Nombre de la empresa proveedora del enlace de última milla (servicios portadores o de servicios finales) que implemente el enlace desde el Centro de Acceso a la Información y Aplicaciones Disponibles en la Red de Internet hacia el ISP.
- iii. Tipo de red utilizada dentro del Centro de Acceso a la Información y Aplicaciones Disponibles en la Red de Internet: cableada o inalámbrica.
- iv. Tipo de Acceso al ISP (Dial-Up, XDSL, canal dedicado, otros).

- v. Número total de equipos de computación y terminales finales instalados en el Centro de Acceso a la Información y Aplicaciones Disponibles en la Red de Internet.
- vi. Número de equipos de computación destinados para navegación.
- vii. Número de equipos de computación o terminales finales destinados para voz sobre Internet:
- viii. El peticionario adjunta un archivo pdf que contenga los siguientes documentos escaneados:
 - a. Cédula de ciudadanía del solicitante o representante legal, o del Pasaporte en caso de extranjeros.
 - b. Registro Único de Contribuyentes.
 - c. Certificado de votación del último proceso electoral.
 - d. Se crea una petición del solicitante, mismo que es revisada por la Dirección General de Gestión de los Servicios de Telecomunicaciones. En el caso en que el solicitante no remita la información completa o esta sea incorrecta, se rechaza la solicitud generándose un correo electrónico en el cual se explica las razones por las cuales se rechazó el formulario y solicitando se corrija o remita la información correcta.
 - e. Se genera un certificado de registro de cibercafé, el cual se almacena como archivo .pdf y se anexa en el sistema de Registro de Cibercafé
 - f. El Sistema de Registro de Cibercafé genera una notificación del registro, la cual es remitida por correo electrónico al solicitante.
 - g. El solicitante descarga el archivo pdf que contiene certificado de registro de cibercafé.

NOTA: Estos requisitos deben estar vigentes y legibles.

PROCEDIMIENTO DE REGISTRO POR ESCRITO

El peticionario deberá acercarse a las dependencias de la SENATEL (Quito, Guayaquil o Cuenca) con los siguientes documentos:

- Solicitud dirigida al Secretario Nacional
- Copia de la cedula de ciudadanía del solicitante o representante legal; o del Pasaporte en caso de extranjeros.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Copia del certificado de votación.

En el Centro de Atención al Usuario de la SENATEL, el peticionario o representante legal del Centro de Acceso a la información y Aplicaciones Disponibles en la Red de Internet, ingresará al sistema, los datos antes señalados

Cumplidos estos requisitos se emitirá previa revisión y aceptación de la SENATEL, un certificado de registro que contendrá una secuencia numérica que identifique cada certificado, el que será descargado desde el sitio web Institucional y posteriormente impreso.

El certificado de registro tenor una duración indefinida.

Los documentos presentados serán digitalizados en el correspondiente Centro de Atención al Usuario de la SENATEL, a fin de que sean almacenados en el sistema.

Información financiera:

Original del Certificado de Obligaciones económicas de la Secretaria Nacional de Telecomunicaciones

Original del Certificado de no adeudar a la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Otros documentos que la SENATEL requiera, con la debida justificación.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

La evaluación financiera de la inversión tiene como finalidad establecer la rentabilidad de la inversión del proyecto en el tiempo.

La evaluación económica es parte de la investigación operativa de un proyecto, esta se encarga de la factibilidad o viabilidad económica de cualquier proyecto de inversión, el resultado es la toma de decisiones que estudiará si la inversión se debe tomar o no. Este estudio pretende determinar el monto de recursos para la implementación y puesta en marcha requeridos para su correcto funcionamiento.

5.1. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

5.1.1. INVERSIONES FIJAS

Las inversiones fijas representan los bienes tangibles que en teoría facilita el cálculo de coste del proyecto del Centro de Servicios en la fase operativa. Estas inversiones se basan en proformas o cotizaciones de estos bienes a utilizarse a favor del mercado objetivo.

5.1.1.1. ADECUACIONES FÍSICAS

Tabla 87: INVERSIÓN PUESTA EN MARCHA

AREA	DETALLE	USD.
PRESTACION DE SERVICIOS	Adecuaciones Físicas de Acuerdo con Normas IEE	1.000,00

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: Autor, 2013

Para iniciar el proceso de servicio del Centro de Internet se necesita realizar una adecuación al local que se plantea alquilar durante la vida del proyecto, en las cuáles se estima que existen al menos adecuaciones cableadas y adecuaciones

óptimas según las normas IEEE para el uso adecuado de la información magnética informática.

5.1.1.2. EQUIPO DE CÓMPUTO

El equipo de cómputo el cual es muy importante para los ingresos de los servicios de internet se detalla a continuación:

Tabla 88: EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO USD.	VALOR TOTAL USD
4	COMPUTADORAS GAMA ALTA	1.176,04	4.704,14
6	COMPUTADORAS DE GAMA MEDIA CIBERCAFÉ	970,14	5820,82
4	COMPUTADORAS DE GAMA MEDIA OFICINAS	961,64	3846,54
1	Rollo de 150m CABLE UTP CAT6	90,00	90,00
1	Copiadora RICOH AFICIO 1515	600,00	600,00
4	Teléfonos	34,25	137,00
4	Impresora CANON MG3110	160,00	640,00
4	D-Link Wireless N 300 Mbps	196,67	786,66
2	TRENDnet 8-Port Unmanaged Gigabit	116,04	232,07
100	Conectores RJ-45	0,32	32,13
4	Disco Duro SEAGATE BARRACUDA 3TB 7200RPM	144,05	576,20
1	Duplicador de Disco Duro STARTECH 4 BAY USB3,0 ESATA	341,65	341,65
1	Servidor FUJITSU PRIMERGY MX130S2	374,38	374,38
3	Monitor SAMSUNG HD 19"	110,68	332,05
		TOTAL	18.513,65

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: Autor, 2013

5.1.1.3. MUEBLES Y ENSERES

El costo de los muebles de oficina necesarios para que el centro de servicio de internet y biblioteca virtual se ponga en marcha se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 89: MUEBLES Y ENSERES

DEPARTAMENTO	DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO USD	VALOR TOTAL USD
Gerencia - Contabilidad	Escritorio Ejecutivo en U	2	190,50	381,00
	Silla Ejecutiva	2	89,00	178,00
	Silla de Visitas	4	52,00	208,00
	SUBTOTAL			767,00
Archivo	Archiveros	3	154,56	463,68
	SUBTOTAL			463,68
Sala de Mantenimiento	Escritorio Diseñado	2	190,5	381,00
	Taburete	2	15,00	30,00
	Credenza	1	185,00	185,00
	SUBTOTAL			596,00
Cuarto de Servidor y Conexiones	Mesa 45° diseñada	2	80,00	160,00
	Mesa Diseñada rectangular	1	120,00	120,00
	SUBTOTAL			280,00
Zona Wifi Bar	Refrigeradora	1	450,00	450,00
	Cocina	1	245,00	245,00
	Microondas	1	159,00	159,00
	Cafetera	3	67,99	203,97
	Botiquin	2	18,98	37,96
	Taburete	4	15,00	60,00
	Mesa Circular	5	75,00	375,00
	Sillas Bar	20	20,00	400,00
	SUBTOTAL			1.930,93
Zona Computadoras Personales	Escritorio Diseñado	1	450,00	450,00
	Sillas	10	25,00	250,00
	Taburete	10	15,00	150,00
	Lámparas	10	26,00	260,00
	Mueble diseñado Ciber	10	65,51	655,10

	Botiquin	2	18,98	37,96
			SUBTOTAL	1.803,06
			SUBTOTAL TODOS LOS DEPARTAMENTOS	5.840,67
			TOTAL	5.840,67

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

5.1.1.4. EQUIPO DE OFICINA

El equipo de oficina básico para un desenvolvimiento oficinista correcto se presenta a continuación con sus valores:

Tabla 90: EQUIPO DE OFICINA

DEPARTAMENTO	DETALLE	CANT	VALOR UNITARIO USD.	VALOR TOTAL USD.
Gerencia - Contabilidad	Caja de papel bond	2	33,00	66,00
	Grampadora	2	14,00	28,00
	Tijera	2	3,00	6,00
	Basurero	2	3,00	6,00
	Papelera	2	22,00	44,00
			SUBTOTAL	150,00
Archivo	Carpeta de 3 anillos	10	15,00	150,00
			SUBTOTAL	150,00
Sala de Mantenimiento	Multi-Destornillador de Presición	1	13,43	13,43
	Linterna	2	9,50	19,00
	Sopladora	1	28,00	28,00
	Basurero	1	3,00	3,00
	Pulsera Antiestática	1	3,50	3,50
			SUBTOTAL	66,93
Zona Wifi Bar	Resma de Papel	1	3,79	3,79
	Grampadora	1	14,00	14,00
	Tijera	1	3,00	3,00
	Basurero	1	3,00	3,00
	Telas de Limpieza	5	0,75	3,75

	Implementos Varios	1	15,00	15,00
		SUBTOTAL		42,54
Zona Computadoras Personales	Caja de papel bond	1	33,00	33,00
	Grampadora	1	14,00	14,00
	Tijera	1	3,00	3,00
	Basurero	1	3,00	3,00
	Papelera	1	22,00	22,00
		SUBTOTAL		75,00
	SUBTOTAL TODOS LOS DEPARTAMENTOS			484,47
	TOTAL USD.			484,47

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Autor, 2013

5.1.2. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Se estima que para iniciar la puesta en marcha del Centro de servicios de internet y biblioteca virtual se tendrá el siguiente valor de gastos de constitución:

Tabla 91: INVERSIÓN

INVERSIÓN	VALOR USD.
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	600,00

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: Autor, 2013

5.1.3. CAPITAL DE TRABAJO NETO

El capital de trabajo se considera que son aquellos recursos necesarios para iniciar el proceso operativo de la empresa al iniciar sus actividades por primera ocasión en la vida de la institución, estos son considerados en este cuadro:

Tabla 92: CAPITAL DE TRABAJO

NIVEL	Cargo	Recurso	Sueldo Mensual USD.	Sueldo Mensual Total USD.
Directivo	Gerente	1	350,00	350,00
SUBTOTAL DIRECTIVO				350,00
Medio	Contador	1	350,00	350,00
SUBTOTAL MEDIO				350,00
Operativo	Operador Cibercafé	2	318,00	636,00
SUBTOTAL OPERATIVO				636,00
TOTAL				1.336,00
INVERSIÓN PUESTA EN MARCHA				
	DETALLE			
Ventas	Adecuaciones			1.000,00
	Gasto Publicidad			550,00
	Arriendo del Local*			150,00
	Compra Servicio de Internet*			268,80
	Patente Municipal			50,00
TOTAL				2.018,80
Servicios Generales	Energía Eléctrica			109,96
	Agua Potable			5,00
	Servicio de Telefonía fija			28,00
TOTAL				142,96
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO USD.				3.497,76

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: Autor, 2013

5.1.4. RESUMEN DE LA INVERSIÓN

En total el resumen de la inversión se estipula a continuación:

Tabla 93: INVERSIÓN DEL PROYECTO

Inversiones Fijas	24.838,79
Inversión Diferida	600,00

Capital de trabajo	3.497,76
Total Inversión	28.936,55

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: Autor, 2013

Con el propósito de poseer la puesta en marcha del Centro de Internet y Biblioteca Virtual se determina y define la inversión del proyecto, en un valor de USD. 28.936.55, el cual se considera ser necesario para el correcto funcionamiento y poder ofrecer un óptimo servicio para los potenciales usuarios.

Tabla 94: CLASIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN

Inversión Propia	40%	USD. 11.574,62
Inversión Financiada	60%	USD. 17.361,93

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: Autor, 2013

La inversión será financiada en un 60% por el Banco Nacional de Fomento (Anexo E) a una tasa de 11.20% de Interés anual. El restante 40% de la Inversión se constituirá por financiamiento propio.

5.2. PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

La palabra Presupuesto deriva del verbo presuponer, que es "dar previamente por sentado o por hecho una cosa o acción". También es aceptable decir que presuponer es formar anticipadamente el cómputo de los gastos o ingresos, de unos y otros, de un negocio cualquiera sea este grande o pequeño. El presupuesto de operación comprende todos los conceptos que integran los resultados de operación de una empresa, tanto los ingresos como los gastos, así se puede determinar si el proyecto utilidades o pérdidas y luego definir si es factible o no mediante análisis financieros la vida del plan de una empresa.

5.2.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS.

Un presupuesto de ingresos permite proyectar a 5 años los ingresos que el Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual va a generar. Para poder proyectar los ingresos del Centro es necesario conocer las unidades, en caso de bienes, o servicios en el caso del Centro de Internet, que se van a vender, el precio a futuro considerando la inflación.

Los datos a continuación muestran los cálculos realizados en el Capítulo III de Estudio de Mercado sobre la demanda estimada, considerando que el Centro de Servicio de Internet tenga el 100% de accesos al servicio a lo largo de los siguientes 5 años de proyección con referencia a la anteriormente mencionada demanda estimada.

Tabla 95: PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 1

SERVICIO	AÑO 1				
	DEMANDA POTENCIAL	SERVICIO A VENDER	PRECIO USD.	INGRESO MENSUAL USD.	INGRESO ANUAL EN USD.
INTERNET	74	547,70	1,00	2.190,82	26.289,81
WIFI	58	548,72	0,75	1.646,17	19.754,09
BIBLIOTECA VIRTUAL	132	131,97	-	-	-
CAFÉ-BAR	132	131,97	0,25	131,97	1.583,61
CYBER	132	131,97	0,50	263,93	3.167,22
TORNEOS VIRTUALES	29	29,46	0,50	58,91	706,92
SERVICIO TÉCNICO	19	4,67	10,00	186,87	2.242,39
			TOTAL	4.478,67	53.744,03

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: Autor, 2013.

Tabla 96 PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 2

AÑO 2					
SERVICIO	DEMANDA POTENCIAL	SERVICIO A VENDER	PRECIO A 4,10% INFLACIÓN ENE 2013 ANUAL	INGRESO MENSUAL USD.	INGRESO ANUAL USD.
INTERNET	69	509,90	1,04	2.123,24	25.478,85
WIFI	65	615,54	0,78	1.922,33	23.067,95
BIBLIOTECA VIRTUAL	134	133,93	-	-	-
CAFÉ-BAR	134	133,93	0,26	139,42	1.673,10
CYBER	134	133,93	0,52	278,85	3.346,20
TORNEOS VIRTUALES	30	29,89	0,52	62,24	746,87
SERVICIO TÉCNICO	19	4,74	10,41	197,43	2.369,11
			TOTAL	4.723,51	56.682,08

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 97: PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 3

AÑO 3					
SERVICIO	DEMANDA POTENCIAL	SERVICIO A VENDER	PRECIO A 4,10% INFLACIÓN ENE 2013 ANUAL	INGRESO MENSUAL USD.	INGRESO ANUAL USD.
INTERNET	69	510,07	1,08	2.211,01	26.532,08
WIFI	72	680,91	0,81	2.213,68	26.564,12
BIBLIOTECA VIRTUAL	141	140,87	-	-	-
CAFÉ-BAR	141	140,87	0,27	152,66	1.831,92
CYBER	141	140,87	0,54	305,32	3.663,84
TORNEOS VIRTUALES	31	31,44	0,54	68,15	817,77
SERVICIO TÉCNICO	20	4,99	10,84	216,17	2.594,00
			TOTAL	5.166,98	62.003,72

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 98: PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 4

SERVICIO	AÑO 4				
	DEMANDA POTENCIAL	SERVICIO A VENDER	PRECIO A 4,10% INFLACIÓN ENE 2013 ANUAL	INGRESO MENSUAL USD.	INGRESO ANUAL USD.
INTERNET	69	508,56	1,13	2.294,84	27.538,03
WIFI	78	739,58	0,85	2.502,99	30.035,87
BIBLIOTECA VIRTUAL	147	146,87	-	-	-
CAFÉ-BAR	147	146,87	0,28	165,69	1.988,28
CYBER	147	146,87	0,56	331,38	3976,57
TORNEOS VIRTUALES	33	32,78	0,56	73,96	887,57
SERVICIO TÉCNICO	21	5,20	11,28	234,62	2.815,41
			TOTAL	5.603,48	67.241,73

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 99: PRESUPUESTO DE INGRESOS AÑO 5

SERVICIO	AÑO 5				
	DEMANDA POTENCIAL	SERVICIO A VENDER	PRECIO A 4,10% INFLACIÓN ENE 2013 ANUAL	INGRESO MENSUAL USD.	INGRESO ANUAL USD.
INTERNET	69	508,00	1,17	2.386,31	28.635,68
WIFI	84	795,36	0,88	2.802,14	33.625,68
BIBLIOTECA VIRTUAL	153	152,70	-	-	-
CAFÉ-BAR	153	152,70	0,29	179,33	2.151,90
CYBER	153	152,70	0,59	358,65	4.303,80
TORNEOS VIRTUALES	34	34,08	0,59	80,05	960,61
SERVICIO TÉCNICO	22	5,41	11,74	253,92	3.047,09
			TOTAL	6.060,40	72.724,77

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: Autor, 2013

5.2.2. PRESUPUESTO DE GASTOS

5.2.2.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los siguientes gastos administrativos son los salarios de los empleados que el proyecto tendrá, los valores históricos de los salarios en el Ecuador son utilizados para realizar una proyección de estos a 4 años siguientes, datos los cuales necesita el proyecto para conformar los gastos administrativos a futuro.

Tabla 100: SALARIOS HISTÓRICOS

AÑOS	SALARIOS EN USD.
2009	218,00
2010	240,00
2011	264,00
2012	292,00
2013	318,00
	1.332,00

Fuente: Banco Central del Ecuador 2013

Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 101: FUNCIÓN LINEAL

AÑO	X	Y	XY	X²
2009	1	218,00	218,00	1
2010	2	240,00	480,00	4
2011	3	264,00	792,00	9
2012	4	292,00	1.168,00	16
2013	5	318,00	1.590,00	25
	15	1.332,00	4.248,00	55

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 102



Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Ecuación 5: FUNCIÓN LINEAL

$$y = bx + a$$

- Año de proyección 2014

$$y_5 = 25.2 (6) + 190.8$$

$$y_5 = 342.00$$

- Año de proyección 2015

$$y_6 = 25.2 (7) + 190.8$$

$$y_6 = 367.20$$

- Año de proyección 2016

$$y_7 = 25.2 (8) + 190.8$$

$$y_7 = 392.40$$

- Año de proyección 2017
- $$y_8 = 25.2 (9) + 190.8$$
- $$y_8 = 417.60$$

Tabla 103: PROYECCIÓN LINEAL

AÑO PROYECCIÓN	AÑO	PROYECCIÓN	VARIACIÓN %
5	2013	318,00	
6	2014	342,00	7,55%
7	2015	367,20	7,37%
8	2016	392,40	6,86%
9	2017	417,60	6,42%

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 104: PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

CARGO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	GERENTE EN USD.	CONTADOR EN USD.	OPERADOR CYBER 1-2 USD.	GERENTE EN USD.	CONTADOR EN USD.	OPERADOR CYBER 1-2 USD.	GERENTE EN USD.	CONTADOR EN USD.	OPERADOR CYBER 1-2 USD.	GERENTE EN USD.	CONTADOR EN USD.	OPERADOR CYBER 1-2 USD.	GERENTE EN USD.	CONTADOR EN USD.	OPERADOR CYBER 1-2 USD.
SALARIO	4.200,00	4.200,00	7.632,00	4.516,98	4.516,98	8.208,00	4.849,81	4.849,81	8.812,80	5.182,64	5.182,64	9.417,60	5.515,47	5.515,47	10.022,40
13°	350,00	350,00	636,00	376,42	376,42	684,00	404,15	404,15	734,40	431,89	431,89	784,80	459,62	459,62	835,20
14°	318,00	318,00	636,00	342,00	342,00	684,00	367,20	367,20	734,40	392,40	392,40	784,80	417,60	417,60	835,20
FONDOS DE RESERVA	349,86	349,86	635,75	376,26	376,26	683,73	403,99	403,99	734,11	431,71	431,71	784,49	459,44	459,44	834,87
APORTE PATRONAL	510,30	510,30	927,29	548,81	548,81	997,27	589,25	589,25	1070,76	629,69	629,69	1144,24	670,13	670,13	1.217,72
TOTAL	5.728,16	5.728,16	10.467,03	6.160,47	6.160,47	11.257,00	6.614,40	6.614,40	12.086,46	7.068,33	7.068,33	12.915,92	7.522,26	7.522,26	13.745,39
TOTAL SALARIOS	USD. 21.923,35			USD. 23.577,95			USD. 25.315,27			USD. 27.052,59			USD. 28.789,91		

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Los activos fijos pierden su valor a lo largo del tiempo sea por este o por su uso acelerado, el resultado es la obsolescencia parcial o total de estos activos. Para justificar estos eventos futuros se utiliza el método de depreciación, en este caso el Centro de Internet y Biblioteca Virtual se regirá por el Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Tabla 105: PROYECCIÓN GASTO DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	% DEPRECIACIÓN	10% VALOR RESIDUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	18.513,65	33%	1.851,37	5.554,10	5.554,10	5.554,10		
REPOSICIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	9.161,42	33%	916,14				2.748,42	2.748,42
MUEBLES Y ENSERES	5.840,67	10%	584,07	525,66	525,66	525,66	525,66	525,66
EQUIPO DE OFICINA	484,47	10%	48,45	43,60	43,60	43,60	43,60	43,60
TOTAL	34.000,21		3.400,02	6.123,36	6.123,36	6.123,36	3.317,69	3.317,69

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

5.2.2.2. GASTOS DE VENTA

Se determinan que son gastos de ventas cuando estos se utilizan con el fin de dar a conocer los servicios del centro de Internet y Biblioteca Virtual, y se presentan en el siguiente cuadro.

Se ha considerado la tasa de inflación anual a enero de 2013 del 4.10%, valor que se presenta en la proyección de los valores de gastos de ventas.

Tabla 106: GASTO DE VENTA

GASTOS / PROVEEDORES	AÑO 1 USD.	AÑO 2 (APLICANDO 4,10% DE INFLACIÓN) USD.	AÑO 3 (APLICANDO 4,10% DE INFLACIÓN) USD.	AÑO 4 (APLICANDO 4,10% DE INFLACIÓN) USD.	AÑO 5 (APLICANDO 4,10% DE INFLACIÓN) USD.
ADECUACIONES FISICAS / Interiores Moviliarios S.A.	1,000.00				
PUBLICIDAD / Varios	550.00	572.55	596.02	620.46	645.90
ARRIENDO / Flia. Camargo	1,800.00	1,873.80	1,950.63	2,030.60	2,113.86
INTERNET / CNT	3,225.60	3,357.85	3,495.52	3,638.84	3,788.03
PATENTE MUNICIPIO DE MIRA	50.00	52.05	54.18	56.41	58.72
TOTAL	6,625.60	5,856.25	6,096.36	6,346.31	6,606.50

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

5.2.2.3. GASTOS GENERALES

Los gastos generales son ocasionados por concepto de servicios básicos los cuáles son necesarios para que el proyecto y su puesta en marcha, en especial la energía eléctrica, la cual es fundamental para la generación de servicios informáticos.

Tabla 107: GASTOS GENERALES

GASTOS OPERATIVOS	AÑO 1 USD.	AÑO 2 (APLICANDO 4,10% DE INFLACIÓN) USD.	AÑO 3 (APLICANDO 4,10% DE INFLACIÓN) USD.	AÑO 4 (APLICANDO 4,10% DE INFLACIÓN) USD.	AÑO 5 (APLICANDO 4,10% DE INFLACIÓN) USD.
ENERGIA ELÉCTRICA	1,319.50	1,373.60	1,429.92	1,488.55	1,549.58
AGUA POTABLE	60.00	62.46	65.02	67.69	70.46
SERVICIO DE TELEFONIA FIJA	336.00	349.78	364.12	379.05	394.59
TOTAL ANUAL	1,715.50	1,785.84	1,859.06	1,935.28	2,014.62

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

5.2.2.4. COSTOS FINANCIEROS

Para calcular los costos financieros se procede a realizar un análisis de estos mediante el cálculo financiero de Valor Actual de la Deuda que se procederá a realizar.

VALOR PRESENTE DE UNA DEUDA

$$VF (\text{Valor Futuro}) = 17361,93$$

$$VP (\text{Valor Presente}) = ?$$

$$I (\text{interés}) = 11,20\% (0.00933333\% \text{ mensuales})$$

$$n (\text{Años}) = 5 (60 \text{ meses})$$

Ecuación 6

$$Vp = \frac{VF * i * (1 + i)^n}{[(1 + i)^n - 1]}$$

$$VP = \frac{17361,93 * 0,00933333 * (1 + 0,00933333)^{60}}{[(1 + 0,00933333)^{60} - 1]}$$

$$VP = \frac{162,0446911 * 1,74613158}{0,746131578}$$

$$VP = 379,2244698$$

$$VP = 379,22$$

El siguiente cuadro presenta las obligaciones adquiridas en un lapso de tiempo de 5 años:

Tabla 108: COSTO FINANCIERO ANUAL

AÑOS	CUOTAS USD.	PAGO PRINCIPAL USD.	PAGO INTERÉS USD.	CAPITAL FINAL USD.
				17361,93
1	4.550,69	2.744,19	1806,50	14617,74
2	4.550,69	3.067,82	1482,87	11549,92
3	4.550,69	3.429,61	1121,08	8120,31
4	4.550,69	3.834,07	716,62	4286,23
5	4.550,69	4.286,23	264,46	0,00
	22.753,47	17.361,93	5.391,54	

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

En los 5 años se realizará 60 pagos en cuotas por un valor de USD. 379,00 mensuales, que suman un pago anual de USD. 4550,69 que al final de los próximos 5 años proyectados cancelará intereses de USD. 5391.54 y un valor total de USD. 22753.47 de pago financiado.

5.3. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El estado de situación financiera presenta los activos, pasivos y patrimonio de una entidad en una fecha específica normalmente al final del periodo sobre el que se informa, en el caso del proyecto será un Estado de Situación Financiera Inicial debido a la puesta en marcha de la Empresa.

5.4. ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

El Estado de Resultado expresa el rendimiento financiero de la empresa para el periodo en uno o dos estados financieros, un estado financiero que contenga todas las partidas de ingreso y otro de gastos, o uno totalmente integral con partidas de gastos e ingresos.

En caso del proyecto se tomará un estado de resultados integral para presentar la información financiera de la institución.

PUNTO DE ACCESO Eurl. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PRESUPUESTADO

	USD.	USD.
ACTIVOS CORRIENTES		3.497,76
BANCOS	3.497,76	
ACTIVOS NO CORRIENTES		24.838,79
MUEBLES Y ENSERES	5.840,67	
EQUIPO DE OFICINA	484,47	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	18.513,65	
ACTIVOS TOTALES		<u>28.336,55</u>
PASIVO CORRIENTE		17.361,93
PRÉSTAMO BANCARIO	17.361,93	
PATRIMONIO		10.974,62
APORTE CAPITAL	10.974,62	
PATRIMONIO Y PASIVOS TOTALES		<u>28.336,55</u>

5.5. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

El flujo de efectivo es el movimiento que realiza una empresa a través de un determinado tiempo, con este se puede determinar la necesidad exacta de efectivo que necesite el proyecto para poder cubrir todas su obligaciones.

PUNTO DE ACCESO Eurl. ESTADO DE RESULTADOS PRESUPUESTADO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS PROYECTADOS	53744,03	56682,08	62003,72	67241,73	72724,77
(=) UTILIDAD BRUTA	53744,03	56682,08	62003,72	67241,73	72724,77
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS	38475,92	38917,75	41058,92	40267,14	42434,84
Gastos de Administración	21923,35	23577,95	25315,27	27052,59	28789,91
Gasto Depreciación	6123,36	6123,36	6123,36	3317,69	3317,69
Gastos de Constitución	600,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Varios	1715,50	1785,84	1859,06	1935,28	2014,62
Gastos de Ventas	6625,60	5856,25	6096,36	6346,31	6606,50
Imprevistos presupuestados (5%)	1488,11	1574,36	1664,88	1615,28	1706,11
(=) UTILIDAD OPERATIVA	15268,11	17764,33	20944,80	26974,59	30289,92
(-) Costos Financieros (intereses)	1806,50	1482,87	1121,08	716,62	264,46
(+) Otros Gastos (Gastos no deducibles)	0,00	0,00	0,00	2748,42	2748,42
(=) UTILIDAD ANTES DE 15% PT	13461,60	16281,45	19823,72	29006,39	32773,89
(-) 15% Participación Trabajadores	2019,24	2442,22	2973,56	4350,96	4916,08
(=) UTILIDAD NETA ANTES DE 22% IR	11442,36	13839,23	16850,16	24655,44	27857,81
(-) 22% Impuesto a la Renta	2517,32	3044,63	3707,04	5424,20	6128,72
(=) UTILIDAD NETA	8925,04	10794,60	13143,12	19231,24	21729,09

PUNTO DE ACCESO Eurl.
PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN INICIAL	28.936,55					
UTILIDAD NETA		8.925,04	10.794,60	13.143,12	19.231,24	21.729,09
(+) Depreciaciones		6.123,36	6.123,36	6.123,36	3.317,69	3.317,69
(+) Valor de Salvamento Efectivo						7.143,39
(-) Reposición de Activos					9.161,42	
(=) FLUJO DE EFECTIVO		15.048,40	16.917,96	19.266,48	13.387,51	25.046,78
(-) Cuota de préstamo principal		2.744,19	3.067,82	3.429,61	3.834,07	4.286,23
TOTAL INVERSIÓN	28.936,55					
FLUJO NETO	-28.936,55	12.304,21	13.850,14	15.836,87	9.553,44	27.903,94

5.6. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN FINANCIERA

La evaluación permite determinar si conviene llevar a efecto un proyecto, si es o no rentable, y sí siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o puede postergarse su inicio.

Tabla 109: CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR USD.	% DE INVERSIÓN	TASA	COSTO DE CAPITAL
Inversión Propia	11.574,62	40%	5,35%	2,14%
Inversión Financiada	17.361,93	60%	11,20%	6,72%
TOTAL INVERSIÓN	28.936,55		Σ CK	8,86%

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Inflación anual al 31 enero de 2013 (INF) 4,10%

Tasa de Interés Activa nominal máxima BCE 11,20%

Tasa de Interés Pasiva nominal máxima	5,35%
Costo de Capital (CK)	8,86%

5.6.1. TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

La tasa interna de rentabilidad o rendimiento de una inversión es la tasa de descuento que equipara el valor presente de las salidas de efectivo esperadas con el valor presente de los ingresos esperados.

Entonces, la tasa de rendimiento medio es el rendimiento medio que debe generar un proyecto.

Ecuación 7: TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

$$TRM = (1 + CK)(1 + INF) - 1$$

$$TRM = 1,0886 * 1,0410 - 1,0000$$

$$TRM = 0,1332326$$

$$TRM = 13,32\%$$

El 13.32% de rendimiento medio se aplicará en diversos indicadores económicos, como es el caso de los ingresos y egresos actualizados al momento de analizar el beneficio-costos del proyecto.

5.6.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El cálculo del Valor Actual Neto mide la rentabilidad de un proyecto de inversión en valores cuantitativos monetarios, este método de evaluación financiera ayuda a seleccionar la mejor alternativa de inversión.

Ecuación 8: VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = -II + \frac{EE}{(1+r)^n}$$

II= Inversión Inicial
EE= Flujo de Efectivo
r= Tasa de Redescuento (TRM)
n= Año Proyectado

Tabla 110: VALOR ACTUAL NETO

TIEMPO	AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO USD.	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO USD.
1	2013	12.304,21	10.857,62
2	2014	13.850,14	10.784,90
3	2015	15.836,87	10.882,09
4	2016	9.553,44	5.792,73
5	2017	27.903,94	14.930,36
TOTAL			53.247,70

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

$$VAN = -28936,55 + \frac{12304,21}{1,13} + \frac{13850,14}{1,28} + \frac{15836,87}{1,46} + \frac{9553,44}{1,65} + \frac{27903,94}{1,87}$$

$$VAN = -28936,55 + 10857,62 + 10784,90 + 10882,09 + 5792,73 + 14930,36$$

$$VAN = -28936,55 + 53247,70$$

$$VAN = 24311,14$$

La sumatoria de flujos de efectivo es de USD.53.247,70 es superior a la inversión inicial de USD. 28936.55, lo cual significa que el proyecto generará utilidad en el movimiento económico de los próximos 5 años de USD. 24.311,14 manejado con un costo de capital del 13.32%, lo que indica la factibilidad del proyecto y su aceptación.

5.6.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Este método mide la rentabilidad como un porcentaje, muestra el porcentaje de la rentabilidad media por promedio, este se considera como un complemento que casi siempre integra la información proporcionada por el cálculo de Valor Actual Neto.

Tabla 111: VAN INFERIOR

TASA INFERIOR **0,4**
INVERSIÓN **28936,55**

TIEMPO	AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO USD.	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO USD.
1	2013	12.304,21	8.788,72
2	2014	13.850,14	7.066,40
3	2015	15.836,87	5.771,45
4	2016	9.553,44	2.486,84
5	2017	27.903,94	5.188,30
TOTAL			29.301,72

Fuente: Estudio Económico.
 Elaborado por: Autor, 2013

TASA INFERIOR

$$VANT_i = -28936,55 + \frac{12304,21}{1,40} + \frac{13850,14}{1,96} + \frac{15836,87}{2,74} + \frac{9553,44}{3,84} + \frac{27903,94}{5,38}$$

$$VANT_i = -28936,55 + 8788,72 + 7066,40 + 5771,45 + 2486,84 + 5188,30$$

$$VANT_i = -28936,55 + 29301,72$$

$$VANT_i = 365,16$$

Tabla 112: VAN SUPERIOR

TASA SUPERIOR **0,41**
INVERSIÓN **28936,55**

TIEMPO	AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO USD.	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO USD.
1	2013	12.304,21	8.726,39
2	2014	13.850,14	6.966,52

3	2015	15.836,87	5.649,53
4	2016	9.553,44	2.417,04
5	2017	27.903,94	5.006,91
TOTAL			28.766,39

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

TASA SUPERIOR

$$VANT_s = -28936,55 + \frac{12304,21}{1,41} + \frac{13850,14}{1,99} + \frac{15836,87}{2,80} + \frac{9553,44}{3,95} + \frac{27903,94}{5,57}$$

$$VANT_s = -28936,55 + 8726,39 + 6966,52 + 5649,53 + 2417,04 + 5006,91$$

$$VANT_s = -28936,55 + 28766,39$$

$$VANT_s = -170,17$$

A través de la obtención de tasas de VAN positivo y negativo, se calcula la Tasa Interna de Retorno mediante la siguiente fórmula.

Ecuación 9: TASA INTERNA DE RETORNO

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VANT_i}{VANT_i - VANT_s} \right]$$

$$TIR = 0,4 + (0,41 - 0,4) [365,1640 / (365,1640 - 170,1654)]$$

$$TIR = 0,4 + (0,01) [365,1640 / 535,3293]$$

$$TIR = 0,4 + (0,01) [0,682129538]$$

$$TIR = 0,4 + 0,006821295$$

$$TIR = 0,406821295$$

$$TIR = 40,68\%$$

Debido a que el resultado de Tasa Interna de Retorno es del 40,68% es mayor a la mínima tasa 40% se puede determinar la factibilidad del proyecto, debido a que con este porcentaje permite igualar a la sumatoria actualizada de los flujos de efectivo en relación con la inversión superior, por lo tanto el proyecto es atractivo y aceptable debido a que permite recuperar la inversión.

5.6.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Este mecanismo de evaluación financiera permite conocer el tiempo de recuperación de la inversión

Tabla 113: FLUJOS NETOS DE EFECTIVO

AÑOS	FLUJO NETO
1	12.304,21
2	13.850,14
3	15.836,87
4	9.533,44
5	27.903,94
TOTAL	79.448,60

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

12304,21

365

-28936,55

X = 858,392343 días

858,39 días será el tiempo en el que el proyecto recuperará su inversión inicial, lo cual es equivalente a 2 años 4 meses y 6 días.

5.6.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquel en el cuál los ingresos de ventas totales se igualan a los costos totales, en esta situación el Centro de servicio de Internet no pierde ni gana recursos monetarios.

Ecuación 10: PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costo Fijo

CV: Costo Variable

V: Ventas

Los costos fijos permanecen constantes frente a cualquier volumen de producción, en este caso los costos fijos son los que permanecen constantes frente a cualquier volumen de servicio ofrecido.

Tabla 114: COSTOS FIJOS

DETALLE	USD.
GASTOS ADMINISTRATIVOS	21.923,35
GASTO DEPRECIACIÓN	6.123,36
GASTOS FINANCIEROS	4.550,69
TOTAL	32.597,41

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Los costos variables tienen un comportamiento directamente proporcional al volumen de producción, o en el caso del proyecto en el volumen de servicio prestado. Normalmente este tipo de costos variables se relacionan perfectamente cuando se producen bienes, sin embargo los costos financieros se consideran como costos variables para el cálculo.

Tabla 115: COSTOS VARIABLES

DETALLE	USD.
GASTO DE VENTA	2.019,24
GASTOS GENERALES	13.461,60
IMPREVISTOS PRESUPUESTADOS	1.488,11
TOTAL	16.968,96

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 116: COSTO TOTAL

DETALLE	USD.
COSTO FIJO	32.597,41
COSTO VARIABLE	16.968,96
TOTAL	49.566,36

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Tabla 117: VENTAS

DETALLE	USD.
VENTAS	53.744,03
TOTAL	53.744,03

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

Una vez determinado los costos fijos, variables y el nivel de ventas como ingresos de la empresa, se calcula el punto de equilibrio con la ecuación anteriormente citada.

$$PE = \frac{32597,41}{1 - \frac{16968,96}{53744,03}}$$

$$PE = \frac{32597,41}{1 - 0,315736556}$$

$$PE = \frac{32597,41}{0,68426344}$$

PE	=	47638,678
PE	=	47638,68

Conociendo el Punto de Equilibrio se puede determinar que en el periodo de un año prestar los servicios en un valor de USD. 47.638.68 para poder cubrir sus costos y gastos que generará el Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual.

5.6.6. RELACIÓN COSTO-BENEFICIO

Para evaluar la relación de costo – beneficio se debe entender que este es un valor que tiene el proyecto de inversión relacionados con los ingresos y egresos actualizados.

El análisis de la relación de costo – beneficio se realiza mediante valores que sean mayores o menores a 1, el cuál aconseja o no la inversión de acuerdo a la relación de Ingreso y Egresos

Costo – Beneficio > 1: Aconsejable (Ingreso > Egreso)

Costo – Beneficio = 1: Indiferente (Ingreso = Egreso)

Costo – Beneficio < 1: No Aconsejable (Ingreso < Egreso)

El cálculo se lo realiza con la Tasa de Rendimiento Medio del 13.32%

Ecuación 11: BENEFICIO COSTO

$$BENEFICIO - COSTO = \frac{\sum Ingresos (1 + i)^n}{\sum Egresos (1 + i)^n}$$

Tabla 118: INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS

AÑOS	INGRESOS USD.	EGRESOS USD.	INGRESOS ACTUALIZADOS USD.	EGRESOS ACTUALIZADOS USD.
1	53.744,03	40.282,43	47.425,42	35.546,48

El estudio evaluó el proyecto de su creación y apertura de un Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual Inalámbricas en la ciudad de Mira. A continuación se presenta los diversos indicadores económicos proyectados a 5 años.

Tabla 119: RESUMEN FINANCIERO

INDICADOR	RESULTADO
VALOR ACTUAL NETO	USD. 24.311,14
TASA INTERNA DE RETORNO	40,68%
BENEFICIO – COSTO	1,16
TASA DE RENDIMIENTO BENEFICIO – COSTO	5,76
PUNTO DE EQUILIBRIO USD.	USD. 47.638,68
RETORNO DE LA INVERSIÓN	2 años 4 meses y 6 días

Fuente: Estudio Económico.

Elaborado por: Autor, 2013

ANÁLISIS DEL RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

Los datos del resumen financiero dan en resumen una imagen de la inversión del centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual y su factibilidad o no del proyecto.

Según los flujos de caja se observa que son positivos dando un resultado de VAN de USD. 24.936,55 lo que demuestra que la inversión producirá ganancias siempre y cuando las condiciones se mantengan.

En cuanto a la TIR, el proyecto refleja rentabilidad del 40,68% el cual es superior a la tasa inferior de los flujos, se puede determinar que el proyecto es recomendable.

Los datos hablan que por cada dólar invertido se recuperará 16 centavos de dólar norteamericanos haciéndola aconsejable para la inversión, la tasa de rendimiento expresa que por cada dólar gastado se recibe USD. 5,76.

Para que la empresa no pierda ni gane el proyecto debe ganar en un año el valor de USD. 47.638,68 con el fin de que el uso de los activos sea rentable y absorba toda la inversión fija.

La inversión se recuperará en 2 años 4 meses y 6 días, debe considerarse por último que esta recuperación se realizará siempre y cuando el 100% de los potencialmente clientes utilicen los servicios según la fluctuación previamente establecida en el Capítulo III de Estudio de Mercado en el uso de los servicios a ofertar a la demanda potencial.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

Desde tiempos remotos, la humanidad ha utilizado a la administración inconscientemente, a este fenómeno se lo llama administración natural, y este tipo de administración empírica que se ha alimentado a través de los años se lo ha utilizado hasta muy recientemente, esta hipótesis es positiva tomándola desde el punto de vista en el que, el último siglo y parte del siglo XIX, ha sido testigo de varios autores o mentes que han formulado hipótesis, teorías, escuelas y han tratado de dar explicaciones alrededor de lo que hoy conocemos como ciencia administrativa, o arte administrativa.

Dentro de la administración un pilar importante es la organización de una empresa, normalmente la función administrativa es ejecutada por la alta dirección de una empresa, la cual está encargada de coordinar, dirigir, controlar y evaluar por medio de la autoridad.

Para facilitar este tipo inconvenientes normales en las instituciones, existen diferentes herramientas en las cuales está la formación de la estructura organizacional.

La estructura organizacional se enfoca a colaborar la consecución de objetivos e intentar alcanzar metas, la estructura organizacional es tan importante que la vida de la empresa depende de ella sea cual sea su tamaño, inclusive si una empresa es de una sola persona, porque esta persona debe organizar su tiempo adecuadamente para que el uso de este recurso sea eficiente.

6.1. RAZÓN SOCIAL

Nombre: Puerto de Acceso

Tipo de Empresa: Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada

Ciudad: Mira

Cantón: Mira.

Domicilio: Panamericana Sur Ne1-239 y Chontahuasi.

LOGO DEL CENTRO DE SERVICIO

Ilustración 23: LOGO DE LA INSTITUCIÓN



Fuente: Propuesta Estratégica

Elaborado por: Autor, 2013

6.2. MISIÓN

Puerto de Acceso es un centro de servicios de internet y biblioteca virtual inalámbrica, que tiene como misión impulsar el mejor servicio de internet a nivel de usuario de cibercafé y la investigación informática responsable en la población del norte del país, y así llevar a la población a una cultura informática de uso, consulta responsable y segura e innovar siempre sus servicios para tales propósitos.

6.3. VISION

En el 2017, Puerto de Acceso se convertirá en un centro de servicios de internet y biblioteca virtual inalámbrica, líderes en el mercado del norte del país en servicio de internet personal, buscando siempre el mejoramiento continuo e impulsando la investigación responsable dentro de la web.

6.4. POLÍTICAS

Las políticas son las guías para encaminar acciones, en el contexto empresarial, son lineamientos generales que se toman en cuenta al momento de tomar decisiones de inconvenientes muy frecuentes en una institución. Para que una política sea operante y que cumpla con el propósito para la cual fue implementada debe ser redactada con fácil comprensión, coordinarse con las demás políticas en caso de haberlas, ser flexibles, disponible para revisiones periódicas y razonable a la práctica de estas en la aplicación del contexto de una entidad.

A continuación se proponen las siguientes políticas:

- Brindar un servicio de calidad y excelencia.
- Toda actividad de servicio es perfectible.
- Planificación eficiente para todas las actividades a realizar.
- Participación de todos y cada uno de los integrantes del Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual.
- Los empleados de la empresa tendrán la posibilidad mejorar sus ingresos de acuerdo a su eficiencia.
- Al seleccionar empleados deberá comprobar conocimiento de manejo informático.
- Gerencia - Contabilidad manejará asuntos de recursos humanos.
- Gerencia – Contabilidad manejará asuntos contables y tributarios.
- Gerencia - Contabilidad emitirá o añadirá reglas y políticas a favor de una guía correcta de acción y decisión en caso de requerirlos.

- Gerencia – Contabilidad dará a conocer a todo el personal las políticas de la empresa.

En el cumplimiento la Misión y Visión de Puerto de Acceso, & en lineamiento con las políticas, observaremos permanentemente las siguientes aptitudes distintivas para crear el ambiente oportuno que satisface a nuestros clientes;

- Amabilidad y agilidad en el servicio.
- Innovación práctica y eficiencia al aplicarla.
- Compromiso con la información segura y confiable para el cliente.
- Cooperación con los clientes para su desarrollo de la investigación en el internet y la biblioteca virtual.
- Buscar la mejora continua.
- Ofrecer un servicio con valor agregado.

6.5. OBJETIVOS

- Brindar un servicio de calidad satisfaciendo los requerimientos de los clientes de Puerto de Acceso mediante la búsqueda del mejoramiento continuo en las actividades a ofrecer.
- Obtener a través de los diferentes servicios ofertados información segura y confiable a los clientes para una correcta navegación e investigación informática.
- Establecer la perfectibilidad como base constante en las actividades de servicios para llevar a cabo la misión y visión de la institución.

6.6. VALORES INSTITUCIONALES

Los valores institucionales son cultura organizacional, está ubicada para marcar una adecuada dirección del negocio, estos valores se los practican porque son parte de la vida e interactúan en el ambiente en el que se desenvuelven los actores de una institución.

Los valores son internos y subjetivos y representan aquellos principios que orientan la conducta humana en la sociedad, estos se ven reflejados en la interacción interpersonal de cada individuo, la adaptación de estos principios en una institución es similar a la implantación de normativas dentro de un estado a los cuáles los ciudadanos deben acatar por el bienestar social, y en este caso, el bienestar en el ambiente de trabajo.

- **Integridad personal:**

Puerto de Acceso no puede recriminar, discriminar o expresar abuso de poder frente a los empleados respetando su integridad individual, moral, física y espiritual, en el mismo sentido en el caso empleado – cliente.

- **Creatividad:**

La búsqueda de la mejora continua obliga a los empleados de Puerto de Acceso a tener una iniciativa creativa frente a las diferentes circunstancias que muestren grados de dificultad que se pueden presentar al momento de la presentación de los servicios.

- **Innovación:**

La innovación va de la mano con el progreso, por tal, la institución siempre deberá innovar sus actividades comerciales para encontrar nuevas alternativas de servicio con mejor atención hacia los clientes.

- **Conciencia:**

Puerto de Acceso tendrá un sistema administrativo que se sostiene en el acatamiento de las diferentes normas, leyes, mandatos constitucionales y derechos internacionales en los diferentes ámbitos sociales, económicos, laborales y ambientales.

- **Compromiso:**

Los empleados suelen menospreciar su labor, por tal motivo el sentido de pertenencia con la institución es importante, la consecución de un estable ambiente de trabajo parte en base al buen manejo de las relaciones humanas, el respeto y la tolerancia, éstas son columnas que sostienen este último aspecto.

- **Honestidad:**

La autocrítica y el reconocimiento de errores en las diferentes acciones es componente clave en la madurez que debe ir tomando empleados y la institución, el compromiso de los miembros de Puerto de Acceso es el simple respeto a la verdad en relación con la institución, hechos y compañeros de trabajo.

- **Trabajo en equipo**

La Gerencia institucional debe tener claro el concepto que la administración es por naturaleza un trabajo en equipo, dando a entender que el grupo busca un objetivo con un líder, necesario, pero al final una acción conjunta es la obtentora de resultados.

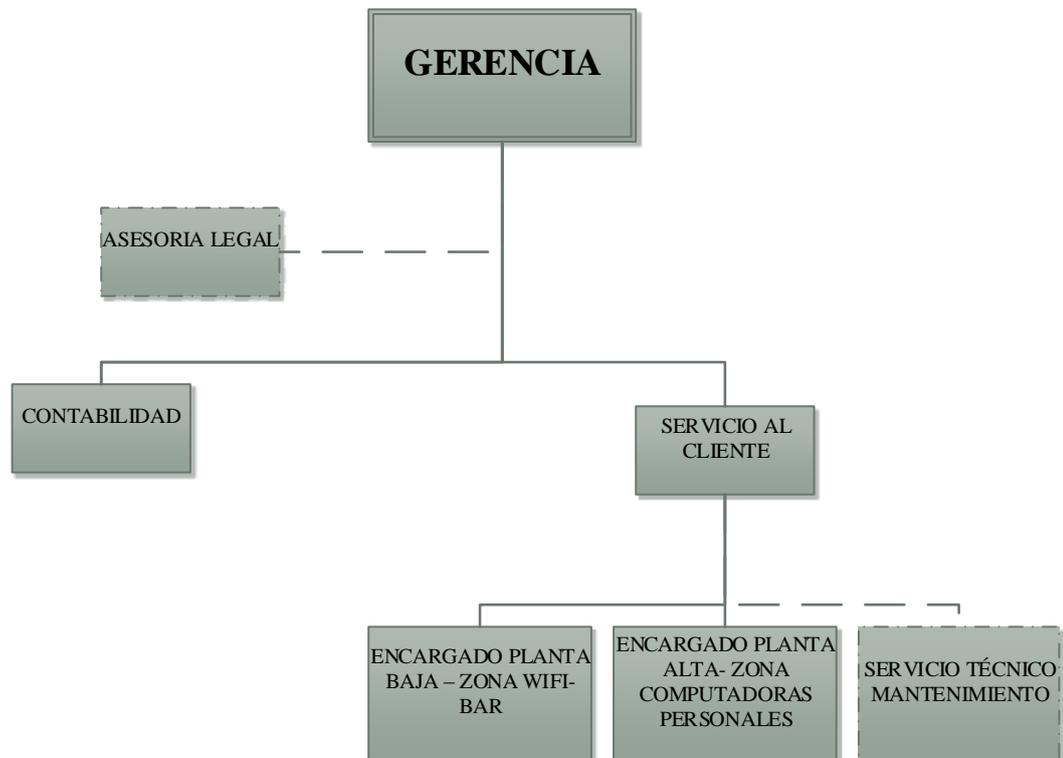
6.7. ORGANIZACIÓN

La organización en la empresa es un proceso administrativo por el cual se define la estructura de la organización o entidad, los componentes, los procesos a ejecutarse, funciones de los actores y sus interrelaciones.

La estructura de una organización debe ser, por preferencia, lo más sencilla posible, evitando la complejidad, buscando la practicidad y encontrando los caminos de funcionalidad desde el punto de vista de minimización de costos.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Ilustración 24: ORGANIGRAMA



FUENTE: Estructura de la Organización
ELABORADO POR: Autor, 2013

6.8. ESTUDIO FUNCIONAL, PERFILES Y COMPETENCIAS

A lo largo de los últimos años han existido crisis empresariales que, consecuentemente, han llevado a la gerencia y sus subordinados a demostrar la capacidad de expresar sus conocimientos, vocaciones, aptitudes, capacidades, cualidades y valores al ejercer su trabajo en las entidades.

Para tal propósito el estudio del perfil de competencias analiza la capacidad para responder exitosamente una demanda compleja o llevar a cabo una actividad o tarea de parte del empleado, según criterios de desempeño definidos por la empresa.

De esta manera se procede a identificar los diferentes cargos que tendrá el Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual.

PERFIL DE COMPETENCIAS

❖ **CARGO:** Gerente.

➤ **OBJETIVO DEL CARGO**

- Dirigir la empresa para su correcto funcionamiento administrativo legal y financiero.

➤ **FUNCIONES**

- Representar a la institución legalmente.
- Emitir políticas conforme a los objetivos establecidos.
- Trabajar en Equipo.
- Atender problemas comunes de una institución.
- Conocer acerca del trabajo de las áreas.
- Establecer planes de trabajo de la empresa o negocio.
- Decidir acciones necesarias para el éxito de la empresa o negocio.

➤ **COMPETENCIA TÉCNICA**

- Conocimientos de principios administrativos.
- Creatividad e innovación
- Conocimiento de Ofimática
- Conocimiento de relaciones humanas
- Capacidad Analítica
- Capacidad de Cambio
- Trabajo Bajo Presión

➤ **COMPETENCIA COMPORTAMENTAL**

- Honesto
- Responsable
- Ético
- Crítico
- Líder

➤ **PERFIL**

- Estudios Superiores en Administración y/o carreras afines.

❖ **CARGO:** Servicio Técnico – Mantenimiento (apoyo)

➤ **OBJETIVO DEL CARGO**

- Realizar Mantenimiento a los diferentes Equipos de Computación y herramientas Informáticas.

➤ **FUNCIONES**

- Mantenimiento de Equipo de computación.
- Mantenimiento Cableado.
- Mantenimiento herramientas informáticas.
- Asesoría.

➤ **COMPETENCIA TÉCNICA**

- Conocimientos Avanzados de Ofimática
- Manejo avanzado de la diferente variedad de software GPU Libre y Privado.
- Conocimientos Avanzados de Mantenimiento
- Conocimiento avanzado de Conexiones Cableados e inalámbricos

➤ **COMPETENCIA COMPORTAMENTAL**

- Responsabilidad en el manejo de máquinas o herramientas informáticas asignadas.
- Puntualidad y honestidad en el trabajo.
- Cumplir con sus obligaciones

➤ **PERFIL**

- Estudios superiores en Informática o afines.
- Capacitaciones en Informática.
- Experiencia en el área Informática.

❖ **CARGO:** Asesoría Legal (apoyo)

➤ **OBJETIVO DEL CARGO**

- Asesorar legalmente al negocio o empresa.

➤ **FUNCIONES**

- Asesoramiento legal del negocio.

➤ **COMPETENCIA TÉCNICA**

- Conocimientos legales de una institución o negocio de Internet.
- Conocimientos legales de los entes de control para negocios como cibercafés.

➤ **COMPETENCIA COMPORTAMENTAL**

- Responsabilidad en el manejo de las relaciones jurídicas de la empresa o negocio.
- Puntualidad y honestidad en el trabajo.
- Cumplir con sus obligaciones

➤ **PERFIL**

- Estudios Superiores en Derecho.
- Experiencia en el área del Derecho Civil.

❖ **CARGO:** Servicio al Cliente

➤ **OBJETIVO DEL CARGO**

- Ofrecer el mejor servicio posible al cliente con los recursos disponibles.

➤ **FUNCIONES**

- Atención al cliente.
- Cumplir requerimientos del Cliente.
- Alcanzar objetivos trazados por la institución.
- Contribuir con las políticas institucionales.

➤ **COMPETENCIA TÉCNICA**

- Conocimientos básicos o intermedios de Ofimática
- Manejo de los diferente variedad de software GPU Libre

➤ **COMPETENCIA COMPORTAMENTAL**

- Responsabilidad en el manejo de máquinas o herramientas informáticas asignadas.
- Puntualidad y honestidad en el trabajo.
- Disponibilidad de Tiempo
- Cumplir con sus obligaciones
- Exigir sus derechos.

➤ **PERFIL**

- Estudios Secundarios Bachillerato unificado, capacitaciones en informática o afines.

❖ **CARGO:** Contabilidad

➤ **OBJETIVO DEL CARGO**

- Contabilizar las Actividades o movimientos económicos del negocio.

➤ **FUNCIONES**

- Llevar los registros contables.
- Estar al día con los compromisos tributarios.
- Análisis financiero periódico.
- Control de movimientos económicos entrantes y salientes.
- Llevar un sistema de información documentada.

➤ **COMPETENCIA TÉCNICA**

- Capacidad Analítica

- Criterio
- Capacidad de Cambio
- Manejo de Contabilidad
- Conocimiento tributario
- Actualización continua

➤ **COMPETENCIA COMPORTAMENTAL**

- Comportamiento ético contable.
- Integridad
- Sigilo
- Ética
- Responsabilidad con el Trabajo Encargado.
- Puntualidad.

➤ **PERFIL**

- Estudios Superiores en Contabilidad y Auditoría.
- Experiencia en el área.

Capacitaciones constantes.

6.9. ESTRATEGIAS DE MARKETING

6.9.1. PRODUCTO

- **INTERNET POR COMPUTADORA DE ESCRITORIO**

Es el servicio estrella del Centro Puerto de Acceso, a través de éste, el negocio obtendrá su principal recurso económico.

El usuario obtendrá un nivel de navegación muy acogedor veloz y seguro, gracias a la utilización de software libre, el cuál una de sus bastantes ventajas es la prácticamente ausencia de códigos maliciosos para la información que maneje.

- **CAFÉ-BAR ZONA WIFI**

Los cibercafés en el país son nada más que el nombre, debido a la ausencia de bar cafetería en el centro de internet. Puerto de acceso se convertirá en el primer Centro de Servicio de Internet que ofrezca a la clientela el servicio de bar – cafetería, en donde los usuarios podrán degustar de bocadillos pre-preparados.

El Café-Bar contará con conexión wifi de baja velocidad, apto para instrumentos de información y comunicación, como Tablet, celulares, PDA.

También existirá el servicio de control de tráfico de internet WIFI para computadoras portátiles con accesos WIFI con previa cancelación del servicio.

- **BIBLIOTECA VIRTUAL**

El servicio de biblioteca virtual inalámbrica es el primero en instalarse en la ciudad de Mira, los usuarios tendrán la libertad de ingresar a la biblioteca a través de un punto de acceso a un servidor donde encontrarán una variada lista de libros electrónicos enfocados al objetivo institucional de una investigación segura.

- **CYBER**

Los servicios de cyber son los más comunes en un centro de internet, copias, impresiones, edición de documentos, edición de archivos media e imágenes.

- **SERVICIO TÉCNICO**

Parte de un cibercafé común, es el servicio técnico de herramientas informáticas y mantenimiento de computadoras, los usuarios recibirán un servicio de calidad, buscando dar explicaciones de lo que ocurre con sus problemas de hardware y/o software, creando el ambiente apropiado para la confianza del usuario.

- **TORNEOS VIRTUALES**

Dentro de la informática y junto con su apunhalado ascenso, existe la rama de entretenimiento virtual, los juegos de videos o más conocidos como videojuegos han llegado a tener mucha importancia para personas de edades tempranas e inclusive a personas adultas.

El propósito del centro de internet es ofrecer este tipo de entretenimiento a un nivel de competencia interna de la ciudad con recompensas a los ganadores de las diferentes variedades en competencia.

6.9.2. PRECIO

Para realizar un análisis de precios es importante tomar en cuenta los diferentes métodos o estrategias a utilizar para imponer una valía al consumidor, el estudio de mercado determinó un precio deseado por la población para utilizar el servicio de Internet en el Centro, resultado al cual acogeremos para brindar el producto a servir.

- **MATRIZ PRECIO CALIDAD**

Tabla 120: MATRIZ PRECIO CALIDAD				
		PRECIO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
CALIDAD DEL SERVICIO	ALTA	1.- ESTRATEGIA SUPERIOR	2.- ESTRATEGIA DE VALOR ALTO	3. ESTRATEGIA DE VALOR SUPERIOR
	MEDIA	4.- ESTRATEGIA DE COBRO EN EXCESO	5.- ESTRATEGIA DE VALOR MEDIO	6.- ESTRATEGIA DE VALOR BUENO
	BAJA	7.- ESTRATEGIA DE GANANCIA VIOLENTA	8.- ESTRATEGIA DE ECONOMÍA FALSA	9.- ESTRATEGIA DE ECONOMÍA

FUENTE: Estructura de la Organización

ELABORADO POR: Autor, 2013

Al estar en un contexto nacional en el cuál la evolución de internet ha significado apenas un poco más de una década con relación a países denominados industrializados o de primer mundo, el servicio que normalmente utilizan los denominados “desarrollados” es mucho mayor al nuestro en la actualidad, los planes de servicio de internet llegan a un tope de 54mb de velocidad mientras que en nuestro país los planes llegan a un máximo de 18mb.

Tomando en cuenta este último parámetro se puede decir que la competencia de cibercafés tiene una relación de Precio – Calidad de 6, estimada como una **Estrategia de Valor Bueno.**

Nuestro servicio de internet se califica como 2, una *Estrategia de Valor Alto*, por su velocidad de 10mbps por cada 5 computadoras de escritorio, en un promedio dedicado de 2mbps.

- **PRECIO PSICOLÓGICO**

El objetivo de utilizar este tipo de precios es poder alterar el modo en que el consumidor percibe los precios y la asociación que hace de los mismos con las características o atributos del producto o servicio.

En el caso del Centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual, la mayor parte de los encuestados del Estudio de Mercado establecieron un precio de USD. 1,00 por hora de uso de internet. El precio psicológico sería de USD. 0,99 por hora de uso del servicio, con esto se busca encontrar aceptación por parte de los clientes potenciales debido a que es un valor alto con relación a los precios majeados por los diferentes cibercafés de la ciudad de Mira.

Sin embargo, se debería promocionar el precio junto con la velocidad que tiene el Centro de Servicio de Internet, debido a una posible mala interpretación de parte de los usuarios con un valor bajo la unidad de dólar que se pueda interpretar como común dentro del mercado.

- **PRECIO POR CONSUMO DE VOLUMEN ACUMULABLES**

Buscan fidelizar a los clientes en los productos de la empresa y aumentar las ventas. Se practican en todas las compras realizadas por un cliente en un período de tiempo dado.

En el caso de los servicios de internet se propone regalar minutos por consumos de horas masivas de internet en el Centro de servicios como retribución a la fidelidad que el usuario tiene con el negocio.

6.9.3. PLAZA

El centro de Servicios de Internet y Biblioteca Virtual, “Puerto de Acceso” será publicitado a través de las siguientes plazas:

- **EL LOCAL**

A través del local se promoverá los servicios a disposición de los usuarios.

- **LA CIUDAD DE MIRA**

El mercado objeto del estudio de Factibilidad son las Personas Alfabetizadas de la parroquia de Mira, por lo tanto la plaza más grande a la que se debe dar a conocer el servicio a brindar, son las personas que hayan recibido instrucción educativa.

- **INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE MIRA**

Las nuevas generaciones van de la mano con la tecnología, el hecho de que una persona joven no tenga noción del manejo informático a través de una computadora o de alguna herramienta tecnológica, es muy escaso en la actualidad.

El manejo de internet en las generaciones es muy favorable por su facilidad de adquirir información, así un grupo estratégico para el Centro de Internet y Biblioteca Virtual son las generaciones estudiantiles a las cuáles se nutrirán con información de las posibilidades que existen en el Centro de Servicios.

6.9.4. PROMOCIÓN - COMERCIALIZACIÓN

El objeto de la promoción es ofrecer a la demanda insatisfecha lo que necesita, el propósito en sí es encontrar una necesidad que necesite ser satisfecha en caso de merecerlo y mantener la demanda de esta necesidad.

- MEDIOS INFORMÁTICOS

Ilustración 25: PROMOCIÓN FACEBOOK



FUENTE: Propuesta Estratégica
ELABORADO POR: Autor, 2013

Ilustración 26: PROMOCIÓN GOOGLE ADS



FUENTE: Propuesta Estratégica
ELABORADO POR: Autor, 2013

- **PRENSA ESCRITA**

Ilustración 27: PROMOCIÓN PRENSA ESCRITA



FUENTE: Propuesta Estratégica
ELABORADO POR: Autor, 2013

- **TARJETAS DE PRESENTACIÓN**

Ilustración 28: PROMOCIÓN PRESENTACIÓN



FUENTE: Propuesta Estratégica
ELABORADO POR: Autor, 2013

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos de un proyecto se representan como cambios que se generen en la ejecución y sus efectos en los ámbitos de influencia del mismo. El análisis de estos impactos se encuentra representado de acuerdo con indicadores esperados de cada área de impacto, se procederá a utilizar una matriz que se ha asignado un nivel de impacto.

Tabla 121: MATRIZ DE NIVEL DE IMPACTO

IMPACTO POSITIVO	+3
IMPACTO MEDIO POSITIVO	+2
IMPACTO BAJO POSITIVO	+1
IMPACTO NEUTRO	0
IMPACTO BAJO NEGATIVO	-1
IMPACTO MEDIO NEGATIVO	-2
IMPACTO ALTO NEGATIVO	-3

Fuente: Impactos del Proyecto

Elaborado por: Autor, 2013

En el proceso de ejecución del proyecto se establecerá impactos donde los niveles son positivos cuando exista una influencia a favor de las diferentes variables de análisis y negativos cuando el proyecto tenga impactos en los cuáles no genere ningún beneficio y al contrario deteriore el contexto de una variable. Si no tiene ningún impacto en el contexto de las variables locales se considera que tiene una influencia neutral.

7.1. IMPACTO SOCIAL

Tabla 122: IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3
Población	x						
Educación		x					
Informática		x					
Empleo		x					

TOTAL POSITIVOS	9
TOTAL NEGATIVOS	0
PROMEDIO DEL EFECTO	2.25

Fuente: Impactos del Proyecto

Elaborado por: Autor, 2013

ANÁLISIS:

- a. El impacto que provocará en la población la creación de un Centro de Internet y Biblioteca Virtual será altamente positiva, debido a que este proyecto es novedoso y es el primero en la ciudad que se establece con un estudio analítico diagnóstico, de mercado y económico.
- b. La influencia en la Educación de un centro de Internet con Biblioteca Virtual, colaborará a los métodos de investigación en un nivel medianamente positivo, debido a la apertura que actualmente tiene la población a la informática.
- c. El impacto informático de la ejecución de un centro de Internet y Biblioteca Virtual suponen un nivel medio positivo, al dar la oportunidad a la población de obtener el servicio de internet más veloz de la ciudad y el servicio innovador de la Biblioteca Virtual nutrirán su nivel de cultura informática.
- d. La generación de empleo que ofrece el Centro de Servicios de internet y Biblioteca Virtual tiene un impacto medianamente positivo, la causa es debido a los limitados puestos de trabajo que requiere el Centro de Servicios, sin embargo el hecho de tener un Centro de Internet que ofrezca empleos en una ciudad pequeña es muy positivo.

7.2. IMPACTO ECONÓMICO

Tabla 123: IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3
Ingresos		X					
Micro-empresarial		X					
Precio		X					

TOTAL POSITIVOS	6
TOTAL NEGATIVOS	0
PROMEDIO DEL EFECTO	2

Fuente: Impactos del Proyecto

Elaborado por: Autor, 2013

- a. La influencia económica de ingresos sobre la población y sobre la entidad es medianamente positiva, debido a que el proyecto es factible con todas las obligaciones a sus trabajadores que por ley le corresponden, dando así a entender que un proyecto que incursione en la Ciudad de Mira es viable siempre y cuando se realice un estudio adecuado del contexto sobre el tema del proyecto.
- b. El impacto dentro de la realidad micro-empresarial, si se lo puede llamar así, de la ciudad de Mira es medianamente positiva, debido a que muestra mediante el estudio del proyecto que la creación de un Centro de Servicio de internet es factible con una recuperación a largo plazo de 2.3 años.
- c. La influencia tecnológica en los precios hace que relativamente tengan un valor menor con relación al servicio, por tal motivo el impacto es medianamente positivo porque mejora el servicio de internet con relación al servicio, el ejemplo más claro es que la máxima velocidad en la ciudad es de 4mb de navegación con un valor de 50ctvs por hora de uso, y el servicio que ofrece el Centro es de 10mb de navegación por el valor de USD. 1.00

7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Tabla 124: IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3
Consumo de Energía					x		
Consumo de Agua				x			
Contaminación visual		x					
TOTAL POSITIVOS	2						

TOTAL NEGATIVOS	-1
PROMEDIO DEL EFECTO	0,33

Fuente: Impactos del Proyecto

Elaborado por: Autor, 2013

- a. El impacto ambiental en la medición del consumo de energía eléctrica es un inconveniente de nivel bajo negativo debido a un consumo más alto de lo normal de energía que utiliza la mayor parte de los centros de servicio de internet, sin embargo el uso de esta energía será adecuado mediante las adecuaciones que se proponen en el estudio económico para iniciar la empresa en marcha.

- b. El consumo de agua no tiene ningún impacto, el centro de servicio de internet no favorece el consumo ni lo exagera, por lo tanto tiene un nivel de impacto igual a cero o nulo.

- c. La contaminación visual del Centro de Internet y Biblioteca Virtual afecta a la ciudad de Mira en un nivel medianamente positiva con una combinación de colores que dé un aspecto amable tanto para el usuario como para la colectividad en general sin contrastar con el entorno, utilizando colores no ruidosos visualmente.

7.4. MATRIZ DE IMPACTOS

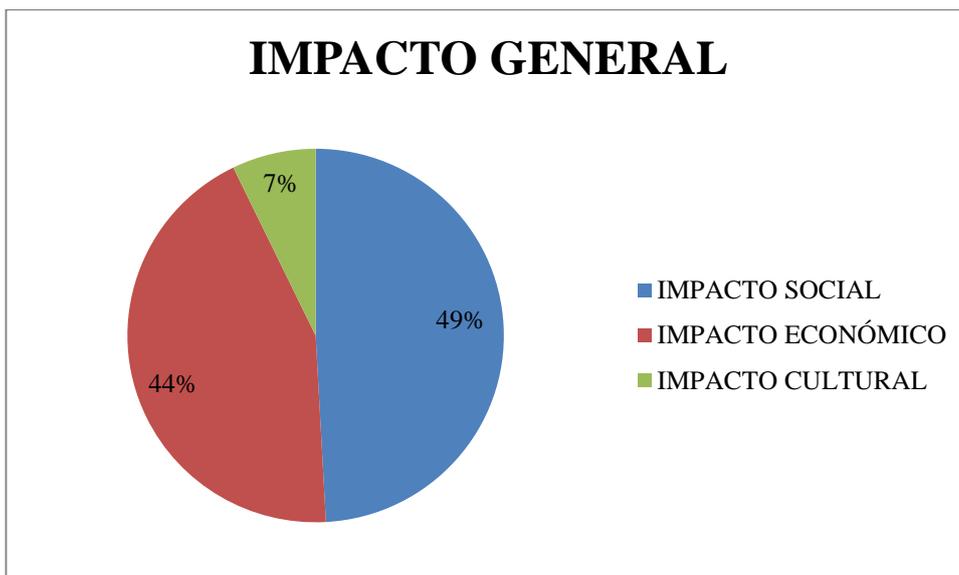
Tabla 125: IMPACTO GENERAL

INDICADORES	FRECUENCIA	%
IMPACTO SOCIAL	2,25	49,13%
IMPACTO ECONÓMICO	2	43,67%
IMPACTO AMBIENTAL	0,33	7,21%
TOTAL	4,58	100,00%

Fuente: Impactos del Proyecto

Elaborado por: Autor, 2013

Ilustración 29: IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO



Fuente: Impactos del Proyecto
Elaborado por: Autor, 2013

Con los datos obtenidos se puede establecer la importancia del presente proyecto, el impacto positivo que presenta este se lo puede demostrar que en un 49% es impacto social, el 44% de impacto positivo es el económico y el 8% de la influencia positiva es el impacto ambiental, que no tiene mayor incidencia en el aspecto ambiental, esto también se puede explicar debido a un impacto negativo dentro del análisis ambiental.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Al finalizar el análisis del estudio del proyecto se puede llegar las siguientes conclusiones:

- A través del Estudio diagnóstico situacional se puede concluir que existe un porcentaje importante dentro de la población que utiliza internet, sin embargo, aunque el porcentaje sea de una tercera parte de la población de la ciudad de Mira las proyecciones de uso de TICs según el INEC son aún más interesantes. El estudio dice que en general el problema diagnóstico documental es la ausencia de un Centro de Internet con un estudio a profundidad de la población y su comportamiento.
- El marco metodológico fue basado en un 80% con libros electrónicos tanto de libre acceso como también con restricciones por derecho de autor, así se concluye que el proyecto tiene gran importancia al mostrar que una base de datos estructurada ayudaría al investigador a diseñar teóricamente su proyecto.
- El estudio de mercado hace llegar a la conclusión que el proyecto de un Centro de Internet y Biblioteca Virtual es aceptado dentro de la población que utiliza el servicio, además el margen de precios que propone el Centro a la población se puede decir que es admitida al nivel más bajo de precio pero que sin embargo llega a ser aceptable para poder ofrecer el mejor servicio de la ciudad.
- Se determina a la ciudad de Mira como la propicia para la implementación del proyecto, además el proyecto tiene las bases legales para ser ejecutado y la accesibilidad al mercado debido al tamaño de este es cómodo de implementación.

- El estudio económico determina que el proyecto es factible y cubre todos sus gastos y costos en un largo periodo de 2 años 4 meses y 6 días, además el proyecto en el periodo de un año de empresa necesita USD. 47.638,68 para llegar a su punto de equilibrio y absorber la inversión.
- El análisis de impactos habla de que la mayor influencia está en el indicador social debido a que es un proyecto innovador y que contribuirá básicamente la educación y la cultura informática, el impacto económico refleja la importancia que tiene este proyecto al impulsar una tipo de empresa de responsabilidad limitada que antes no se ha visto en la ciudad de Mira

RECOMENDACIONES

- Crear la el Centro de Servicio de Internet y Biblioteca Virtual inalámbrica en el contexto de la ciudad de Mira en base a un estudio profundo y responsable de la población y sus intenciones de consumo, además de mostrar que en la ciudad no existe un centro de servicio de internet con la estructura y variedad de servicios que propone el proyecto.
- Impulsar el Centro de Servicios de Internet con Biblioteca Virtual inalámbrica para el beneficio de estudiantes, investigadores y demás personas inmiscuidos en la investigación que necesiten de un esquema estructurado de libros electrónicos de fácil acceso.
- Se recomienda ejecutar el proyecto debido a su aceptación dentro de la población que utiliza el servicio de internet tanto por sus servicios como por su gama de precios.
- Se debe ejecutar el proyecto debido a la facilidad de acceso que las condiciones requeridas en el estudio técnico solicita para su realización lo mismo que convierte al proyecto es factible para su implantación.

- Una vez realizado el estudio y análisis del proyecto en el contexto de la Ciudad de Mira se recomienda aplicar el proyecto gracias a la factibilidad que arroja buenos resultados de las diferentes técnicas de evaluación de la inversión en el tiempo recuperando la inversión total y la sostenibilidad en el transcurso de 5 años posteriores.
- Se recomienda aplicar el proyecto en la ciudad de Mira debido a la novedosa forma legal y su diversidad de servicios al consumidor, además de tener un impacto social y económico muy importante debido a que sería una empresa de un tamaño micro-empresarial que contribuya a la cultura informática de la ciudadanía y a la economía gracias al cumplimiento de sus obligaciones y sostenibilidad.

FUENTE DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

2009.*adeudima.com*. [En línea] UDIMA Creative Commons, 2009. [Citado el: 01 de 03 de 2013.] <http://www.adeudima.com>.

ALBORNOZ T, Consuelo, y otros. 2008. Concepto de Internet y Cibercafé. [aut. libro] Consuelo ALBORNOZ T, y otros. *Los usos de Internet*. Primera. Quito : Crearimagen, 2008, Vol. Tomo 2, págs. 8, 10.

ANETCOM. 2010.*Glosario de Términos de Internet*. Madrid : anetcom, 2010.

AVILA, Toni Martin y CHICHERI, Jaime. 2009.*El Nuevo Manifiesto de la Web 2.0*. Madrid : innova, 2009.

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. 2013.*Evolución del Crédito y Tasas de Interés*. Quito : Banco Central del Ecuador, 2013. ISSN 1319-1419.

CALDERÓN, Lilia. 2010.*El marco teórico en la Investigación*. [http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/moodle/file.php/203/Documen_Seminario/Fundamentacion_teorica_invest.pps] 1ra, s/c, s/e, s/p : <http://aprendeonline.udea.edu.co>, 2010.

CAMPUSANO, Miguel A. 2012. Concepto Empresa. *Plaenación del Proyecto*. s/c : Amazon.com, 2012, Vol. 1er, pág. sección 441.

CARRANCO ORTIZ, María. 2011.*ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE HOSTING Y DE CREACIÓN DE SITIOS WEB EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.* ". Ibarra : Universidad Técnica del Norte, 2011.

CARRIÓN, Hugo. 2011.*Panorama 2011 para las TIC en el Ecuador*. Quito : IMAGINAR, 2011.

CONATEL. s/a.CONATEL. [En línea] Gobierno Nacional de la República del Ecuador, s/a. <http://www.conatel.gob.ec>.

CONGRESO NACIONAL, Presidencia. 2006.*LEY DE EMPRESAS UNIPERSONALES DE*. Quito : s/e, 2006. ISSN.

CONSEJO NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES. 2002.*REGULACIÓN DE LOS CENTROS DE ACCESO A INTERNET Y CIBER CAFÉS*. Quito : s/e, 2002.

GARCIA DE SOLA, Alberto. 2010.*La empresa 2.0.* Madrid : MadridNetWork, 2010.

GONZÁLEZ MUÑOZ, Rafael. 2010. marketing-xxi.com. *marketing-xxi.com*. [En línea] Centro de Estudio Financieros, 2010. <http://www.marketing-xxi.com>.

GRADIN, Carlos. 2008. Concepto de Internet-Ciberespacio. *Internet, Hackers y Software Libre*. Segunda. s/c : Editorfantasma, 2008, Vol. 1er, pág. 107.

H. CONGRESO NACIONAL. 1999.*LEY DE COMPAÑIAS.* Quito : s/e, 1999.

HERNÁNDEZ, Alexander. 2010.*Endeudamiento en la microempresa cuando.* México : s.n., 2010. ISSN.

HERNÁNDEZ, Ana. 2009.*El proyecto Factible como modalidad de educación.* [www.tupalanca.com/boletines/prueba.pdf] s/c : UPEL-IPRGR, 2009.

IASB. 2010. Estados Financieros. *Marco Conceptual para la Información Financiera*. Bacilea : IFRS FOUNDATION, 2010, pág. A41.

IFRS. s/a.*IFRS.* [En línea] IFRS Foundation, s/a. [Citado el: 15 de 03 de 2013.] <http://www.ifrs.org/>.

INEC. 2011.*INEC.* [En línea] Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2011. [Citado el: 25 de 09 de 2012.] <http://www.inec.gob.ec/inec/>.

—. **s/a.***Sistema Integrado de Consultas.* [En línea] INEC, s/a. [Citado el: 25 de 09 de 2012.] <http://redatam.inec.gob.ec>.

Información, Ministerio de Comunicaciones y Sociedad de la. s/a.*Ministerio de Comunicación y Sociedades de la Información.* [En línea] Gobierno Nacional de la República de Ecuador, s/a. <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/>.

Información, Sistema Nacional de. 2011.*SNI Sistema Nacional de información.* [En línea] Sistema Nacional de Información, 2011. [Citado el: 25 de 09 de 2012.] <http://www.sni.gob.ec>.

Ministerio de Coordinación de Producción, empleo y competitividad. 2013.*Ministerio de Coordinación de Producción, empleo y competitividad.* [En línea] Gobierno Nacional de la República del Ecuador, 01 de 01 de 2013. [Citado el: 17 de 02 de 2013.] <http://www.produccion.gob.ec/>.

MORALES MUÑOZ. 2012. [aut. libro] MORALES MUÑOZ. *Las Pymes en el Ecuador.* Quito : s/e, 2012, págs. 10 - 11.

MUÑOZ SARAVIA, Antonio. 2008.*Métodos cuantitativo y cualitativo en la evaluación de impactos de inversión social.* s.l. : Guatemala, 2008, pág. 22.

OBSERVATORIO DE LA ILUSTRACIÓN DIGITAL. 2010.*LOS RETOS DE LA ERA DIGITAL.* MADRID : FADIP, 2010. ISSN.

ORTEGA VIVANCO, Mayra, LOAIZA PEÑA, Andrea y VANEGAS, Medardo. 2011.*IMPACTO DE LAS TICS EN EL DESEMPEÑO DE LAS PYMES EN EL ECUADOR.* Guadalajara : UTPL, 2011.

PRO ECUADOR. 2013.*Guía Comercial de la República del Ecuador.* Quito : Edición- ProEcuador, 2013.

PULLA C, Vinicio, y otros. 2012. Concepto Microempresa. *Administración de la Producción de Bienes y Servicios.* s/n : Universidad Nacional de Loja, 2012. Vol. s/n, s/n, pág. 22.

REYES, Rafaela Macías. 2010. Estudio diagnóstico. [aut. libro] Rafaela Macías Reyes. [ed.] eumed.net. *El trabajo sociocultural: Fundamentos epistemológicos y prácticos para su realización.* s/c : eumed.net, 2010, Vol. 1er, III, pág. 57. Trabajo sociocultural.

ROMIZOWSKI, A.J y MANSON, R. 1996. Biblioteca Virtual. *The Evolution of the Worl Wide Web.* s.l. : Badrul H Khan, 1996.

SANTOS SANTOS, Tania. 2008.*ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN: ESTAPAS DEL ESTUDIO.* s/c : Revista Académica ISSN 16968360, 2008. Vol. I.

SUNKEL, Guillermo, TRUCCO, Daniela y MÖLLER, Sebastián. 2011.*Aprender y enseñar con las Tecnologías de la Información y Comunicación de América Latina.* Santiago de Chile : CEPAL, 2011.

Telecomunicaciones, Superintendencia de. 2012.*SUPERTEL.* [En línea] Superintendencia de Telecomunicaciones, 2012. <http://www.supertel.gob.ec/>.

VALLEJO, Lissette Patricia. 2011. ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINAS Y OTROS INSUMOS PARA IMPRESIÓN DIGITAL DE GRAN FORMATO, UBICADA EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI. Sangolqui, Ecuador : REPOSITORIO ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO, Marzo de 2011.

VAN HORNE, James C y WACHOWICKS JR, John M. 2010.*Fundamentos de Administración Financiera.* [ed.] Prentice Hall. 1er e-book. México : Pearson, 2010.

VANTIR. 2009. www.vantir.com. [En línea] 2009. <http://www.vantir.com/#>.

VERCELLI, Ariel. 2012 (recuperado). Concepto de la normas TCP/IP. *La Conquista Silenciosa del Ciberespacio*. Buenos Aires : Creative Commons, 2012 (recuperado), págs. 103, 104.

ANEXOS

ANEXO A

ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

OBJETIVO: Esta encuesta está orientada a la evaluación del lanzamiento de nuevos servicios informáticos dentro de un Centro de servicio de Internet, llamado comúnmente Cybercafé.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas
- Marque con una "X" o un "V" en el cuadro según corresponda y considere cuál es su respuesta.

GÉNERO

MASCULINO ()

FEMENINO ()

EDAD: _____

Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1.- ¿En qué lugar utiliza Internet?

Cybercafé

En su hogar

Institución educativa (Escuela, Colegio, universidad)

Zona Wifi (internet inalámbrico)

Celular

Otro lugar ¿Dónde?: _____

<input type="checkbox"/>

2.- ¿Qué tan satisfactorio es el servicio de internet donde usted lo utiliza frecuentemente?

- Muy Satisfactorio
- Satisfactorio
- Poco Satisfactorio
- Insatisfactorio
- Muy Insatisfactorio

3.- ¿Cuáles son las causas de su respuesta en la pregunta anterior?

4.- Cuando usted utiliza internet, ¿Qué características aprecia más del Servicio?

- Velocidad del Internet
- La comodidad
- La atención
- La tecnología que tiene el Cybercafé o lugar donde utiliza el internet
- Otros aspectos ¿Cuáles?: _____

5.- ¿Para qué propósito ha usado internet?

- Entretenimiento
- Negocios
- Adquirir Información
- ¿Otro/s Propósito/s? ¿Cuál/es? _____

6.- ¿Con qué frecuencia a la semana utiliza internet?

- 1-2 ocasiones a la semana
- 3-4 ocasiones a la semana
- 5 ocasiones en adelante a la semana

7.- Cuándo utiliza internet, ¿Cuántas horas dedica a este?

- 0-1 hora a la semana
- 1-2 horas a la semana
- 2-3 horas a la semana
- 3-4 horas a la semana
- 5 horas en adelante a la semana

<input type="checkbox"/>

8.- ¿Piensa Usted que es importante el Internet?

- Si
- No

¿Por qué? _____

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

**9.- ¿Cuál de los siguientes servicios a utilizado en un cibercafé?
Elija distintas opciones**

- Impresiones
- Edición de archivos (Imágenes y documentos)
- Comercio Electrónico
- Juegos
- Bar Confitería
- Servicio Técnico a computadores
- Otros ¿Cuáles?: _____

<input type="checkbox"/>

10.- Sabía Ud. Que una Biblioteca Virtual tiene Información segura de investigación

- Si
- No

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

11.- ¿Considera Ud. Importante la creación de un Cibercafé de máxima velocidad con Biblioteca Virtual y diversos servicios informáticos?

- Si
- No

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto Ud. a pagar por un servicio de internet de

máxima velocidad en un Cibercafé con Biblioteca Virtual y variados servicios informáticos?

\$ 0,75 - \$ 1,00

\$ 1,00 - \$ 1,25

\$ 1,25 - \$ 1,50

\$ 1,50 - \$ 1,75

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO B



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

OBJETIVO: Esta entrevista está orientada a la evaluación del lanzamiento de nuevos servicios informáticos dentro de un Centro de servicio de Internet, llamado comúnmente Cibercafé.

PROFESIÓN: _____

EDAD: _____

NOMBRE: _____

1. ¿NOS PUEDE DAR UNA INTRODUCCIÓN BREVE DE LO QUÉ ES EL INTERNET Y SUS BENEFICIOS EN LA POBLACIÓN?

2. ¿POR QUÉ OPTÓ POR OFRECER EL SERVICIO DE INTERNET A LA POBLACIÓN A TRAVÉS DE SU LOCAL DENOMINADO CIBERCAFÉ?

3. ¿QUÉ IMPORTANCIA TIENE PARA UD. EN SU NEGOCIO EL SERVICIO AL CLIENTE?

4. ¿QUÉ SERVICIOS ADICIONALES OFRECE UD. EN SU NEGOCIO ADEMÁS DEL SERVICIO DE INTERNET?

5. ¿ATIENDE UD. SU LOCAL DE CIBERCAFÉ O LO ATIENDE SUS EMPLEADOS? EN CASO DE HACERLO SUS EMPLEADOS, QUÉ CAPACITACIONES TIENE SUS EMPLEADOS PARA OFRECER LOS SERVICIOS DE SU CIBERCAFÉ?

6. ¿QUÉ PIENSA UD ACERCA DE LA PROPUESTA DE LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIO DE INTERNET CON UNA BIBLIOTECA VIRTUAL INALÁMBRICA?

7. ¿ES IMPORTANTE PARA USTED LA PROMOCIÓN DE SU CIBERCAFÉ EN LA CIUDAD?

8. ¿CREE USTED QUE UNA BUENA PRESENTACIÓN DE SU CIBERCAFÉ A TRAVÉS DE UN PLAN DE ADMINISTRATIVO COMO DISEÑO DE LOGO, MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y UN BOCETO ORDENADO DE LA DISTRIBUCIÓN DE SU LOCAL ES FAVORABLE PARA LA IMAGEN DE SU NEGOCIO?

9. ¿SU SOFTWARE ES ORIGINAL, O UTILIZA LA PIRATERÍA PARA IMPLEMENTAR EL SISTEMA EN LA CUAL SUS CLIENTES NAVEGAN EN INTERNET?

10. ¿SUS PROVEEDORES DE INTERNET SON CONFIABLES?

11. ¿LOS PRECIOS QUE OFERTA AL PÚBLICO SON ACEPTADOS POR LA CLIENTELA? O, ¿EXISTE RESISTENCIA POR PARTE DE ESTOS?

12. ¿EXISTIÓ ALGÚN INCONVENIENTE ECONÓMICO O LEGAL PARA IMPLEMENTAR SU LOCAL DE SERVICIO DE INTERNET?

ANEXO C

ECUACIONES DE PROYECCIÓN LINEAL

$$y = a + bx$$

$$1.- \sum y = an + b\sum x$$

$$2.- \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

PROYECCIÓN LINEAL CIBERCAFÉ

AÑO	X	Y	XY	X2
2009	1	3	3,000	1
2010	2	3	6,000	4
2011	3	6	18,000	9
2012	4	7	28,000	16
2013	5	7	35,000	25
	15	26	90,000	55

$$y = a + bx$$

$$1.- \sum y = an + b\sum x$$

$$2.- \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

1.-	26 =	5 a	+	15 b	
2.-	90,000 =	15 a	+	55 b	
1.-	-78 =	-15 a	+	-45 b	*-3
2.-	90,000 =	15 a	+	55 b	
	12 =	0 a	+	10 b	
	b	1,2			
Remplazando Ecuación 1					
1.-	26 =	5 a	+	15	1,2
	26 =	5 a	+	15	1,2
	26 =	5 a	+	18	
	8 =	5 a			
	a	=		1,6	

PROYECCIÓN LINEAL WIFI

AÑO	X	Y	XY	X2
2008	1	1	1,000	1
2009	2	2	4,000	4
2010	3	2	6,000	9
2011	4	2	8,000	16
2012	5	2	10,000	25
	15	9	29,000	55

$$y = a + bx$$

$$1.- \sum y = an + b\sum x$$

$$2.- \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

1.-	9 =	5 a	+	15 b	
2.-	29,000 =	15 a	+	55 b	
1.-	-27 =	-15 a	+	-45 b	*-3
2.-	29,000 =	15 a	+	55 b	
	2 =	0 a	+	10 b	
	b	0,2			
Remplazando Ecuación 1					
1.-	9 =	5 a	+	15	0,2
	9 =	5 a	+	15	0,2
	9 =	5 a	+	3	
	6 =	5 a			
	a	=	1,2		

PROYECCIÓN LINEAL USO DE TICS

AÑO	X	Y	XY	X2
2009	1	0,197	0,197	1
2010	2	0,229	0,458	4
2011	3	0,249	0,747	9
2012	4	0,265	1,060	16
TOTAL	10	0,94	2,462	30

$$y = a + bx$$

$$1.- \sum y = an + b\sum x$$

$$2.- \sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

1.-	0,94 =	4 a	10 b	
2.-	2,462 =	10 a	30 b	
1.-	-2,82 =	-12 a	-30 b	*-3
2.-	2,462 =	10 a	30 b	
	-0,358 =	-2 a	0 b	
	a =	0,179		
Remplazando Ecuación 1				
1.-	0,94 =	4	0,179	10 b
	0,94 =	0,716		10 b
0,94 +	-0,716 =			10 b
	0,224 =	10 b		
	b =	0,0224		

ANEXO D

MATRIZ DE FACTORES

FACTORES	A	B	C
Clima	80	85	70
Agua	80	80	70
Actitud de la comunidad	80	80	70
Infraestructura básica.	80	80	60
Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo.	75	70	60
Condiciones de Vida.	70	80	70
Formas de transporte	70	80	90
Disponibilidad de materia prima e insumos	80	80	70
Recursos energéticos	80	80	80
Tipo y tamaño de mercado	75	80	50
Canales de distribución	70	90	70
Seguridad y riesgo	80	60	80
Polución	90	60	80
Manejo de desechos	90	80	70
Tratamiento de aguas servidas	80	60	60
Contaminación auditiva	90	60	80
Ubicación Comercial	90	70	60
Cultura de consumo	90	90	70
Competencia	80	80	70
Facilidad de transporte	90	90	90
Policía y bomberos	90	70	60
Cercanía a carretera panamericana.	90	70	60
Servicios de apoyo	80	70	70
Seguridad Privada	60	70	60
Impuestos	60	60	60
Restricciones físicas y legales	60	60	50
Demanda real	70	80	70
Energías alternativas	40	40	40
Tipología del lugar con respecto a zona rural o urbana	80	80	60

MATRIZ DE PONDERACIÓN

FACTORES	PONDERACIÓN	A	B	C
Clima	0,1	8	8,5	7
Agua	0,05	4	4	3,5
Actitud de la comunidad	0,05	4	4	3,5
Infraestructura básica.	0,07	5,6	5,6	4,2
Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo.	0,05	3,75	3,5	3

Condiciones de Vida.	0,00125	0,0875	0,1	0,0875
Formas de transporte	0,00125	0,0875	0,1	0,1125
Disponibilidad de materia prima e insumos	0,1	8	8	7
Recursos energéticos	0,005	0,4	0,4	0,4
Tipo y tamaño de mercado	0,00125	0,09375	0,1	0,0625
Canales de distribución	0,1	7	9	7
Seguridad y riesgo	0,00125	0,1	0,075	0,1
Polución	0,00125	0,1125	0,075	0,1
Manejo de desechos	0,00125	0,1125	0,1	0,0875
Tratamiento de aguas servidas	0,00125	0,1	0,075	0,075
Contaminación auditiva	0,00125	0,1125	0,075	0,1
Ubicación Comercial	0,1	9	7	6
Cultura de consumo	0,1	9	9	7
Competencia	0,05	4	4	3,5
Facilidad de transporte	0,08555	7,6995	7,6995	7,6995
Policía y bomberos	0,025	2,25	1,75	1,5
Cercanía a carretera panamericana.	0,025	2,25	1,75	1,5
Servicios de apoyo	0,00125	0,1	0,0875	0,0875
Seguridad Privada	0,00125	0,075	0,0875	0,075
Impuestos	0,00065	0,039	0,039	0,039
Restricciones físicas y legales	0,00065	0,039	0,039	0,0325
Demanda real	0,025	1,75	2	1,75
Energías alternativas	0,00065	0,026	0,026	0,026
Tipología del lugar con respecto a zona rural o urbana	0,05	4	4	3
TOTALES PONDERADOS	1	81,78475	81.1785	68.5345

ANEXO E

Circular GF. 17-2013 Quito, 30 de abril de 2013
Señor Gerente Sucursal BANFOMENTO
Circular Tasas de Interés para el Banco Nacional de Fomento
Para el periodo de mayo de 2013
Tasas Activas Efectivas

CRÉDITO COMERCIAL		APLICACIÓN DE REAJUSTES: COMERCIALIZACIÓN
COMERCIALIZACIÓN	TASA INTERÉS 11,2%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1,33 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES
PRODUCCIÓN CICLO CORTO (2 AÑOS)		PRODUCCIÓN CICLO CORTO (2 AÑOS)
PRODUCCIÓN CICLO CORTO (2 AÑOS)	TASA INTERÉS 11,2%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1,33 PUNTO SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES.
FONDOS DE DESARROLLO		FONDOS DE DESARROLLO
FONDOS DE DESARROLLO	TASA INTERÉS 10%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1,0 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES
CRÉDITO DE CONSUMO		

CONSUMO	TASA INTERÉS 16%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1.50 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL CONSUMO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA CONSUMO
---------	---------------------	--

CRÉDITOS AL 5%

NUEVOS CRÉDITOS DE LOS PROGRAMAS CON	TASA DE INTERÉS FIJOS 5%
--------------------------------------	-----------------------------

MICROCRÉDITO COMERCIAL Y SERVICIOS

MICROCRÉDITO COMERCIAL Y SERVICIOS	TASA DE INTERÉS 15%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO SERÁ DE 6 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA REFERENCIAL BCE VIGENTE A LA SEMANA DE REAJUSTE. LA TASA RESULTANTE NO SERÁ INFERIOR AL 15% NI MAYOR A LA TASA DE REAJUSTE DE LOS MICROCRÉDITOS
------------------------------------	------------------------	---

MICROCRÉDITO DE PRODUCCIÓN

MICROCRÉDITO DE PRODUCCIÓN	TASA DE INTERÉS 11%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO SERÁ DE 2 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA REFERENCIAL BCE VIGENTE A LA SEMANA DE REAJUSTE. LA TASA RESULTANTE NO SERÁ INFERIOR AL 11% NI MAYOR A LA TASA DE REAJUSTE DE LOS MICROCRÉDITOS
----------------------------	------------------------	---

CRÉDITOS Y MICROCRÉDITOS FRANQUICIAS DE CORREOS DEL ECUADOR

CRÉDITOS Y MICROCRÉDITOS A LOS SECTORES DE COMERCIO Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LA FRANQUICIA CORREOS DEL ECUADOR	TASA DE INTERÉS 10%	EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1,0 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA
--	------------------------	---

SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES

CRÉDITO Y MICROCRÉDITO SECTOR TURISMO

CRÉDITO Y MICROCRÉDITO SECTOR TURISMO

TASA DE INTERÉS
10%

EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1,0 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO PYMES DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES

BANCA DE SEGUNDO PISO

BANCA DE SEGUNDO PISO

TASA DE INTERÉS
7,5%

EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO SERÁ DE 3 PUNTOS SOBRE LA TASA PASIVA REFERENCIAL BCE VIGENTE A LA SEMANA DE REAJUSTE. LA TASA RESULTANTE NO SERÁ INFERIOR AL 7,5%

PARA REESTRUCTURACIONES (REFINANCIAMIENTOS)

REESTRUCTURACIONES COMERCIALES (REFINANCIAMIENTOS)

TASA INTERÉS
11,83%

EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1.34 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES

PARA REESTRUCTURACIONES (REFINANCIAMIENTOS)

REESTRUCTURACIONES CONSUMO (REFINANCIAMIENTOS)

TASA INTERÉS
16,3%

EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1.75 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL CONSUMO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE

REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA CONSUMO

PARA REESTRUCTURACIONES (REFINANCIAMIENTOS)

EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 1.34 PUNTOS SOBRE LA TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PRODUCTIVO DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA EFECTIVA MÁXIMA PRODUCTIVO PYMES

REESTRUCTURACIONES MICROCRÉDITO (PRODUCCIÓN) (REFINANCIAMIENTOS)	TASA INTERÉS 11,83%
--	------------------------

PARA REESTRUCTURACIONES (REFINANCIAMIENTOS)

EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 7,50 PUNTOS SOBRE LA TASA MÁXIMA CONVENCIONAL DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ INFERIOR AL 16,30% NI MAYOR A LA TASA EFECTIVA DE REAJUSTE DE LOS MICROCRÉDITOS 18,40%

REESTRUCTURACIONES MICROCRÉDITO (COMERCIO Y SERVICIOS) (REFINANCIAMIENTOS)	TASA INTERÉS 17,25%
--	------------------------

REAJUSTE PARA LA NUEVA LÍNEA CFN

EL MARGEN DE REAJUSTE DURANTE EL PERIODO DE CRÉDITO, SERÁ 10 PUNTOS SOBRE LA TASA PASIVA REFERENCIAL DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTE EN LA SEMANA DE REAJUSTE, LA TASA RESULTANTE NO SERÁ MAYOR A LA TASA MÁXIMA EFECTIVA PRODUCTIVO PYMES

NUEVA LÍNEA C.F.N. 2006	11,83%
-------------------------	--------

DE ACUERDO A RESOLUCIÓN DE DIRECTORIO NO. D-2008 0133 DE ABRIL 2 DEL 2008 SE AUTORIZA QUE LAS OPERACIONES DE CRÉDITO DE DESARROLLO HUMANO NO GENEREN NINGÚN VALOR POR CONCEPTO DE MORA, NI ADQUIERAN LA CALIDAD DE VENCIDOS; TODA VEZ QUE LOS BENEFICIARIOS DEL CRÉDITO NO TIENEN

INJERENCIA EN EL PAGO DE LOS MISMOS, SIENDO EL RESPONSABLE EL ESTADO ECUATORIANO A TRAVÉS DEL MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL

REAJUSTE PARA OPERACIONES CONCEDIDAS HASTA EL 18 DE FEBRERO-09

PARA LAS OPERACIONES CONCEDIDAS HASTA EL 25 DE JULIO DE 2007, SE REAJUSTARAN CONFORME LO ESTIPULADO EN EL RESPECTIVO PAGARE O CONTRATO

PARA LAS OPERACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES LA TASA DE REAJUSTE SERÁ. LA TASA 11,20%
ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL

PRODUCTIVO PYMES
PARA LAS OPERACIONES DE MICROCRÉDITOS LA TASA MÁXIMA 18,40%
DE REAJUSTE (EFECTIVA)

TASAS DE MORA Y PENALIZACIÓN

1.1 VECES LA TASA NOMINAL VIGENTE DE REAJUSTE EN CADA LÍNEA A LA FECHA DE VENCIMIENTO DEL DIVIDENDO O CRÉDITO

Nota: Todas las especificaciones referentes a tasas de mora y penalización, que no se encuentren detalladas en esta circular deberán sujetarse a las líneas de crédito y lo que estipule el respectivo pagare

Dra. Nancy Bonilla

Gerente de Finanzas (E)

GF/ST/MHH/30-4-13

Elaborado Por: Manolo Herrera H.

cc.Gerencia General, Subgerencia General, Gerencias de: De Finanzas, Operaciones, Crédito, Auditoría, Asesoría Jurídica, Riesgos, Tecnología



Sujeto de crédito:
Personas naturales o jurídicas legalmente constituidas.

Financiamiento:

Hasta el 80% del proyecto de la inversión a realizar.

Interés:

Tasa de interés vigente.

Garantía

Quirografía (personal), prendaria o hipotecaria.

Destinos

- Agrícola.
- Pecuaria.
- Pequeña industria.
- Artesanía.
- Turismo.
- Pesca artesanal.
- Piscícola.
- Maquinaria.
- Comercio.
- Servicios.
- Acuicola.

Requisitos

REQUISITOS OBLIGATORIOS:



- Copia blanco/negro o a color de la cédula de ciudadanía vigente y certificado de votación (último proceso electoral) del cliente, garante y sus respectivos cónyuges, según sea el caso.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE.
- Copia del comprobante de luz, agua, o teléfono del cliente y garante según sea el caso (con una antigüedad no mayor a 60 días).
- Plan de inversión (formato entregado por el Banco), para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000
- Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar, para préstamos superiores a los \$100.000
- Para compras de activos fijos: cotización o proforma de los bienes a adquirir.

DE ACUERDO AL CASO, SE EXIGIRÁ LA PRESENTACIÓN DE LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:



- Copia de los estados financieros actualizados.
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta de los tres últimos ejercicios económicos, (si estuviera obligado hacerlo).

PARA CLIENTES EXTRANJEROS:



- Copia legible a color o blanco/negro de la cédula de identidad, visa vigente, o documento que acredite su condición de refugiado en el país.

Ciudad de Mira USD. 15000 al 11.20% Pyme

https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=88&lang=es

ANEXO F

TARIFAS INTERNET CONTRATACIÓN

CNT (abril 2013)

DOWN	UP	PRECIO	PRECIO IVA	VARIACIÓN DE %	LINEAS	PRECIO TOTAL
2 Megas	500 Kbps.	18	20,16		0	0,00
3 Megas	500 Kbps.	24,9	27,89	1,38%	0	0,00
4 Megas	500 Kbps.	36	40,32	1,45%	0	0,00
*6Megas	500 Kbps.	49,9	55,888	1,39%	0	0,00
*10Megas	1000 Kbps.	60	67,2	1,20%	4	268,80
*15 Megas	1000 Kbps.	105	117,6	1,75%	0	0,00
TOTAL						268,80



Fast Boy Internet Fijo

- Banda ancha con descarga ilimitada.
- WiFi sin costo con modem inalámbrico más cuatro puertos.
- La mejor banda ancha al mejor precio del mercado.

Precio desde: **\$18.00**

➤ Solicita este producto

[Descripción](#)
[Beneficios](#)
[Tarifas](#)
[Condiciones](#)

PLANES DE INTERNET FAST BOY FIJO				
Velocidad Down	Velocidad Up	Tarifa Mensual	Tarifa Mensual Inc. IVA	Inscripción
2000 Kbps	500 Kbps.	\$18.00	\$20.16	\$50.00
3000 Kbps	500 Kbps.	\$24.90	\$27.89	\$50.00
4000 Kbps	500 Kbps.	\$36.00	\$40.32	\$50.00
*6000 Kbps	500 Kbps.	\$49.90	\$55.89	\$50.00
*10000 Kbps	1000 Kbps.	\$60.00	\$67.20	\$50.00
*15000 Kbps	1000 Kbps.	\$105.00	\$117.60	\$50.00

PRECIOS NO INCLUYE IMPUESTOS

ANEXO G

ECUACIONES DE PROYECCIÓN LINEAL

$y = a + bx$

1.- $\sum y = an + b\sum x$

2.- $\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$

PROYECCIÓN LINEAL SALARIOS

AÑO	X	Y	XY	X2
2009	1	218	218,000	1
2010	2	240	480,000	4
2011	3	264	792,000	9
2012	4	292	1168,000	16
2013	5	318	1590,000	25
	15	1332	4248,000	55

$y = a + bx$

1.- $\sum y = an + b\sum x$

2.- $\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$

1.-	1332 =	5 a	+	15 b	
2.-	4248,000 =	15 a	+	55 b	
1.-	-3996 =	-15 a	+	-45 b	*-3
2.-	4248,000 =	15 a	+	55 b	
	252 =	0 a	+	10 b	
b=	25,2				
Remplazando Ecuación 1					
1.-	1332 =	5 a	+	15	25,2
	1332 =	5 a	+	15	25,2
	1332 =	5 a	+	378	
a=	190,8				

ANEXO H

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Años	Cantidad	Capital	Interés	Capital Final
				17361,93
1	379,22447	217,1797787	162,044691	17144,75
2	379,22447	219,20679	160,01768	16925,54
3	379,22447	221,25272	157,97175	16704,29
4	379,22447	223,3177454	155,906724	16480,97
5	379,22447	225,4020444	153,822425	16255,57
6	379,22447	227,5057968	151,718673	16028,07
7	379,22447	229,6291842	149,595286	15798,44
8	379,22447	231,7723899	147,45208	15566,66
9	379,22447	233,9355989	145,288871	15332,73
10	379,22447	236,1189978	143,105472	15096,61
11	379,22447	238,3227751	140,901695	14858,29
12	379,22447	240,5471211	138,677349	14617,74
13	379,22447	242,7922275	136,432242	14374,95
14	379,22447	245,0582883	134,166181	14129,89
15	379,22447	247,345499	131,878971	13882,54
16	379,22447	249,654057	129,570413	13632,89
17	379,22447	251,9841615	127,240308	13380,91
18	379,22447	254,3360137	124,888456	13126,57
19	379,22447	256,7098165	122,514653	12869,86
20	379,22447	259,1057748	120,118695	12610,75
21	379,22447	261,5240953	117,700374	12349,23
22	379,22447	263,9649869	115,259483	12085,27
23	379,22447	266,4286601	112,79581	11818,84
24	379,22447	268,9153276	110,309142	11549,92
25	379,22447	271,425204	107,799266	11278,50
26	379,22447	273,9585059	105,265964	11004,54
27	379,22447	276,5154519	102,709018	10728,02
28	379,22447	279,0962628	100,128207	10448,93
29	379,22447	281,7011613	97,5233085	10167,22
30	379,22447	284,3303721	94,8940977	9882,89
31	379,22447	286,9841223	92,2403475	9595,91
32	379,22447	289,6626407	89,561829	9306,25
33	379,22447	292,3661587	86,8583111	9013,88
34	379,22447	295,0949095	84,1295603	8718,79
35	379,22447	297,8491287	81,3753411	8420,94
36	379,22447	300,6290539	78,5954159	8120,31
37	379,22447	303,4349251	75,7895447	7816,87

38	379,22447	306,2669844	72,9574854	7510,61
39	379,22447	309,1254762	70,0989936	7201,48
40	379,22447	312,0106473	67,2138225	6889,47
41	379,22447	314,9227467	64,3017231	6574,55
42	379,22447	317,8620257	61,3624441	6256,69
43	379,22447	320,8287379	58,3957319	5935,86
44	379,22447	323,8231395	55,4013303	5612,03
45	379,22447	326,8454888	52,378981	5285,19
46	379,22447	329,8960467	49,3284231	4955,29
47	379,22447	332,9750764	46,2493934	4622,32
48	379,22447	336,0828438	43,141626	4286,23
49	379,22447	339,219617	40,0048528	3947,01
50	379,22447	342,3856668	36,838803	3604,63
51	379,22447	345,5812663	33,6432035	3259,05
52	379,22447	348,8066915	30,4177783	2910,24
53	379,22447	352,0622206	27,1622492	2558,18
54	379,22447	355,3481347	23,8763351	2202,83
55	379,22447	358,6647173	20,5597525	1844,17
56	379,22447	362,0122546	17,2122152	1482,15
57	379,22447	365,3910357	13,8334341	1116,76
58	379,22447	368,801352	10,4231178	747,96
59	379,22447	372,2434979	6,98097184	375,72
60	379,22447	375,7177706	3,50669919	0,00
	22753,4682	17361,93119	5391,537	

PAGO MENSUAL	379,22
--------------	--------