



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“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.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, C.P.A.

AUTORA:

_____ CARRANCO ORTIZ MARÍA BELÉN

DIRECTOR:

_____ DR. EDUARDO LARA

Con formato: Fuente: Negrita

Con formato: Fuente: Negrita

Con formato: Fuente: Negrita

Con formato: Normal, Justificado,
Sangría: Izquierda: 0 cm, Interlinea
1,5 líneas

Con formato: Normal, Justificado,
Sangría: Izquierda: 0 cm, Interlinea
1,5 líneas

IBARRA, ABRIL 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado, corresponde a un proyecto de factibilidad para la implantación de una Empresa Distribuidora de Hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura. Debido a que en la actualidad no existe una empresa similar que ofrezca este servicio, se ha estructurado en primer lugar el diagnóstico situacional, en el cual se estableció que si existe una necesidad inminente del servicio de distribución de Hosting y creaciones de sitios web. Las bases teóricas científicas me ayudó a argumentar teóricamente el presente informe. En el estudio de mercado se observó que existe un porcentaje muy alto de demanda insatisfecha, por la escasa oferta del servicio. En el estudio técnico se consideró la localización por su gran afluencia en la Av. Teodoro Gómez y Bolívar, se determinó su distribución de la planta de acuerdo a la necesidad de la empresa, así como su estructura organizacional. Se ha obtenido una inversión de \$13735.14. El 40% de la inversión correspondiente \$5494.06 será cubierta con capital propio y el 60% de la inversión que es \$8241.08 será financiada con una tasa de interés del 11% mediante un crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN) institución financiera de la localidad. Las proyecciones de ingresos y gastos están realizadas para cinco años, tomando en cuenta la inflación actual de 3.17%, en donde se determinó mediante la evaluación financiera y la viabilidad y sustentabilidad del proyecto. Finalmente se analizan los posibles impactos que generará su ejecución tales como: socio-económico, empresarial, comercial y ético, los mismos que dependerán mediante interactuar la confiabilidad y cooperación de la empresa y la sociedad en general. Además, de los beneficios económicos que generará el proyecto, también se convierte en generador de empleo.

EXECUTIVE SUMMARY

The final grade work report corresponds to a feasibility project for the establishment of a hosting distribution company and the creation of web sites in Ibarra city, Imbabura Province. Because of there is no a similar company that offers this service today has firstly been structured the situational diagnosis, in which it was established that if there is an imminent necessity of the hosting distribution and the creation of web sites. The theoretical scientific theories helped me to organize this actual report. In the market study it was showed that there is a very high percentage of unsatisfied demand, because of the low service provision. In the technical study it was considered the location for its great affluence in Teodoro Gómez Avenue and Bolivar street, it was determined the distribution of the plant according to the needs of the company and its organizational structure. It has obtained an investment of \$ 13735.14. The 40% of the investment will be covered for \$ 5994.06 with own money and the 60% of the investment that is \$ 8241.08 will be financed with a rate will of 11% through the CFN credit, a local financial institution. The increases and spends projections are made for five years, taking into account the current inflation of 3.17%, where it was determined by the financial evaluation and the and the viability and sustainability of the project. Finally, the possible impacts are analyzed that will generate its execution such as: socio-economic, business, commercial and ethical, all of them will depend through interact with the reliability and cooperation between the enterprise and society in general. Additionally, the economical benefits that will be generated by the project, it also becomes a generator of employment.

Con formato: Fuente:
(Predeterminado) Arial, 20 pto, Negro
Inglés (Estados Unidos)

Con formato: Inglés (Estados Unidos)

AUTORÍA

Yo, MARÍA BELÉN CARRANCO ORTIZ, portador de la cédula de ciudadanía N° 100287252-9 , declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“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.”**, 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.

Firma

M. BELÉN CARRANCO ORTIZ

CI: 100287252-9

CERTIFICADO DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, María Belén Carranco Ortiz, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA C.P.A., cuyo tema es: “**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.**”,. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los veinte y siete días del mes de Abril del 2011.

Firma

DR. EDUARDO LARA
Econ. José Chamorro Mayanquer
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Con formato: Fuente: Negrita

Con formato: Justificado, Sangría:
Izquierda: 0 cm



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

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

Yo, **María Belén Carranco Ortiz**, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100287252-9, manifiesto la 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 de grado denominado: **“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.”** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad en la facultad para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En la condición de autora me reservo el derecho moral de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en forma impresa y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la ciudad de Ibarra a los veinte y siete días del mes de Abril del 2011.

LA AUTORA

Con formato: Fuente: Negrita



María Belén Carranco Ortiz.

C.C.100287252-9

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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: 100287252-9

NOMBRES: María Belén

APELLIDOS: Carranco Ortiz

DIRECCIÓN: San Francisco de la Esperanza 4-80

EMAIL: belen_gata28@hotmail.com

TELÉFONO FIJO: 062-660-005

TELÉFONO MOVIL: 092206830

Con formato: Normal, Justificado, Interlineado: 1,5 líneas

Con formato: Fuente: 12 pto

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto, Negrita

Con formato: Normal, Justificado, Interlineado: 1,5 líneas

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto

Con formato: Fuente: 12 pto

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto, Negrita

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto

Con formato: Fuente: 12 pto

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto, Negrita

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto

Con formato: Fuente: 12 pto

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto, Negrita

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Arial, 12 pto

Con formato: Fuente: 12 pto, Negrita

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **María Belén Carranco Ortiz**, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100287252-9, en calidad de autora 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 143.

3. CONSTANCIAS

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

En la ciudad de Ibarra a los veinte y siete días del mes de Abril del 2011.

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:

(Firma): **(Firma)**

Nombre: María Belén Carranco Ortiz.

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

C.C: 100287252-9

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente proyecto, fruto del esfuerzo de cinco años de estudio, dedico a Jehová Dios, a mi familia, en especial a mi esposo Hugo Hernández, quienes con su apoyo incondicional no hubiera sido posible cumplir con esta meta.

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Harrington, 14 pto Sin Negrita

Gracias por todo el amor, dedicación y paciencia que han tenido en el transcurso de mis años académicos, han llegado ser mi motivo de inspiración y superación continua en mi vida.

Con formato: Fuente: Harrington, 14 pto

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Harrington, 14 pto Sin Negrita

Con formato: Fuente: Harrington, 14 pto

M. BELÉN CARRANCO

AGRADECIMIENTO

A Jehová Dios, por el generoso don de la vida y la capacidad de raciocinio, a la prestigiosa Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Carrera de Contabilidad y Auditoría, quien me brindó la oportunidad de obtener un título profesional y a todos los catedráticos quienes me han brindado su amistad y compartieron sus conocimientos, haciendo posible la culminación de esta etapa profesional de mi vida.

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Harrington, 14 pto Sin Negrita

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Harrington, 14 pto Sin Negrita

Con formato: Fuente: Harrington, 14 pto

A mi madre quien ha llegado ser padre y madre a la vez que con su ejemplo de amor y valentía al sobrellevar cualquier prueba ha podido superarlo, a mi hermano quien condujo los primeros pasos de mi vida, ellos me condujeron a la práctica de valores éticos y morales, con su apoyo incondicional, a mi esposo quien ha llegado ser mi compañero fiel tanto en las buenas como en las malas, venciendo obstáculos y superando dificultades que nos viene día a día.

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Harrington, 14 pto Sin Negrita

Con formato: Fuente: Harrington, 14 pto, Sin Cursiva

Con formato: Fuente: Harrington, 14 pto

Un agradecimiento especial al Doctor Eduardo Lara amigo y maestro que con su calidad humana, sabiduría y paciencia supo guiarme de la mejor manera en la elaboración y culminación del presente trabajo.

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Harrington, 14 pto Sin Negrita

Con formato: Fuente: Harrington, 14 pto

PRESENTACIÓN

El Informe Final de Investigación sobre el tema: “**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**”, está estructurado, de acuerdo con las especificaciones dispuestas por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por capítulos.

El Informe Final describe el proceso cumplido que parte de la Introducción en la que se describe una síntesis del marco contextual del problema, las generalidades, objetivos, justificación, así como la metodología científica investigativa.

En el **Primer Capítulo** se realizará un Diagnóstico Situacional, que se hará por medio de una observación directa e investigación bibliográfica por medio de encuestas con una muestra representativa dirigida a los clientes, para de esta manera identificar los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

El **Segundo Capítulo** corresponde al Marco Teórico que permite aclarar y presentar el contenido científico de las variables de estudio: Empresa, Contabilidad General, Costos, Distribución, Hosting, Sitios Web, recopilando información documental de diferentes autores, efectuando el análisis y comentarios respectivos como valor agregado del aporte

Con formato: Fuente:

Con formato: Fuente:

personal del investigador.

A continuación en el Tercer Capítulo se hará un estudio de mercado para tener conocimiento del mercado meta, que se realizará por medio de encuestas tomando una muestra representativa dirigidas a los clientes, conjuntamente recolectaremos datos estadísticos proporcionados por el Internet de la provincia de Imbabura de los últimos 5 años; para hacer las proyecciones de oferta y demanda potenciales, del precio del servicio en el mercado obteniendo así la demanda insatisfecha y comprobar la viabilidad del Informe Final de Trabajo.

Con formato: Fuente:

Posteriormente en el Cuarto Capítulo se ejecutará un estudio técnico y la ingeniería del anteproyecto con el apoyo de Ingenieros en Sistemas y Especialistas (Ingeniero Hugo Aníbal Hernández Vega); que proporcionarán información acerca de la distribución de espacio físico que se requiere para la implantación de la empresa, equipos de computación necesarios, internet de banda ancha.

Con formato: Fuente:

Además en el Quinto Capítulo se establecerá un estudio económico - financiero para determinar la rentabilidad del proyecto mediante la determinación de las distintas fuentes de financiamiento como son fija y diferida, así como por ejemplo la Corporación Financiera Nacional que facilita préstamos para proyectos con tasas de interés mínimas, además se requiere realizar un presupuesto o estimaciones acertadas a la realidad con respecto a costos de instalación, equipos informáticos, muebles de oficina, costo de compra de Hosting a la empresa proveedora, para efectuar los respectivos estados financieros como a la vez medir el tiempo de recuperación que tendrá el proyecto.

Con formato: Fuente:

Conjuntamente en el Sexto Capítulo se hace necesario establecer los posibles impactos, para visualizar las consecuencias, alcance de este proyecto para lo cual se aplicará la observación y una tabla de valoración

Con formato: Fuente:

para evaluar los ámbitos: social, económico, empresarial, comercial, ético.

Para llevar a cabo los objetivos antes descritos, se contará con el apoyo del futuro propietario de la empresa, la empresa proveedora y la Corporación Financiera Nacional como fuente de financiamiento.

Las conclusiones y recomendaciones del estudio, cierran el Informe Final que además contiene las referencias bibliográficas y anexos.

Tomando en cuenta que la creación de la empresa distribuidora de Hosting y creación de sitios web es prometedor por las condiciones del mercado, consideramos que los resultados del proyecto serán los más satisfactorios y demostrarán la factibilidad del Trabajo Final.

Con formato: Normal, Izquierda,
Interlineado: sencillo

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	—
i	
RESUMEN EJECUTIVO.....	—
ii	
EXECUTIVE SUMMARY.....	—
iii	
AUTORÍA.....	—
iv	
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA	iv
iii	
AGRADECIMIENTO.....	x
iv	
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	—
xiv	
ÍNDICE DE TABLAS.....	xx
xi	
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	—
xxii-xxiii	
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
EXECUTIVE SUMMARY.....	xvi
PRESENTACIÓNINTRODUCCIÓN.....	—
xvii-xxiii	

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	
4924	
Antecedentes.....	
Justificación.....	
250	

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Courier New, 10 pt
Color de fuente: Automático, Español (Ecuador)

Con formato: Fuente: Inglés (Estados Unidos)

Con formato: Fuente: Color de fuente: Automático

Con formato: Inglés (Estados Unidos)

Con formato: Fuente: Color de fuente: Automático

Con formato: Fuente:

Con formato: Fuente: Español (Ecuador)

Con formato: Punto de tabulación: 14 cm, Derecha

Con formato: Fuente: 12 pto

Con formato: Justificado

Con formato: Fuente: 12 pto

Con formato: Justificado, Punto de tabulación: 14 cm, Derecha

Con formato: Fuente: 12 pto

Objetivos del Diagnóstico.....	
272	
Objetivo General.....	
Objetivos Específicos.....	
Variables Diagnósticas.....	
Indicadores de las Variables.....	
283	
Servicio de hosting y sitios web.....	
Inversión.....	
Comercialización y Ventas.....	
Recurso Humano.....	
Matriz Diagnóstica.....	
294	
Identificación de la Población.....	
3025	
Cálculo de la muestra.....	
Muestreo de la Población de Empresarios.....	
Muestreo de la Población de Intermediarios	
Fórmula del Cálculo.....	
3126	
Fórmula para la Población de Empresarios.....	
Fórmula para la Población de Intermediarios.....	
3227	
Diseño de Instrumentos de Investigación.....	
Información Primaria.....	
Encuestas.....	
Información Secundaria:.....	
Evaluación de la Información.....	
	<u>33</u>
28	
Resultados de la encuesta dirigida a los empresarios de la ciudad de Ibarra.....	
Resultado de la entrevista dirigida a la gerente de la empresa que distribuye hosting ecuaweb.....	
	<u>5449</u>
Listado del AOOR.....	
	<u>564</u>
Aliados	
Oportunidades.....	
Oponentes.....	
	<u>572</u>
Riesgos.....	

Cruce Estratégico del AOOD.....	
Aliados-Oportunidades.....	
Aliados –Riesgos.....	
	583
Oponentes-Oportunidades.....	
	594
Oponentes-Riesgos.....	
Problema Diagnóstico.....	
	6055

CAPITULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.....	6156
-----------------------------------	-------------

EMPRESA.....	
2.1 Definición.....	
2.1.1 Características de la empresa.....	
2.1.2 Objetivos.....	62
57	
2.1.3 Objetivos de servicio.....	
2.1.3.1 Objetivos económicos.....	
2.1.3.2 Objetivos sociales.....	
2.1.3.3 Objetivos de desarrollo.....	63
58	
2.1.3.4 Importancia de la empresa.....	
2.1.4 Aspecto Económico.....	

Con formato: Fuente: 12 pto, España (España - alfab. tradicional)

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Courier New, 10 pt Negrita

Con formato: Normal, Interlineado: sencillo, Sin viñetas ni numeración

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Courier New, 10 pt Negrita

Con formato: Normal, Sin viñetas ni numeración

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Courier New, 10 pt Negrita

Con formato: Normal, Interlineado: sencillo, Sin viñetas ni numeración

Con formato: Fuente: (Predeterminado) Courier New, 10 pt Negrita

Con formato: Normal, Sin viñetas ni numeración

Con formato

Con formato

Con formato

Con formato

Con formato: Fuente: Negrita

Con formato

Con formato: Fuente: Negrita

Con formato

Con formato: Fuente:

Con formato

Con formato

Con formato

Con formato

Con formato

2.1.4.1	Aspecto Social.....	64	Con formato
59			Con formato
2.1.4.2	Aspecto Político.....		Con formato: Fuente: Negrita
			Con formato
2.1.4.3	Tipos de organización empresarial.....		Con formato
			Con formato
2.1.5	Por actividad que realiza.....		Con formato
			Con formato
2.1.5.1	Por el tamaño de la empresa.....	65	Con formato
0			Con formato
2.1.5.2	Por el sector al que pertenece.....	66	Con formato
4			Con formato: Fuente: Negrita
2.1.5.3	Por el aspecto jurídico.....		Con formato
			Con formato: Fuente: Negrita
2.1.5.4	Características del Empresario	67	Con formato
2			Con formato
2.1.6	Fundamentos de Contabilidad.....		Con formato
			Con formato: Fuente: Negrita
2.1.7	Contabilidad General.....		Con formato
			Con formato
2.1.7.1	Importancia de la Contabilidad.....	68	Con formato
3			Con formato
2.1.7.2	Ciclo Contable.....		Con formato: Fuente: Negrita
			Con formato
2.1.7.3	Norma aplicada a propiedad, planta y equipo.....	70	Con formato
65			Con formato
2.1.7.4	Contabilidad de Costos.....	71	Con formato: Fuente: Negrita
66			Con formato
2.1.7.5	Elementos del Costo.....		Con formato: Fuente: Negrita
			Con formato
2.1.7.6			Con formato

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO.....	<u>9186</u>
Presentación.....	
Objetivo General.....	
Objetivos Especificos.....	
Identificación del Servicio.....	
	<u>9287</u>
Otras generalidades del servicio.....	
Mercado Meta.....	
Segmentación de Mercado.....	
Identificación de la Demanda.....	
	<u>9388</u>
Consumidores.....	
	<u>964</u>
Lugar de adquisición.....	
Oferta.....	
Identificación de la oferta.....	
Balance de la Demanda-Oferta.....	
	<u>994</u>
El Precio.....	
Conclusiones del estudio de mercado.....	
<u>10398</u>	

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO.....	
<u>10499</u>	
Localización del proyecto.....	
Macro-localización.....	
Micro-localización.....	
	<u>1064</u>
Diseño de instalaciones.....	
Área Administrativa y de Atención al Público.....	
Distribución de la empresa.....	
Flujograma del proceso.....	
	<u>1072</u>
Organización del proyecto.....	
<u>1106</u>	
Propuesta administrativa.....	
Nombre de la Empresa.....	
Misión.....	

Con formato: Fuente: 10 pto

Visión.....	
Políticas.....	
Valores corporativos.....	
11207	
Reconocimiento.....	
Responsabilidad.....	
Integridad.....	
Orientación a la excelencia (Pro actividad- dinamismo).....	
Trabajo en equipo	
11308	
Calidad del servicio.....	
Responsabilidad social.....	
Espíritu constructivo.....	
Principios empresariales	
Innovación y Vanguardia tecnológica.....	
Confiabilidad.....	
11409	
Servicio al cliente y Calidad.....	
Principios de conducta	
Respeto.....	
Tolerancia.....	
Equidad y Justicia.....	
1159	
Propuesta de comercialización.....	
Plaza	
Promoción.....	
Seguimiento y Monitoreo.....	
Estructura orgánica.....	
1164	
Manual de funciones.....	
Reglamento interno de la empresa MEGAhosting.....	
12146	
Código de ética.....	
1294	
Aspectos Legales.....	
13025	
Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	
Requisitos para la obtención del RUC.....	
Patente Municipal.....	
13126	
Requisitos para la obtención de la Patente.....	
Inscripción en la Cámara de Comercio.....	

Requisitos para la Cámara de Comercio.....

Con formato: Fuente: 1 pto

Con formato: Fuente: 10 pto

CAPITULO V

Estudio Económico y Financiero.....

13227

Inversión del proyecto.....

Inversión Total.....

Inversión Fija.....

Muebles de Oficina.....

Equipo de Oficina.....

13328

Equipo de Cómputo.....

29Capital de Trabajo

1340

Cálculo del Costo de Oportunidad..... 135

Tasa de Rendimiento Medio.....

1364

Valor Presente de una Deuda.....

Presupuesto de Ingresos y Gastos.....

1394

Presupuesto de Ingresos.....

Precios de Planes de Hosting.....

Precios de Diseños Web.....

Ingresos de Planes de Hosting.....

14035

Ingresos de Diseños Web.....

14136

Presupuesto de Egresos.....

14237

Gastos Administrativos.....

Gastos de Ventas.....

14338

Servicios Generales.....

14439

Estados Financieros Inicial y Proyectados.....

1464

Estado de Situación Inicial.....

Estado de Resultados con Financiamiento.....

1472

Flujo de Caja.....

1483

Evaluación Económica y Financiera.....

1494	Valor Actual Neto (VAN).....
	Tasa Interna del Retorno (TIR).....
15045	Beneficio Costo.....
15348	Tasa de Rendimiento Beneficio Costo.....
15449	Punto de Equilibrio.....
	Tiempo de Recuperación.....
1583	Resumen de la Evaluación Financiera.....
1594	

CAPITULO VI

	Análisis de Impactos.....
16156	Impacto Socio-Económico.....
	Impacto Empresarial.....
16257	Impacto Comercial.....
16358	Impacto Ético.....
16459	Impacto General.....
16560	

CONCLUSIONES.....

1672

RECOMENDACIONES.....

1683

BIBLIOGRAFÍA.....

1694

LINCOGRAFÍA

17166

ANEXOS.....

17267

ÍNDICE DE TABLAS

Con formato: Fuente: 6 pto

Con formato: Sangría: Izquierda: 0 cm, Primera línea: 0 cm

Con formato: Fuente: 3 pto

Con formato: Fuente: 1 pto

Con formato: Fuente: 14 pto

Tabla N. 1:	Matriz de relación diagnostica.....	294
Tabla N. 2 :	Sexo.....	3328
Tabla N. 3 :	Edad.....	3429
Tabla N. 4:	Sociedad cuenta con sitio web.....	350
Tabla N. 5:	Proveedor con el que trabaja.....	361
Tabla N. 6:	Adquisición del servicio.....	383
Tabla N. 7:	Calidad de servicio.....	394
Tabla N. 8:	Tipo de servicio.....	4035
Tabla N. 9:	Capacidad de almacenamiento.....	4136
Tabla N. 10:	Diseño del sitio web.....	4237
Tabla N. 11:	Paquete de cuentas de correo.....	4338
Tabla N. 12:	Sitio web cuenta con indexación a buscadores..	4439
Tabla N. 13:	Limitantes en el servicio.....	450
Tabla N. 14:	Creación de una empresa distribuidora de hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra.....	461
Tabla N. 15:	Quisiera tener un sitio web en internet para su empresa.....	472
Tabla N..16:	Capacidad de almacenamiento.....	483
Tabla N. 17:	Desearía cuentas de correo electrónico.....	449
Tabla N. 18:	Pago por el servicio.....	5045
Tabla N. 19:	Contratar el diseño del sitio web.....	5146
Tabla N. 20:	Desearía que su sitio web tenga indexación de buscadores.....	5247
Tabla N. 21:	Le gustaría tener asistencia técnica.....	5348
Tabla N. 22:	Información histórica del número de sociedades del cantón Ibarra.....	9388
Tabla N. 23:	Proyección de la demanda de sociedades.....	950
Tabla N. 24:	Número de empresas de Imbabura que cuentan con un hosting y sitios web.....	972
Tabla N. 25:	Proyección de la oferta de hosting y sitios web...	983
Tabla N. 26:	Balance (contrastación) oferta –demanda.....	994
Tabla N. 27:	Proyección de precios de los planes de hosting..	-10095
Tabla N. 28:	Proyección de precios de los diseños de sitios web.....	- 10196
Tabla N. 29:	Cuadro de inversión total.....	12732
Tabla N.. 30:	Muebles de oficina.....	13328
Tabla N. 31:	Equipo de oficina.....	13429
Tabla N. 32:	Equipo de cómputo.....	13429
Tabla N. 33:	Cuadro de inversión fija.....	1350
Tabla N.. 34:	Inversión diferida.....	1361
Tabla N.. 35:	Capital de trabajo.....	1372
Tabla N. 36:	Cálculo del costo de oportunidad.....	1394
Tabla N. 37:	Tabla de pagos financieros.....	1394
Tabla N. 38:	Precios Planes hosting.....	14035
Tabla N. 39:	Precios Diseños de sitios web.....	14136
Tabla N. 40:	Ingresos planes de hosting.....	14035
Tabla N. 41:	Ingresos diseños web.....	14136

Tabla N. 42:	Gastos administrativos.....	14237
Tabla N. 43:	Gastos administrativos proyectados	
Tabla N. 44:	Depreciaciones.....	14338
Tabla N. 45:	Gastos de venta.....	14439
Tabla N. 46:	Gastos de venta proyectados.....	139
Tabla N. 47:	Servicios generales.....	1405
Tabla N. 48:	Servicios generales proyectos.....	
Tabla N. 49:	Total gastos.....	
Tabla N. 50:	Estado de resultados con financiamiento.....	1472
Tabla N. 51:	Flujo de caja.....	1483
Tabla N. 52:	Flujos netos.....	1494
Tabla N. 53 :	Tasa inferior.....	15146
Tabla N. 54:	Tasa superior.....	
Tabla N. 55:	Beneficio costo.....	15348
Tabla N. 56:	Costos fijos.....	1550
Tabla N. 57:	Costos variable hosting.....	1561
Tabla N. 58:	Costos variable diseño web.....	
Tabla N. 59:	Precio de venta Hosting.....	
Tabla N. 60:	Precio de venta Diseño web.....	
Tabla N. 61:	Costo total.....	1572
Tabla N. 62:	Tiempo de recuperación.....	1583
Tabla N. 63:	Resumen evaluación financiera.....	1594
Tabla N. 64:	Indicadores de impactos.....	16156
Tabla N. 65:	Impacto socio –económico.....	16257
Tabla N. 66:	Impacto empresarial.....	16358
Tabla N. 67:	Impacto comercial.....	16459
Tabla N. 68:	Impacto ético.....	1650
Tabla N. 69:	Impacto general.....	

Con formato: Fuente: 14 pto

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 1:	Sexo.....	<u>3328</u>
Gráfico N. 2	Edad	<u>3429</u>
Gráfico N. 3:	Sociedad cuenta con sitio web.....	<u>350</u>
Gráfico N. 4:	Proveedor con el que trabaja.....	<u>372</u>
Gráfico N. 5:	Adquisición del servicio.....	<u>383</u>
Gráfico N. 6:	Calidad de servicio.....	<u>394</u>
Gráfico N. 7:	Tipo de servicio.....	<u>4035</u>
Gráfico N. 8:	Capacidad de almacenamiento.....	<u>4136</u>
Gráfico N. 9:	Diseño del sitio web.....	<u>4237</u>
Gráfico N. 10:	Paquete de cuentas de correo.....	<u>4338</u>
Gráfico N. 11:	Sitio web cuenta con indexación a buscadores...	<u>4439</u>
Gráfico N. 12:	Limitantes en el servicio.....	<u>450</u>
Gráfico N. 13:	Creación de una empresa distribuidora de hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra.....	<u>464</u>
Gráfico N. 14:	Quisiera tener un sitio web en internet para su empresa.....	<u>472</u>
Gráfico N. 15:	Capacidad de almacenamiento.....	<u>483</u>
Gráfico N. 16:	Desearía cuentas de correo electrónico.....	<u>494</u>
Gráfico N. 17:	Pago por el servicio.....	<u>5045</u>
Gráfico N. 18:	Contratar el diseño del sitio web.....	<u>5146</u>
Gráfico N. 19:	Desearía que su sitio web tenga indexación de buscadores.....	<u>5247</u>
Gráfico N. 20:	Le gustaría tener asistencia técnica.....	<u>5348</u>
Gráfico N. 21:	Ciclo Contable.....	<u>683</u>
Gráfico N. 22:	Elementos del Costo.....	<u>7166</u>
Gráfico N. 23:	Clasificación de los costos.....	<u>7267</u>
Gráfico N. 24:	Router.....	<u>8277</u>
Gráfico N. 25:	Switch.....	
Gráfico N. 26:	Modem.....	<u>8378</u>
Gráfico N. 27:	Modem interno.....	<u>8479</u>
Gráfico N. 28:	Modem externo.....	
Gráfico N. 29:	Wireless.....	
Gráfico N. 30:	Cable utp.....	<u>850</u>
Gráfico N. 31:	Comercio electrónico.....	<u>894</u>
Gráfico N. 32:	Provincia de Imbabura.....	<u>-104 99</u>
Gráfico N. 33	Ciudad de Ibarra.....	<u>1005</u>
Gráfico N. 34	Croquis de ubicación de la empresa Megahosting.....	<u>1064</u>
Gráfico N. 35	Distribución de la planta.....	<u>1072</u>
Gráfico N. 36:	Flujograma para la prestación del servicio de hosting y sitios web.....	<u>1094</u>
Gráfico N. 37:	Logotipo de la empresa.....	<u>11106</u>
Gráfico N. 38:	Estructura orgánica.....	<u>1164</u>
Gráfico N. 39:	Impacto general.....	<u>1664</u>

~~PRESENTACIÓN~~

~~El Informe Final de Investigación sobre el tema: “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”, está estructurado, de acuerdo con las especificaciones dispuestas por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por capítulos.~~

~~El Informe Final describe el proceso cumplido que parte de la Introducción, en la que se describe una síntesis del marco contextual del problema, las generalidades, objetivos, justificación, así como la metodología científica investigativa.~~

~~En el Primer Capítulo se realizará un Diagnóstico Situacional, que se hará por medio de una observación directa o investigación bibliográfica por medio de encuestas con una muestra representativa dirigida a los clientes, para de esta manera identificar los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.~~

~~El Segundo Capítulo corresponde al Marco Teórico que permite aclarar y presentar el contenido científico de las variables de estudio: Empresa, Contabilidad General, Costos, Distribución, Hosting, Sitios Web, recopilando información documental de diferentes autores, efectuando el análisis y comentarios respectivos como valor agregado del aporte~~

Con formato: Punto de tabulación:
4,34 cm, Izquierda

~~personal del investigador.~~

~~A continuación se hará un estudio de mercado para tener conocimiento del mercado meta, que se realizará por medio de encuestas tomando una muestra representativa dirigidas a los clientes, conjuntamente recolectaremos datos estadísticos proporcionados por el Internet de la provincia de Imbabura de los últimos 5 años; para hacer las proyecciones de oferta y demanda potenciales, del precio del servicio en el mercado obteniendo así la demanda insatisfecha y comprobar la viabilidad del Informe Final de Trabajo.~~

~~Posteriormente se ejecutará un estudio técnico y la ingeniería del anteproyecto con el apoyo de Ingenieros en Sistemas y Especialistas (Ingeniero Hugo Aníbal Hernández Vega); que proporcionarán información acerca de la distribución de espacio físico que se requiere para la implantación de la empresa, equipos de computación necesarios, internet de banda ancha.~~

~~Además se establecerá un estudio económico financiero para determinar la rentabilidad del proyecto mediante la determinación de las distintas fuentes de financiamiento como son fija y diferida, así como por ejemplo el Banco Fomento que facilita préstamos para proyectos con tasas de interés mínimas, además se requiere realizar un presupuesto e estimaciones acertadas a la realidad con respecto a costos de instalación, equipos informáticos, muebles de oficina, costo de compra de Hosting a la empresa proveedora, para efectuar los respectivos estados financieros como a la vez medir el tiempo de recuperación que tendrá el proyecto.~~

~~Conjuntamente se hace necesario establecer los posibles impactos, para visualizar las consecuencias, alcance de este proyecto para lo cual se aplicará la observación y una tabla de valoración para evaluar los ámbitos: social, económico, empresarial, comercial, ético.~~

~~Para llevar a cabo los objetivos antes descritos, se contará con el apoyo del futuro propietario de la empresa, la empresa proveedora y la Corporación Financiera Nacional como fuente de financiamiento.~~

~~Las conclusiones y recomendaciones del estudio, cierran el Informe Final que además contiene las referencias bibliográficas y anexos.~~

~~Tomando en cuenta que la creación de la empresa distribuidora de Hosting y creación de sitios web es prometedor por las condiciones del mercado, consideramos que los resultados del proyecto serán los más satisfactorios y demostrarán la factibilidad del Trabajo Final.~~

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, se ha realizado tomando en cuenta el aumento del uso del internet no solo a nivel nacional sino principalmente en nuestra ciudad de Ibarra, esto me ha permitido incursionar en este campo tecnológico para realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa distribuidora de hosting y a la

Con formato: Fuente: 20 pto

Con formato: Centrado

Con formato: Justificado,
Interlineado: 1,5 líneas

vez desarrollar sitios web para quienes estén interesados en adquirir este servicio el cual servirá no solo para colocar su información en el internet, sino también forme parte del comercio electrónico que actualmente se está usando con mucha frecuencia.

Al realizar este trabajo se ha tomado muy en cuenta los costos que ofrecen otras empresas de otras provincias, ya que esto ha sido un inconveniente para que las personas puedan tener este servicio, que ya se ha convertido en una herramienta necesaria en lo que tiene que ver con el comercio y los negocios, en este sentido uno de los objetivos de la empresa es ofrecer estos servicios a costos bajos y muy competitivos.

En vista de que muchas personas, empresas, instituciones o negocios requieren de la publicación de su sitio web en Internet, se vio la necesidad de crear una empresa Distribuidora de Hosting y de creación de sitios web en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

El uso del Internet en la ciudad de Ibarra se ha ido incrementando en los últimos años, cada vez más se está utilizando el Internet como herramienta de trabajo, fuente de información y consulta, espacio para la publicidad y los negocios, y un sin número de beneficios. Es por eso que muchas empresas han confiado en este medio para publicar su información y utilizarlo en los negocios a través de páginas web.

En esta ciudad no existen empresas que brinden el servicio de hosting de acuerdo a las necesidades del cliente y tampoco brindan información sobre como obtener un sitio web en el internet, de hecho muchas empresas que necesitan crear un sitio web y contratar el servicio de Hosting acuden a empresas que se encuentran en la ciudad de Quito u otras ciudades del país. La misma empresa proveedora de Internet CNT de Ibarra, no brinda este servicio de acuerdo a las expectativas del cliente, y los costos son muy elevados, ocasionando la limitación a usar este servicio. En vista de que muchas personas, empresas, instituciones o

Con formato: Justificado,
Interlineado: 1,5 líneas

Con formato: Justificado, Sangría:
Primera línea: 0 cm

negocios requieren de la publicación de su sitio web en Internet, se vio la necesidad de crear una empresa Distribuidora de Hosting y de creación de sitios web en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

Con formato: Español (alfab. internacional)

Con formato: Justificado, Interlineado: 1,5 líneas

La investigación que se presenta fue elaborada basándose en una fuente teórica muy sustentable, considerando aspectos de tipo Administrativo, Contables, Financieros, y Tecnológicos, los cuales han servido para cumplir con los objetivos propuestos del presente trabajo de grado.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El avance tecnológico en lo referente al internet ha crecido en los últimos años a nivel mundial, y nuestro país no se ha quedado atrás, en el uso del internet debido a la disminución de los costos, en años atrás se pagaba el internet por horas, se usaba poco, la velocidad era muy lenta y el costo era muy alto, hoy en cambio muchas personas contratan el servicio de banda ancha a precios más cómodos y a mayores velocidades, convirtiéndose el uso del internet en parte de nuestra vida para realizar algunas tareas.

La demanda del uso del Internet en la ciudad de Ibarra, ha aumentado en los últimos años, cada vez más se utiliza el Internet como herramienta de trabajo, fuente de información, consulta, espacio para la publicidad, los negocios y un sin número de beneficios. Muchas personas hasta han dicho la frase “ahora casi todo se hace por Internet” Por eso muchas empresas, instituciones y organizaciones han confiado en este medio para publicar su información y utilizarlo en los negocios a través de páginas web.

En el internet existen millones de sitios web con información de todo tipo que se encuentra almacenada en servidores ubicados en todas partes del mundo, año tras año se incrementa la cantidad de usuarios, es por eso que existen empresas que se dedican a arrendar un espacio en sus servidores para poder tener un sitio web en internet, esto se conoce como Hosting, poco a poco han ido creciendo estas empresas que distribuyen este servicio en el Ecuador debido a la demanda de usuarios que quieren tener un espacio en el Internet.

Las empresas existentes de Hosting y creación de sitios Web son pocas, no brindan una buena atención y los costos que brindan son muy elevados. Existe una escasa promoción de este tipo de empresas que distribuyen en la ciudad de Ibarra, donde las personas, compañías, puedan publicar sus servicios y productos en Internet, ya que existe poca publicidad para hacerse conocer en el mundo y mejorar el comercio electrónico en esta ciudad, esto es producido por falta de asesoría técnica y opciones de servicio.

Los avances tecnológicos y económicos son aquellos factores que intervienen en el ámbito empresarial y de estos nace la necesidad de crear una nueva empresa distribuidora de Hosting y de creación de sitios web que ayude a un mejor emprendimiento y sea parte del desarrollo económico.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La realización de este proyecto tiene una gran importancia debido a la actual tendencia que existe en el uso del internet en nuestro medio y un incremento en el comercio electrónico como causa de la globalización, hay que aprovechar esta oportunidad para ofrecer a la gente el servicio de Hosting a precios cómodos y competitivos para que puedan estar presentes en la web y utilizar este recurso tecnológico para su beneficio.

En el norte del país, en especial la ciudad de Ibarra que es la capital de la provincia de Imbabura existe una empresa que brinda el servicio de Hosting e información sobre cómo obtener un sitio web en el internet, de hecho muchas empresas que necesitan crear un sitio web y contratar el servicio de Hosting acuden a empresas que se encuentran en otras ciudades del país como es Quito y Guayaquil.

De igual manera, la creación de portales o sitios web, requiere conocimientos técnicos para poder desarrollarlos e implementarlos en el

internet, debido a esto muchas personas y empresas que diseñan página web aprovechan cobrando costos excesivos, es por eso que se tiene la necesidad de brindar este servicio a quienes deseen, desarrollando los sitios web a costos económicos.

Por lo tanto emprender esta investigación, implica un proyecto original enfocado a un mercado específico que son las sociedades que desean tener un espacio en Internet mejorando su publicidad, el comercio electrónico y satisfaciendo las expectativas del cliente, brindando un mejor servicio a diferencia de la empresa existente en la ciudad de Ibarra.

Otro beneficio para la puesta en marcha del proyecto es que se contará con la ayuda de futuro propietario de la empresa y asesoría por parte de Ingenieros en Sistemas.

Los beneficiarios Directos de este proyecto son las empresas de la ciudad de Ibarra porque tendrán la posibilidad de publicar sus productos, servicios a través de sitios web y hacerse conocer a nivel local, nacional, e internacional, para de esta manera mejorar su productividad empresarial, como beneficiarios indirectos son los usuarios porque van a tener acceso a los diferentes productos y servicios q ofrecerán las distintas empresas que han adquirido el servicio de Hosting y creación de sitios web.

Por lo tanto, el presente estudio se realiza con la finalidad de conocer tanto la situación actual del servicio de Hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra, así como su impacto en la situación económica de las sociedades.

1.3 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional del sistema de servicio de la empresa Distribuidora de Hosting y de creación de sitios web en la ciudad de Ibarra, a fin de determinar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que inciden en el desarrollo del proyecto.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.3.2.1 Identificar las sociedades que cuentan con el **servicio de Hosting y sitios Web**, a fin de satisfacer las necesidades de las sociedades que no lo tienen.

1.3.2.2 Establecer el monto de **inversión**, a fin de determinar si es factible la creación de una nueva empresa.

1.3.2.3 Determinar la forma de **comercialización y ventas** aplicada por la empresa para ofrecer el servicio a los clientes.

1.3.2.4 Indicar el tipo de **recursos humanos** empleados en el proceso del servicio de Hosting y creaciones de sitios web.

1.4 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Entre las variables diagnósticas aplicadas en la presente investigación fueron:

1.4.1. Servicio de Hosting y Sitios Web

1.4.2. Inversión

1.4.3. Comercialización y ventas

1.4.4. Recursos humanos

1.5 INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.5.1 Variable: Servicio de Hosting y Sitios Web

- 1.5.1.1 Proveedores
- 1.5.1.2 Adquisición
- 1.5.1.3 Calidad
- 1.5.1.4 Tipo de servicio
- 1.5.1.5 Almacenamiento
- 1.5.1.6 Diseño. Sitio web
- 1.5.1.7 Correo electrónico
- 1.5.1.8 Indexación a buscadores
- 1.5.1.9 Limitantes
- 1.5.1.10 Costo
- 1.5.1.11 Asistencia técnica.

1.5.2 Variable: Inversión

- 1.5.2.1 Inversión
- 1.5.2.2 Financiamiento
- 1.5.2.3 Rentabilidad
- 1.5.2.4 Registro contable

1.5.3 Variable: Comercialización y Ventas

- 1.5.3.1 Distribuidor
- 1.5.3.2 Compradores potenciales
- 1.5.3.3 Estrategias
- 1.5.3.4 Asistencia técnica
- 1.5.3.5 Promedio de ventas
- 1.5.3.6 Modalidad de venta
- 1.5.3.7 Amplitud
- 1.5.3.8 Competencia

1.5.4 Variable: Recurso Humano

- 1.5.4.1 Personal

1.6 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Tabla N. 1: MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Identificar las sociedades que cuentan con el servicio de Hosting y sitios Web , a fin de satisfacer a las necesidades de las sociedades que no lo tienen	Servicio de Hosting - sitios web	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor • Adquisición • Calidad • Tipo de servicio • Almacenamiento • Diseño – sitio web • Correo electrónico • Indexación a buscadores • Limitantes • Costo • Asistencia Técnica 	Encuesta	Sociedades de la Provincia de Imbabura
Establecer el monto de inversión , a fin de determinar si es factible la creación de una nueva empresa.	Inversión	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión • Financiamiento • Rentabilidad • Registro contable 	Encuesta	ECUAWEB
Determinar la forma de comercialización y ventas aplicada por la empresa para ofrecer el servicio a los clientes.	Comercialización y Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Distribuidor • Compradores potenciales • Estrategias • Asistencia técnica • Promedio de ventas • Modalidad de venta • Amplitud • Competencia 	Encuesta	ECUAWEB
Indicar el tipo de recursos humanos empleados en el proceso del servicio de Hosting y creaciones de sitios web.	Recurso Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Personal 	Encuesta	ECUAWEB

Elaboración: La autora

1.7 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La Población de estudio de empresarios de sociedades de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, siendo un total de 556; donde 26 sociedades se encuentran inactivas, dato realizado por el catastro del Municipio de Ibarra (2010). La Empresa existente de Distribución de Hosting es ECUAWEB..

1.8 CÁLCULO DE LA MUESTRA

1.8.1 Muestreo de la población de empresarios

Los empresarios se hallan situados exclusivamente en las zonas urbanas, las mismas que de acuerdo a la investigación realizada, se obtuvo 530, por lo cual siendo mayor a 30 se aplicó la fórmula estadística de población finita, empleándose los siguientes parámetros de medición:

- 1.8.1.1** Con población finita trabajamos con el 5% de error.
- 1.8.1.2** Nivel de Confianza 95%.
- 1.8.1.3** Desviación de la población al cuadrado o varianza 0.25 porque se trabaja en el centro, es decir 0.5 de éxito y 0.5 de fracaso (S^2).
- 1.8.1.4** Valor tipificado (Z) que corresponde a 1.96 doble cola.

1.8.2 Muestreo de la población de intermediarios

En vista que la población es menor a 50 personas no aplicaremos el muestreo, pero realizaremos una encuesta; dirigida al propietario de la empresa.

1.9 FÓRMULA DEL CÁLCULO

1.9.1 Fórmula para la población de empresarios

La fórmula matemática del tamaño muestral es:

$$\frac{N S^2 Z^2}{e^2 (N - 1) + S^2 Z^2}$$

Siendo:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

S^2 : Varianza

Z: Z crítico o tipificado

Nc: Nivel de confianza

e: Error

$$n = \frac{(530)(0.25)(1.96)^2}{(0.05)^2 (530 - 1) + (0.25)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{509.012}{1.3225 + 0.9604}$$

$$n = \frac{509.012}{2.2829}$$

$$n = 223 \text{ encuestas a sociedades}$$

1.9.2 Fórmula para la población de intermediarios

La fórmula matemática del tamaño muestral es:

$$\frac{N S^2 Z^2}{e^2 (N - 1) + S^2 Z^2}$$

Siendo:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

S^2 : Varianza

Z : Z crítico o tipificado

Nc: Nivel de confianza

e: Error

En vista que la población es menor a 50 personas no aplicaremos el muestreo, pero realizaremos una encuesta; dirigida al propietario de la empresa.

1.10 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.10.1 Información primaria

1.10.1.1 Encuestas

- a) Se lo ha aplicado mediante una encuesta a la gerente de la Empresa que distribuye Hosting ECUAWEB en la ciudad de Ibarra para conocer el movimiento de servicio que tiene. (Anexos 1).
- b) Las encuestas se dirigieron a gerentes de las sociedades de la ciudad de Ibarra. (Anexos 2).

1.10.2 Información secundaria:

Para conformar la teoría que sirvió de sustento para el proyecto, se recurrió a algunas fuentes de información, tales como:

1.10.2.1 Libros técnicos de sistemas.

1.10.2.2 Libros técnicos de marketing, mercadeo, servicio al cliente y calidad total.

1.10.2.3 Internet

1.10.2.4 Estadísticas del Catastro del Municipio de Ibarra (2010).

1.11 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.11.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE IBARRA

DATOS INFORMATIVOS

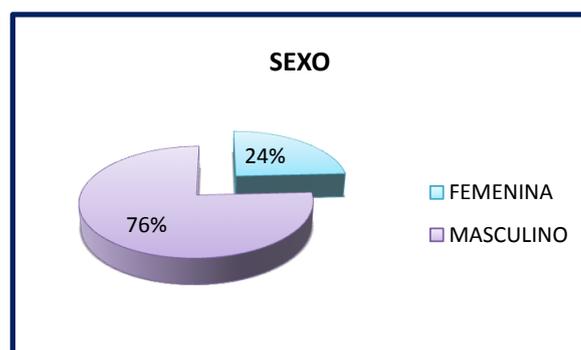
Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Tabla N. 2: SEXO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos FEMENINA	54	24,2	24,2	24,2
MASCULINO	169	75,8	75,8	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Gráfico N. 1: SEXO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

- **Análisis e Interpretación**

Se puede ver que la mayor parte de los encuestados corresponde al sexo masculino. Además existe un porcentaje del sexo femenino, pero en menor cantidad.

Por lo tanto según los resultados obtenidos podemos observar que hay significativamente la presencia del hombre, como eje de la actividad empresarial.

a. EDAD

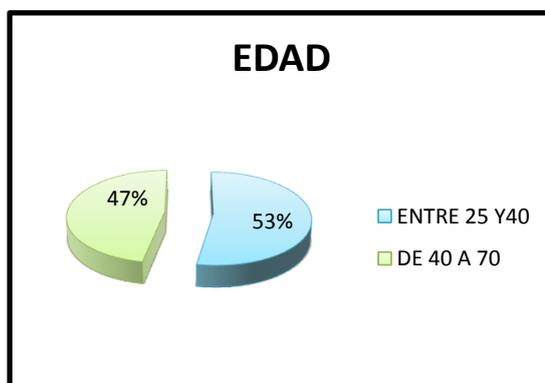
Tabla N. 3 EDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos ENTRE 25 Y40	118	52,9	52,9	52,9
DE 40 A 70	105	47,1	47,1	100,0
MAS DE 70	0	0	0	100,0
Total	223	100,0	100,0	

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 2 EDAD



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

- **Análisis e Interpretación**

Las edades de los empresarios encuestados de las sociedades, en su mayoría fluctúan entre 25 a 40 años de edad, constituyéndose una población madura, un menor porcentaje constituye una muestra que va

entre los 40 a 70 años, el porcentaje restante corresponde a personas que son mayores de 70 años.

Por lo tanto lo que puedo decir, es que la población que se encuentra involucrada, en la actividad empresarial en las sociedades mayormente, es una población madura y activa en los procesos empresariales.

ENCUESTA

1. ¿Su sociedad cuenta con Hosting y sitio web?

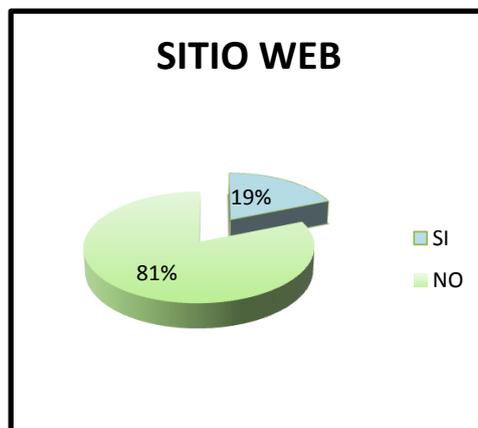
Tabla N. 4: SOCIEDAD CUENTA CON SITIO WEB

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	42	18,8	18,8	18,8
	NO	181	81,2	81,2	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 3: SOCIEDAD CUENTA CON SITIO WEB



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

1.1 Análisis e Interpretación

Como se puede observar la mayoría de los encuestados, afirman que no cuentan con Hosting y sitios web, seguido por un menor porcentaje de los que cuentan con una cuenta, al partir por la falta de recursos económicos y lugar de adquisición.

Si su respuesta fue SI por favor diríjase a contestar las once primeras preguntas caso contrario conteste desde la pregunta doce.

2. ¿Con que proveedor de Hosting trabaja su empresa?

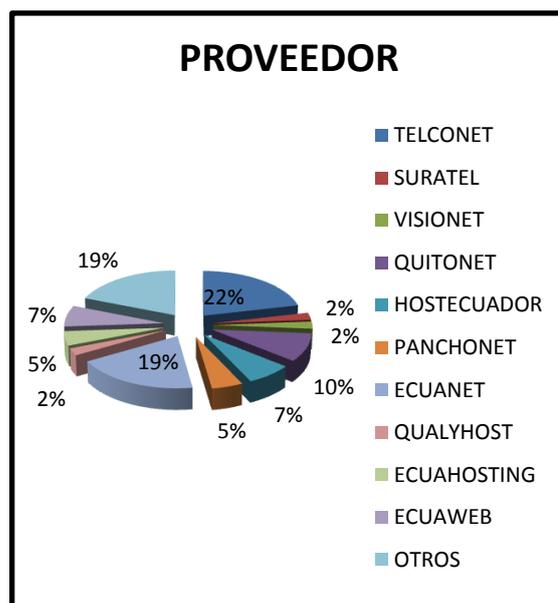
Tabla N. 5: PROVEEDOR CON EL QUE TRABAJA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TELCONET	9	4,0	21,4	21,4
	SURATEL	1	,4	2,4	23,8
	VISIONET	1	,4	2,4	26,2
	QUITONET	4	1,8	9,5	35,7
	HOSTECUADOR	3	1,3	7,1	42,9
	PANCHONET	2	,9	4,8	47,6
	ECUANET	8	3,6	19,0	66,7
	QUALYHOST	1	,4	2,4	69,0
	ECUAHOSTING	2	,9	4,8	73,8
	ECUAWEB	3	1,3	7,1	81,0
	OTROS	8	3,6	19,0	100,0
	Total		42	18,8	100,0
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N.4: PROVEEDOR CON EL QUE TRABAJA



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

2.1 Análisis e Interpretación

De la muestra tomada para el estudio de investigación, se obtuvo que la mayoría de las sociedades han contratado el servicio a Telconet, seguido de un menor porcentaje a Ecuaweb, y un porcentaje similar con otras empresas que distribuyen este servicio, e indica que el resto de las sociedades cuentan con empresas no reconocidas en el mercado.

Por lo tanto pudimos observar que la menor parte de las sociedades han contratado los servicios del hosting y creación de sitios web ha empresas no tan reconocidas, lo cual demuestra la escasez de empresas en la ciudad de Ibarra que permitan hacer publicidad y hacerse conocer en el mercado empresarial.

3. ¿El servicio lo adquirió en la ciudad de:

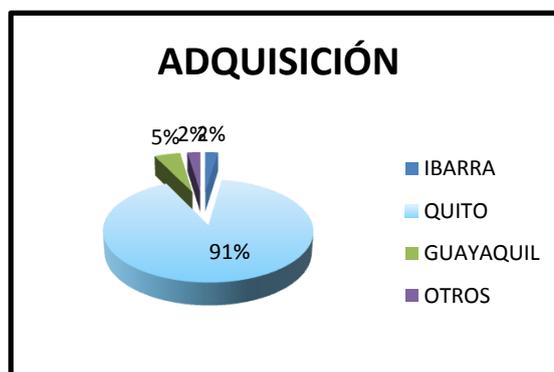
Tabla N. 6: ADQUISICIÓN DEL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	IBARRA	1	,4	2,4	2,4
	QUITO	38	17,0	90,5	92,9
	GUAYAQUIL	2	,9	4,8	97,6
	OTROS	1	,4	2,4	100,0
	Total	42	18,8	100,0	
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 5: ADQUISICIÓN DEL SERVICIO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

3.1 Análisis e Interpretación

Como resultado de la muestra tomada como estudio de investigación, se obtuvo que la mayor parte de las sociedades han adquirido su servicio en la ciudad de Quito, seguido por la ciudad de Guayaquil, y un menor porcentaje tanto en la ciudad de Ibarra como en otros lugares.

Por lo tanto podemos demostrar que la mayoría de las sociedades lo han adquirido en Quito, aunque manifestaron que los precios eran muy altos, pero eran más accesibles por el lugar de adquisición.

4. ¿La calidad del servicio que usted adquirió es?

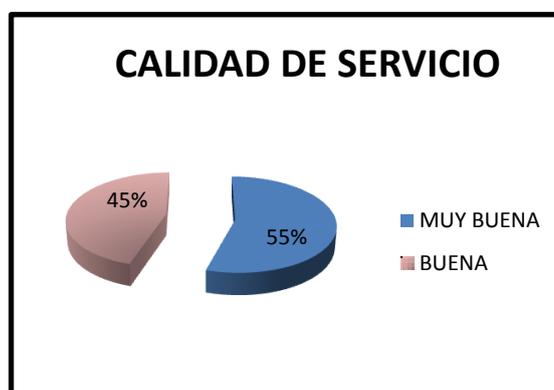
Tabla N. 7: CALIDAD DE SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MUY BUENA	23	10,3	54,8	54,8
	BUENA	19	8,5	45,2	100,0
	Total	42	18,8	100,0	
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2020

Elaboración: La autora

Gráfico N. 6: CALIDAD DE SERVICIO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2020

Elaboración: La autora

4.1 Análisis e Interpretación

La mayor parte de las sociedades mencionan que tienen un muy buen servicio que adquirieron, tomando en cuenta un similar porcentaje en buena.

Consecuentemente podemos afirmar que el servicio no es tan bueno porque existe poca diferencia entre el muy bueno con el buen servicio que lo han adquirido de las diferentes empresas.

5. ¿Qué tipo de servicio contrató?

Tabla N. 8: TIPO DE SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	HOSTING LINUX PHP	37	16,6	88,1	88,1
	HOSTING WINDOWS	5	2,2	11,9	100,0
	Total	42	18,8	100,0	
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 7: TIPO DE SERVICIO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

5.1 Análisis e Interpretación

Según 37 sociedades, tomados de la muestra indican que el tipo de servicio que han adquirido es el Hosting Linux Php por ser más barato que a diferencia de Hosting Windows, sin embargo existen 5 empresas que lo han adquirido el servicio de Windows.

Por lo tanto, podemos decir que existen opciones de servicio que pueden adquirir las sociedades, pero por la falta de recursos económicos no lo han adquirido.

6. ¿Qué capacidad de almacenamiento contrató?

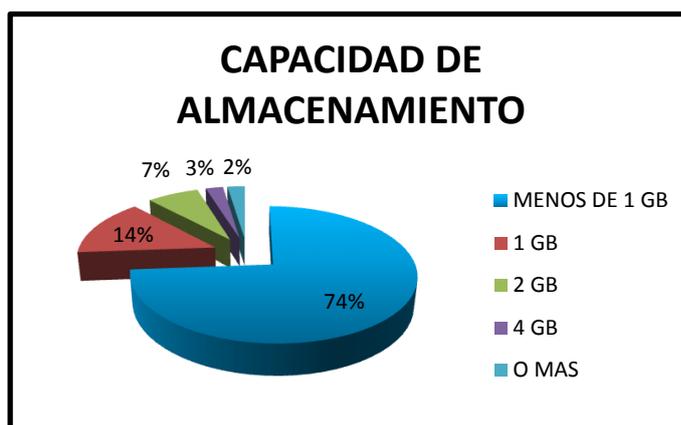
Tabla N. 9: CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE 1 GB	31	13,9	73,8	73,8
	1 GB	6	2,7	14,3	88,1
	2 GB	3	1,3	7,1	95,2
	4 GB	1	,4	2,4	97,6
	O MAS	1	,4	2,4	100,0
	Total	42	18,8	100,0	
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 8: CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

6.1 Análisis e Interpretación

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a las sociedades, la mayoría de los encuestados, utilizan menos de 1 GB para su servicio, y un bajo porcentaje en 4GB o en más capacidad.

Por lo tanto podemos observar que las sociedades, prefieren menos de 1GB, por la razón de que los precios que les ofrecen las empresas que le dan el servicio son altos.

7. El diseño de su sitio web lo realizó la misma empresa de hosting?

Tabla N. 10: DISEÑO DEL SITIO WEB

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	2	,9	4,8	4,8
	NO	40	17,9	95,2	100,0
	Total	42	18,8	100,0	
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 9: DISEÑO DEL SITIO WEB



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

7.1 Análisis e Interpretación

De la muestra se obtuvo que en la mayor parte de las sociedades encuestadas, no haber recibido su diseño de sitio web en la misma empresa que recibieron el hosting, debido al alto precio que le ofrecían.

Posteriormente podemos afirmar, la necesidad de que exista la empresa con precios accesibles para de esa manera sean aprovechado por las sociedades que adquieran de una vez su creación de diseño de sitios web al momento de obtener el servicio de hosting.

8. En el paquete de Hosting que adquirió usted posee:

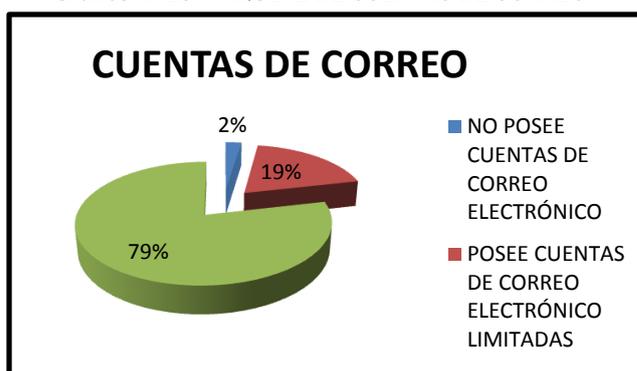
Tabla N. 11: PAQUETE DE CUENTAS DE CORREO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO POSEE CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO	1	,4	2,4	2,4
	POSEE CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO LIMITADAS	8	3,6	19,0	21,4
	POSEE CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICAS ILIMITADAS	33	14,8	78,6	100,0
	Total	42	18,8	100,0	
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 10: PAQUETE DE CUENTAS DE CORREO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

8.1 Análisis e Interpretación

Las sociedades manifestaron en su gran mayoría que en el paquete que adquirieron poseen cuentas de correo electrónicas ilimitadas, tomando en cuenta que sus precios aumentaban y los que no poseen cuentas de correo son de menos significativo porcentaje.

Consecuentemente las sociedades, tiene que enfrentarse a los precios altos que les da las empresas para adquirir los paquetes por no existir otra empresa que les oferte el mismo servicio pero con precios accesibles.

9. Su sitio web cuenta con indexación a buscadores?

Tabla N. 12: SITIO WEB CUENTA CON INDEXACIÓN A BUSCADORES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	13	5,8	31,0	31,0
	NO	29	13,0	69,0	100,0
	Total	42	18,8	100,0	
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 11: SITIO WEB CUENTA CON INDEXACIÓN A BUSCADORES



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

9.1 Análisis e Interpretación

De la muestra se obtuvo que en su mayor parte de las sociedades encuestadas, no cuentan con indexación a buscadores, debido a la poca información de parte de las empresas que ofertaron el servicio.

Posteriormente podemos afirmar, que no existe una información que se preocupe por dar asesoría técnica para realizar un óptimo servicio, además existe una resistencia por parte de las sociedades por probar nuevas formas de información.

10. Qué limitantes encontró en el servicio que adquirió?

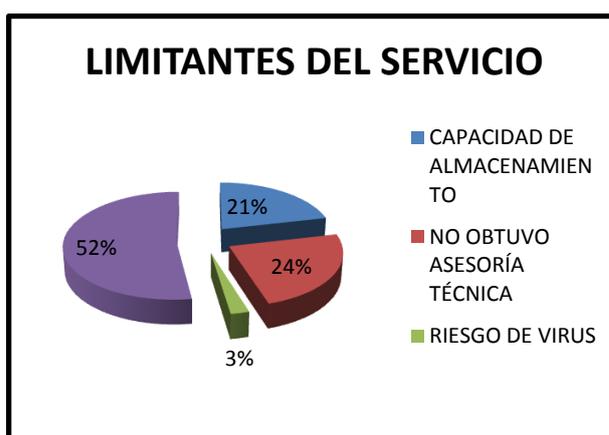
Tabla N. 13: LIMITANTES EN EL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO	9	4,0	21,4	21,4
	NO OBTUVO ASESORÍA TÉCNICA	10	4,5	23,8	45,2
	RIESGO DE VIRUS	1	,4	2,4	47,6
	OTROS	22	9,9	52,4	100,0
	Total	42	18,8	100,0	
Perdidos	Sistema	181	81,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 12: LIMITANTES EN EL SERVICIO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

10.1 Análisis e Interpretación

Un significativo porcentaje de los encuestados, afirma que existen otros principales limitantes que encontraron en el servicio, como mala información e interés por sus clientes, la falta de asesoría técnica, capacidad de almacenamiento y riesgo de virus.

Por lo tanto podemos observar que las sociedades coinciden en que las principales limitantes son a causa de factores profesionales y costos altos en los insumos.

11. Estaría de acuerdo con la creación de una empresa distribuidora de Hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra?

Tabla N. 14: CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE HOSTING Y CREACIONES DE SITIOS WEB EN LA CIUDAD DE IBARRA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	221	99,1	99,1	99,1
	NO	2	,9	,9	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 13: CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE HOSTING Y CREACIONES DE SITIOS WEB EN LA CIUDAD DE IBARRA



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

11.1 Análisis e Interpretación

De la muestra se obtuvo que la mayor parte de las sociedades encuestadas, si desean la creación de una empresa distribuidora de Hosting y creaciones de sitios web, por la necesidad existente a consecuencia de no existir este servicio en la ciudad de Ibarra.

Posteriormente podemos afirmar, que las sociedades desean tener este tipo de servicio en la ciudad de Ibarra donde es más factible y accesible para los consumidores, también desean que exista una información que se preocupe por dar asesoría técnica para realizar un óptimo servicio y así poder satisfacer las necesidades de sus clientes.

12. ¿Quisiera tener un sitio web en Internet para su empresa?

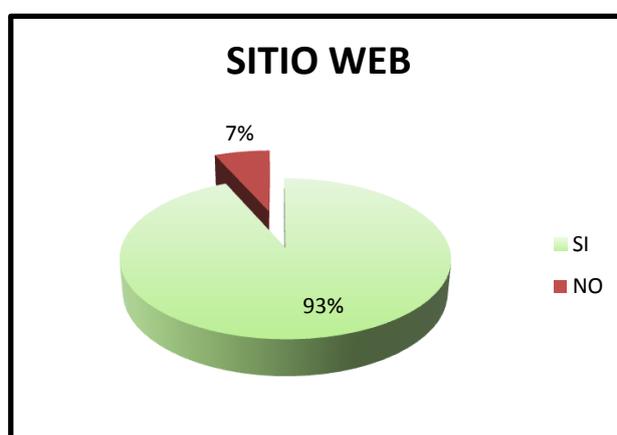
Tabla N. 15: QUISIERA TENER UN SITIO WEB EN INTERNET PARA SU EMPRESA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	169	75,8	93,4	93,4
	NO	12	5,4	6,6	100,0
	Total	181	81,2	100,0	
Perdidos	Sistema	42	18,8		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 14: QUISIERA TENER UN SITIO WEB EN INTERNET PARA SU EMPRESA



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

12.1 Análisis e Interpretación

De la muestra se obtuvo que en su mayor parte las sociedades desean tener un sitio web en internet para su empresa, un porcentaje menor no desean por ser sociedades pequeñas y no ven la necesidad de tenerlos.

Por lo tanto según lo observado, las sociedades opinaban, que si es rentable tener un sitio web, sin embargo también depende de muchos factores del mercado, es decir de épocas buenas en las que si resultan onerosas sus ganancias.

13. ¿Qué capacidad de almacenamiento le gustaría tener para su sitio?

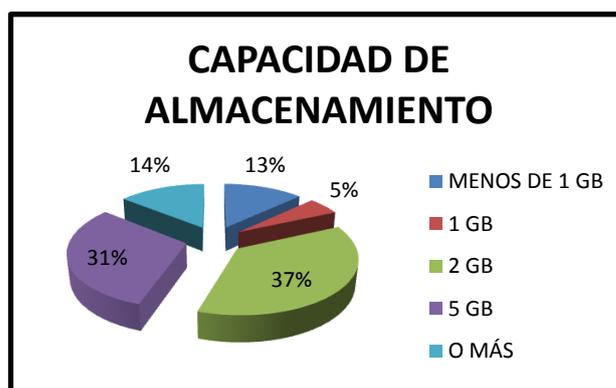
Tabla N. 16: CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE 1 GB	22	9,9	13,0	13,0
	1 GB	9	4,0	5,3	18,3
	2 GB	62	27,8	36,7	55,0
	5 GB	52	23,3	30,8	85,8
	O MÁS	24	10,8	14,2	100,0
	Total	169	75,8	100,0	
Perdidos	Sistema	54	24,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 15: CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

13.1 Análisis e Interpretación

Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a las sociedades, la mayoría de los encuestados, desearían utilizar 5GB para su servicio, y un bajo porcentaje en 1GB.

Por lo tanto podemos observar que las sociedades, preferirían utilizar 5GB, por la razón de tener más espacio para ofrecer sus productos o servicios.

14. ¿Usted desearía cuentas de correo electrónico?

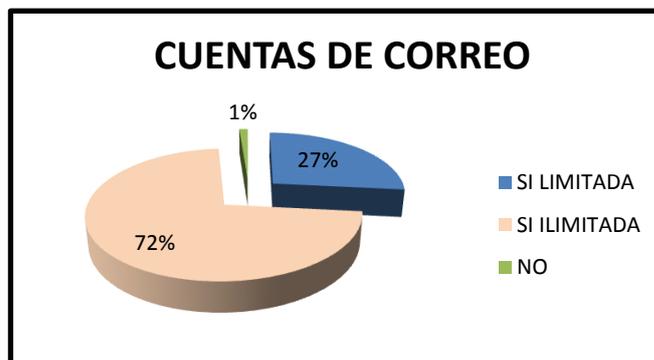
Tabla N. 17: DESEARÍA CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI LIMITADA	45	20,2	26,6	26,6
	SI ILIMITADA	122	54,7	72,2	98,8
	NO	2	,9	1,2	100,0
	Total	169	75,8	100,0	
Perdidos	Sistema	54	24,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 16: DESEARÍA CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

14.1 Análisis e Interpretación

Las sociedades manifestaron en su gran mayoría que desearían adquirir cuentas de correo ilimitadas para ampliar sus servicios a ofrecer, un mínimo porcentaje no desearían tener correo electrónicos porque no van a utilizarlo.

Consecuentemente las sociedades, desean ensanchar sus servicios a sus consumidores por esa razón necesitan cuentas de correo electrónico.

15. De acuerdo a la capacidad que usted señalo en la pregunta número trece, cuánto estaría dispuesto a pagar anualmente por el servicio?

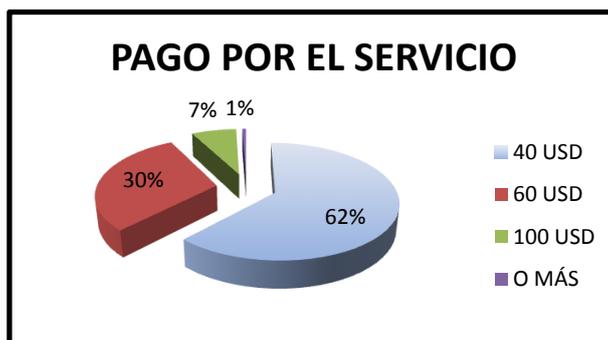
Tabla N. 18: PAGO POR EL SERVICIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	40 USD	105	47,1	62,1	62,1
	60 USD	51	22,9	30,2	92,3
	100 USD	12	5,4	7,1	99,4
	O MÁS	1	,4	,6	100,0
	Total	169	75,8	100,0	
Perdidos	Sistema	54	24,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 17: PAGO POR EL SERVICIO



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

15.1 Análisis e Interpretación

Las sociedades manifestaron en su gran mayoría que estarían dispuestos en pagar 40 USD anual por el servicio que van a adquirir desearían adquirir, por lo que buscan un servicio económico y que se ajuste a la realidad financiera de la ciudad, un mínimo porcentaje estaría dispuesto en pagar más de 100 USD.

Consecuentemente las sociedades, desean adquirir un buen servicio a bajo costo.

16. A más de contratar el servicio de hosting, le gustaría contratar el diseño de su sitio web?

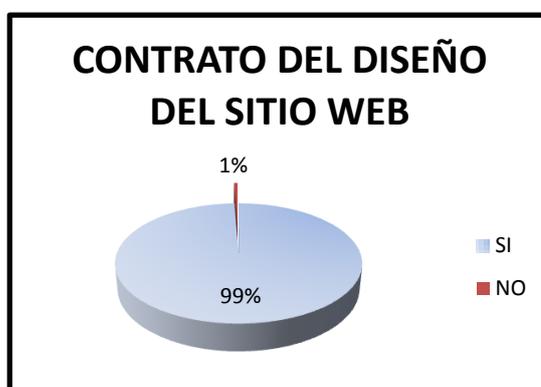
Tabla N. 19: CONTRATAR EL DISEÑO DEL SITIO WEB

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	168	75,3	99,4	99,4
	NO	1	,4	,6	100,0
	Total	169	75,8	100,0	
Perdidos	Sistema	54	24,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 18: CONTRATAR EL DISEÑO DEL SITIO WEB



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

16.1 Análisis e Interpretación

La mayoría de los encuestados desearía contratar el diseño de su sitio web en la misma empresa que adquiere el servicio de hosting y un mínimo porcentaje no lo ven necesario.

Por lo tanto según lo observado, las sociedades opinaban, que si sería bueno adquirir en la misma empresa el diseño de su sitio por tener precios cómodos y además por que en la ciudad no existe empresas que ofrezcan dos servicios a la vez.

17. Le gustaría que su sitio web tenga indexación a buscadores, (es decir, que los buscadores de internet puedan localizar fácilmente su sitio)?

Tabla N. 20: DESEARÍA QUE SU SITIO WEB TENGA INDEXACIÓN DE BUSCADORES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	169	75,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	54	24,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 19: DESEARÍA QUE SU SITIO WEB TENGA INDEXACIÓN DE BUSCADORES



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

17.1 Análisis e Interpretación

De la muestra se obtuvo que en su mayor parte de las sociedades encuestadas, desearían que su sitio web tenga indexación a buscadores, para que el nombre de su empresa tenga un mejor posicionamiento en internet.

Posteriormente podemos afirmar, que al tener una indexación a buscadores les permitirá a sus usuarios encontrarlos con mayor facilidad.

18. ¿Al contratar el servicio de hosting, le gustaría tener asistencia técnica durante todo el año?

Tabla N. 21: LE GUSTARÍA TENER ASISTENCIA TÉCNICA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	169	75,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	54	24,2		
Total		223	100,0		

Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

Gráfico N. 20: LE GUSTARÍA TENER ASISTENCIA TÉCNICA



Fuente: Investigación directa – encuestas 2010

Elaboración: La autora

18.1 Análisis e Interpretación

De la muestra se obtuvo que en su mayor parte las sociedades encuestadas, les gustaría tener asistencia técnica durante todo el año, debido a que otras empresas no ofrecen este servicio, y es una gran oportunidad para tener una asesoría técnica en cualquier momento.

Por lo tanto podemos observar que las sociedades, se preocupan por tener asesoría técnica para que su sitio funcione de la mejor manera.

1.11.2 RESULTADO DE LA ENTREVISTA DIRIGIDA A LA GERENTE DE LA EMPRESA QUE DISTRIBUYE HOSTING ECUAWEB

Para efectuar los datos de información del servicio, al ser muy limitadas y ser la única empresa existente en la ciudad de Ibarra, se aplicó una encuesta con las preguntas establecidas en la matriz de relación diagnóstica, que a continuación se detalla.

DATOS INFORMATIVOS

NOMBRE: Andrea Fernández
EMPRESA: ECUAWEB
DIRECCIÓN: Av. Fray Vacas Galindo 6-143 y Av. Cristobal de Troya.

SEXO: F M
EDAD: ENTRE 25 Y 40 DE 40 A 70 MAS DE 70

ENTREVISTA

1. Qué tipo de inversión realizó para poder brindar el servicio de Hosting?

La señorita supo manifestar que la inversión que realizó para poder ofrecer este tipo de servicio en la ciudad de Ibarra tuvo que hacer un crédito en una institución financiera.

2. Si su inversión fue a crédito, está de acuerdo con las condiciones de financiamiento?

Si, por las facilidades que brindó la institución financiera para acceder al crédito, y además la tasa de interés era muy accesible.

3. La rentabilidad de su negocio es:

Muy Buena, porque no existe mucha competencia en esta ciudad, lo que le permite ofrecer este servicio a más personas y/o empresas.

4. Su empresa lleva un registro contable?

No, porque es pequeña y no es necesario realizarlo, además no posee tantos clientes.

5. ¿Qué tipo de contrato realizó para ser distribuidor?

Ganando un porcentaje, de esta manera obtiene una ganancia por cada cliente que tenga, a diferencia de los paquetes anuales donde puede perder al no vender todo el paquete que adquiere.

6. Cuáles son sus compradores potenciales del servicio de Hosting

La mayor parte son sociedades, pero he tenido la oportunidad de trabajar con microempresas y si me ha ido muy bien.

7. Qué estrategias de comercialización utiliza

Solo lo hago por internet, porque como mi empresa no es un local, es en mi casa así que no existe publicidad para difundir la empresa.

8. Su empresa brinda asistencia técnica a los clientes

Si, estoy aliada con la empresa soportefeliz que es quien brinda soporte técnico a todos mis clientes durante todo el año.

9. El promedio de ventas mensual de su empresa es:

En este año ha tenido diez ventas, y supo manifestar que era por la falta de publicidad y por no tener un local donde se dé a conocer el servicio.

10. De qué forma se realiza la venta del servicio

Luego de lo que las empresas observan mi servicio por el internet, la venta y las condiciones o limitantes del servicio lo realizo personalmente

11. Su empresa tiene sucursales en la provincia de Imbabura?

No, además si lo deseara, se necesitaría prescindir de más capital y como no tengo muchos clientes esto no me beneficia, saldría perdiendo.

12. Cuántas empresas similares a su negocio conoce que existen en la ciudad de Ibarra

Existía una que se llama Qualyhost pero ya no está porque se trasladó a la ciudad de Quito, pero ellos tienen sus clientes ya fijos. A parte de esta, desconoce de otras similares.

13. Dentro de su empresa tiene suficiente personal para operar en el área técnica

Si, mencionó que tiene compañeros que le ayudan cuando tiene que realizar diseño de sitios web.

1.12 LISTADO DEL AOR

1.12.1 Aliados

1.12.1.1 Calidad y variedad en el servicio.

1.12.1.2 Ente ético formado en valores.

1.12.1.3 La creación de la empresa distribuidora de hosting es aceptada por los posibles consumidores potenciales.

1.12.1.4 Se conoce la expectativa que los clientes tienen hacia la creación de la empresa.

1.12.1.5 Los equipos e insumos se los puede adquirir dentro del país.

1.12.1.6 Escasa competencia porque no existe otro negocio que distribuya hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra.

1.12.2 Oportunidades

1.12.2.1 Gran aceptación del servicio en el mercado.

1.12.2.2 Mejorar sus ingresos.

1.12.2.3 Los servicios ofertados son garantizados; mediante la honradez y calidad del trabajo.

1.12.2.4 Rápido crecimiento debido a la gran demanda.

1.12.2.5 Existen instituciones que financian proyectos con intereses bajos.

1.12.2.6 Pronta recuperación de la inversión inicial gracias a la gran demanda de este tipo de servicios.

1.12.3 Oponentes

1.12.3.1 No contar con un local propio.

1.12.3.2 Se requiere de una fuerte inversión.

1.12.3.3 Falta de interés por capacitarse.

1.12.3.4 Falta de asistencia técnica.

1.12.3.5 No hay experiencia en el mercado.

1.12.4 Riesgos

1.12.4.1 Inestabilidad económica del país.

1.12.4.2 Tasa de interés altas.

1.12.4.3 Competencia desleal.

1.12.4.4 Altos costos de arrendamiento y subida de precios.

1.13 CRUCE ESTRATÉGICO DEL AOR

1.13.1 ALIADOS-OPORTUNIDADES

1.13.1.1 Aprovechar de la mejor manera la aceptación del servicio en el mercado, para ofrecerlo con calidad y variedad

1.13.1.2 Ser un ente ético formado en valores, para de esa manera ganarse prestigio en el mercado y a su vez mejorar sus ingresos.

1.13.1.3 Al ser aceptada la empresa por posibles consumidores potenciales, se garantizará un buen trabajo mediante la honradez y calidad de trabajo.

- 1.13.1.4** Se conoce la expectativa que los clientes tienen hacia la creación de la empresa, eso permitirá un rápido crecimiento debido a la gran demanda.
- 1.13.1.5** Existen instituciones que financian proyectos con intereses bajos, lo que permitirá adquirir equipos e insumos para prestar un buen servicio
- 1.13.1.6** Al existir una escasa competencia de este tipo de negocio, se obtendrá gran demanda lo que existirá una pronta recuperación de la inversión inicial.

1.13.2 ALIADOS –RIESGOS

- 1.13.2.1** Aprovechar la calidad y variedad del servicio, evitando así oportunidades para la competencia desleal.
- 1.13.2.2** Al ser un ente ético formado en valores, permitirá sobrellevar la inestabilidad económica del país, proponiendo soluciones constructivas que beneficiará tanto para la empresa como para sus clientes potenciales.
- 1.13.2.3** Aunque los equipos e insumos se adquieran dentro del país, también tienen un elevado costo, por lo que se requiere que el gobierno dicte políticas que permitan a los inversionistas acceder a créditos con tasas preferenciales para que este tipo de empresas se fortalezcan.
- 1.13.2.4** Al tener una escasa competencia, se puede rentar un local donde se tenga alternativas de compra del mismo a largo plazo.

1.13.3 OPONENTES-OPORTUNIDADES

- 1.13.3.1** Al no contar con un local propio, se debe recuperar en poco tiempo la inversión inicial gracias a la aceptación del servicio en el mercado, para recurrir al endeudamiento para adquirir un local propio
- 1.13.3.2** Al requerir de una fuerte inversión, conviene aprovechar el apoyo de instituciones que financian proyectos con intereses bajos.
- 1.13.3.3** Para evitar la falta de interés de capacitarse y de asistencia técnica, se podrá lograr con la ayuda de la aceptación del servicio en el mercado, donde alentará a que el personal se capacite y ofrezca asistencia técnica , con eso contribuirá a mejorar los ingresos de la empresa
- 1.13.3.4** Alcanzar experiencia gradualmente necesaria para poder ofertar un servicio garantizado, mediante la honradez y calidad de trabajo.

1.13.4 OPONENTES-RIESGOS

- 1.13.4.1** Rentar un local que tenga posibilidades de compra a largo plazo o a su vez permita hacer renovaciones del contrato cada cinco años de tal manera que se mantengan la estabilidad del negocio.
- 1.13.4.2** Instaurar medios que permita evaluar el grado de experiencia para así confrontar a la Competencia desleal
- 1.13.4.3** Establecer programas de capacitación entorno a la preparación no solo técnica, sino también comercial, en donde se dé a conocer estrategias que permitan vender el servicio y conocer bien el mercado.

1.14 PROBLEMA DIAGNÓSTICO

De la información tabulada y analizada de la población, objetivo de este estudio así como del análisis del AOOR, además de la opinión del experto, se puede determinar que el principal problema es la falta de empresas que se dediquen a la distribución de hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, así como un estudio técnico sobre la rentabilidad de esta actividad en nuestra provincia y sector.

Se ha detectado que la mayoría de las sociedades no cuentan con este servicio, sea por falta de recursos económicos como en el lugar de adquisición, lo que no les permite crecer y obtener una mejor calidad de servicio para ofrecer a sus clientes

Según los resultados obtenidos, podemos plantear el proyecto que permita hacer un **“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.”**

Con formato: Español (alfab. internacional)

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 EMPRESA

2.1.1 DEFINICIÓN

CHILQUINGA JARAMILLO MANUEL PATRICIO, (2004) manifiesta: “Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”.

Después de haber expuesto la definición, presento la siguiente conclusión:

La empresa es una organización económica creada por la libre iniciativa, constituye una comunidad de personas e intereses que, al perseguir objetivos económicos específicos, forjan ideas y actitudes, crea oportunidades de progreso, fuentes de trabajo y de seguridad social, y es, con los demás sectores sociales, solidariamente responsable del desarrollo del país.

2.1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

La Empresa reúne adicionalmente las siguientes características:

2.1.2.1 Fin económico

Busca crear bienes y servicios para la sociedad.

2.1.2.2 Objetivo

Busca maximizar las ganancias.

2.1.2.3 Fin Mercantil

Busca producir para el mercado.

2.1.2.4 Asume riesgo

Está sujeta a los factores que determinan comportamiento y estado de la empresa.

2.1.2.5 Tiene cierta responsabilidad con la sociedad el cual está motivado por las utilidades.

2.1.2.6 Es una combinación de capital y trabajo.

2.1.3 OBJETIVOS

Los objetivos generales de la empresa son hechos con las motivaciones personales de los socios que deben responder a las áreas organizacionales, y estos son:

2.1.3.1 Objetivos de servicio.

El objeto de la empresa es el de suplir a la comunidad bienes y servicios con la máxima eficiencia posible, donde deben satisfacer las necesidades de la sociedad, al costo más bajo y que permita precios competitivos, de tal manera que el accionista obtenga ganancias.

2.1.3.2 Objetivos económicos.

Generar un dividendo económico con el fin de permitir la continuidad y permanencia de la empresa, lo que es el reflejo de la medida de la satisfacción de las necesidades y de la eficiencia de la producción.

2.1.3.3 Objetivos sociales.

La empresa como fuente primordial de producción de bienes y servicios tiene la obligación de mejorar el bienestar de la comunidad. La sociedad espera que la empresa pague los salarios justos a sus

trabajadores, pague a los proveedores, obtenga dividendos por la inversión, tenga calidad en sus productos y proteja el medio ambiente.

2.1.3.4 Objetivos de desarrollo.

Desea mayor efectividad en la producción, los programas de desarrollo generan una gama de actitudes que diferencian la actividad del administrador profesional en diversas áreas tales como:

- a) Dirección General.
- b) Dirección Internacional.
- c) Administración.
- d) Economía.
- e) Finanzas.
- f) Comercialización.
- g) Producción.
- h) Informática.

2.1.4 IMPORTANCIA DE LA EMPRESA

2.1.4.1 Aspecto Económico

- a) Unidad generadora de empleos.
- b) Unidad generadora de ingresos o recursos financieros para un individuo, la empresa y para un país.
- c) Unidad productiva y que desplaza bienes y/o servicios a un mercado.
- d) Unidad transformadora de productos y/o servicios nuevos.
- e) Unidad de crecimiento empresarial.
- f) Unidad de generación y aplicación tecnológica.
- g) Unidad distribuida de las riquezas.

2.1.4.2 Aspecto Social

- a) Unidad generadora de empleos.
- b) Unidad satisfactora de necesidades sociales.
- c) Unidad que permite alcanzar objetivos empresariales, grupales e individuales.
- d) Unidad de agrupación de órganos e individuos que permite darle fuerza en la toma de decisiones.
- e) Unidad que genera status.

2.1.4.3 Aspecto Político

- a) Unidad de progreso nacional al trabajar en forma conjunta o grupal, para aspirar entrar a un mercado competitivo.
- b) Unidad generadora de estabilidad económica de todo país.
- c) Unidad de intercambio comercial, al exportar e importar productos y/o servicios.
- d) Unidad de intercambio monetario.
- e) Unidad generadora de expansión empresarial.

2.1.5 TIPOS DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1.5.1 POR ACTIVIDAD QUE REALIZA

a) Las empresas de servicios

Este tipo de empresas venden servicios al público en lugar de productos, y pueden ser empresas con y sin fin de lucro, o de ayuda social, Hospitales Públicos, asilos, entre otras.

b) Las empresas comerciales

Son aquellas que venden productos elaborados por otras empresas, es decir son intermediarias entre el productor y el consumidor, ejemplos como las comercializadoras de vehículos, supermercados.

c) Las empresas industriales

Son las que transforman las materias primas en productos semi elaborados o productos terminados como son las fábricas textiles, las ensambladoras de vehículos.

2.1.5.2 POR EL TAMAÑO DE LA EMPRESA

Las empresas tienen las siguientes categorías:

a) Talleres artesanales

Se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo mínimo.

b) Microempresas

Emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) es suministrado directamente por su propietario.

c) Pequeña empresa

Puede tener hasta 20 obreros se caracterizan por realizar ventas locales en una ciudad o sector definido.

d) Mediana empresa

Alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 100 mil dólares.

e) Grandes empresas

Son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos.

2.1.5.3 POR EL SECTOR AL QUE PERTENECE

a) Empresa privada

Organizada y controlada por propietarios particulares cuya finalidad es lucrativa y mercantil.

b) Empresa pública

Controlada por el Estado u otra corporación de derecho público cuya finalidad es el bien público

c) Empresa mixta

Intervienen el Estado y personas particulares que unifican sus dineros para conformar una empresa.

2.1.5.4 POR EL ASPECTO JURÍDICO

Ley De Compañías, 2004 expresa: "Hay tres formas fundamentales de organización empresarial: la propiedad individual, la sociedad colectiva y la sociedad anónima" (Pág.15)

a) Propiedad individual

Es aquella que es propiedad de un individuo, que tiene pleno derecho a recibir los beneficios que genere el negocio y es totalmente responsable de las pérdidas que resulten

b) Sociedad colectiva

Sus propietarios son un número reducido de personas que realizan el comercio bajo una razón social, respondiendo en forma solidaria e ilimitada en caso de quiebra, disolución o liquidación de la empresa. El capital está dividido en aportaciones, siendo necesario el pago de por lo menos el 50% del capital suscrito.

c) Sociedad Anónima

Está formada por lo menos con dos o más accionistas, los que responden por el monto de sus aportaciones, integrados bajo una razón social incluidas las siglas "CA" o "SA", el capital social será mínimo se \$ 800USD dividido en acciones.

2.1.6 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

El empresario se caracteriza por ser:

- 2.1.6.1** EMPRENDEDOR
- 2.1.6.2** PERSEVERANTE
- 2.1.6.3** ORGANIZADO
- 2.1.6.4** INDEPENDIENTE
- 2.1.6.5** DINÁMICO
- 2.1.6.6** INNOVADOR
- 2.1.6.7** AUDAZ

Cuando en una empresa se dedican el empresario y los trabajadores a realizar las actividades técnicas dando importancia a las administrativas, se presta atención adecuada a los resultados generales, ya que no basta saber hacer bien determinadas cosas, sin hay que saberlas administrar.

2.1.7 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD

2.1.7.1 CONTABILIDAD GENERAL

ZAPATA SÁNCHEZ PEDRO (2002), manifiesta: "Es un sistema de información destinado a proporcionar información a terceras personas relacionadas con la empresa, como accionistas, inversionistas, a fin de facilitar sus decisiones."

Complementando la definición puedo decir:

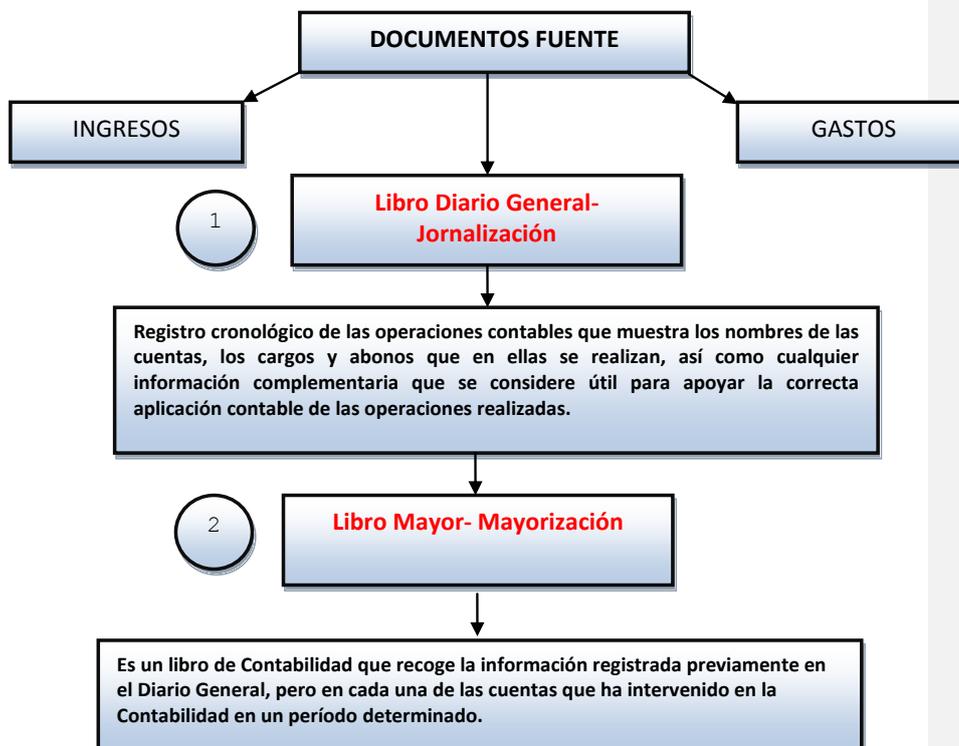
Que es la ciencia que enseña las normas, técnicas y procedimientos para ordenar, analizar y registrar todas las actividades de un negocio con el fin de obtener Estados Financieros que permitan una correcta toma de decisiones en un tiempo oportuno.

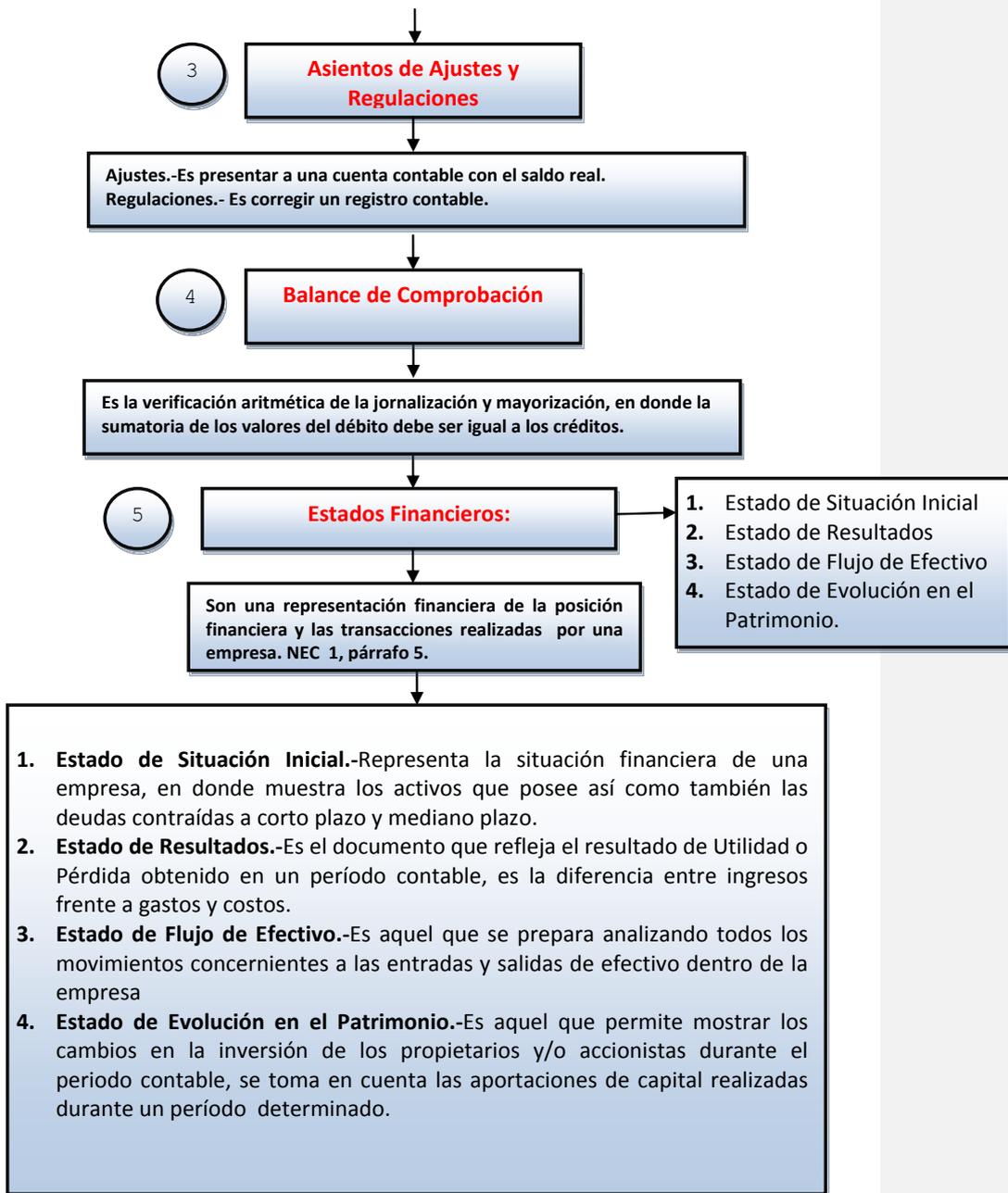
2.1.7.2 IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD

La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal.

2.1.7.3 CICLO CONTABLE

Gráfico N. 21: CICLO CONTABLE





↓

**Notas a los Estados
Financieros**

↓

Las notas a los estados Financieros incluyen descripciones narrativas más detalladas de los montos presentado en el balance general, estado de resultados, estado de flujos de efectivo y estado de cambios en el patrimonio, así como información adicional tales como pasivos contingentes. Las notas a los estados financieros incluyen información que las Normas Ecuatorianas de Contabilidad requieren que sea revelada o recomiendan o incentivan a su revelación y otras revelaciones necesarias para lograr una presentación razonable. NEC 1, párrafo 91.

Elaboración: La autora

2.1.7.4 NORMA APLICADA A PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO

El objetivo de la Norma de la **NIC 16** es prescribir el tratamiento contable de propiedades, planta y equipo, de forma que los usuarios de los estados financieros puedan conocer la información acerca de la inversión que la entidad tiene en sus propiedades, planta y equipo, así como los cambios que se hayan producido en dicha inversión. Los principales problemas que presenta el reconocimiento contable de propiedades, planta y equipo son la contabilización de los activos, la determinación de su importe en libros y los cargos por depreciación y pérdidas por deterioro que deben reconocerse con relación a los mismos.

Un elemento de propiedades, planta y equipo se reconocerá como activo si, y sólo si:

- a) sea probable que la entidad obtenga los beneficios económicos futuros derivados del mismo; y
- b) el costo del activo para la entidad pueda ser valorado con fiabilidad.

En el caso de la nueva empresa los activos que son considerados como son los equipos de Computación serán de costo beneficio hacia el futuro.

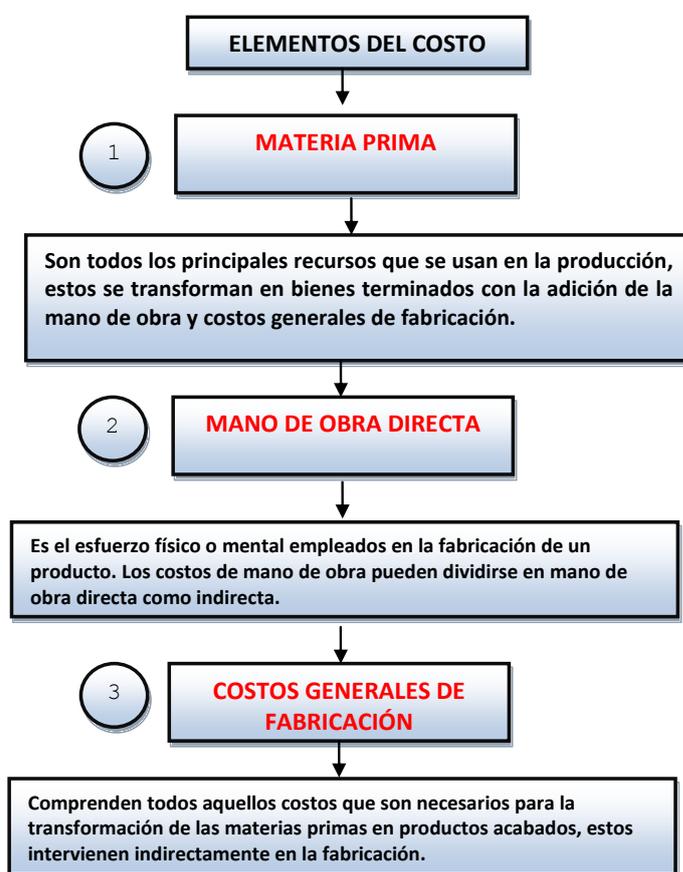
2.1.7.5 CONTABILIDAD DE COSTOS

ZAPATA, Pedro; 1997: “Que tiene por objeto registrar los costes de los factores de la producción; es decir, la materia prima, mano de obra y gastos de fabricación con el fin de llegar a determinar el costo unitario de la producción”

Considerando el concepto propuesto, puedo definirlo que la Contabilidad de Costos simboliza una especialidad de la Contabilidad General en una empresa industrial, que proporciona los elementos necesarios para el cálculo, control y el análisis de los costos de producción de un bien o servicio, también se puede decir que es un sistema diseñado para calcular lo que cuesta el servicio.

2.1.7.6 ELEMENTOS DEL COSTO

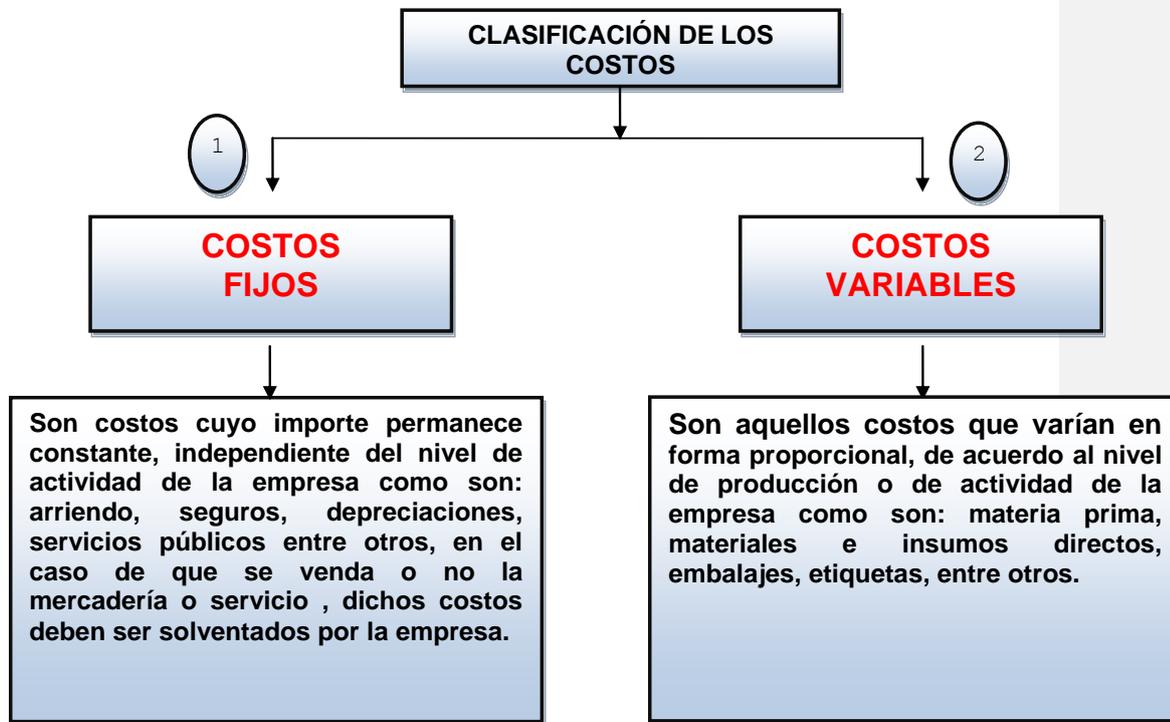
Gráfico N. 22: ELEMENTOS DEL COSTO



Elaboración: La autora

2.1.7.7 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Gráfico N. 23: CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS



Elaboración: La autora

2.2 DISTRIBUCIÓN

2.2.1 DEFINICIÓN

URBINA, Gabriel (2001), expresa: “La comercialización es la actividad que permite hacer llevar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”

Para concluir planteo la siguiente definición:

La distribución son inversionistas que invierten dinero, con el propósito de incrementar su monto, a través de la reventa, buscando la satisfacción de los requerimientos de sus propios clientes.

2.2.2 IMPORTANCIA DE LA DISTRIBUCIÓN

La importancia de la distribución radica en la facilidad que va a proporcionar al planear y organizar las actividades necesarias para que en el momento preciso, una mercancía venderse y/o servicio, esté en el lugar indicado y en su debido momento. Y así al estar presente en el mercado, el público va a tomarlo en cuenta al hacer una selección, para conocerlo, y adquirirlo, y con base en ello tomar una decisión de fidelidad, y esto a su vez se traduce directamente en una garantía de permanencia en el mercado para la empresa exportadora.

El distribuidor es un complemento muy importante para alcanzar los clientes o consumidores de las marcas, siempre son parte de unas estrategias, no pueden ser las únicas, a no ser que las empresas no tengan interés diferente de llegar solo hasta ellos.

2.2.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución es la ruta que toma un servicio para pasar del distribuidor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago a transacción, además de un intercambio de información. El servicio siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.

2.2.3.1 INTERMEDIARIOS

Los intermediarios de mercadotecnia son las compañías o personas que cooperan con la empresa para la promoción, venta y distribución de sus productos entre los compradores finales. Incluyen intermediarios, compañías de distribución física, agencias de servicios de mercadotecnia e intermediarios financieras, y pueden ser los siguientes.

- a) Representantes o agentes
- b) Mayoristas
- c) Minoristas

2.2.3.2 IMPORTANCIA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Las decisiones sobre los canales de distribución dan a los servicios los beneficios del lugar y los beneficios del tiempo al consumidor.

El beneficio de lugar se refiere al hecho de llevar un servicio cerca del consumidor para que este no tenga que recorrer grandes distancias para obtenerlo y satisfacer así una necesidad.

El beneficio de tiempo es consecuencia del anterior ya que si no existe el beneficio de lugar, tampoco este puede darse. Consiste en llevar un servicio al consumidor en el momento más adecuado.

2.2.3.3 FUNCIONES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Las funciones de los canales de distribución son las siguientes:

- a) Centralizan decisiones básicas de la comercialización.
- b) Participan en la financiación de los servicios.
- c) Se convierten en una partida del activo para el fabricante.
- d) Intervienen en la fijación de precios, aconsejando el más adecuado.
- e) Posicionan al servicio en el lugar que consideran más adecuado.
- f) Colaboran en la imagen de la empresa.
- g) Actúan como fuerza de ventas de la fábrica.
- h) Contribuyen a la racionalización profesional de la gestión.

2.2.4 PROMOCIÓN

Son las actividades, diferentes a la venta personal y a la venta masiva (propaganda, publicidad), que estimulan las compras por parte del distribuidor y las ventas por parte del distribuidor. Entre dichas actividades están: establecer exhibidores en los sitios de ventas; efectuar exposiciones, demostraciones, pruebas de degustación, etc.

2.2.4.1 OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN

a) Informar

El producto más útil fracasa si nadie sabe de su existencia.

b) Persuasión

La competencia intensa entre las compañías genera presión enorme sobre los programas promocionales de los vendedores.

c) Recordar:

Recordar a los consumidores también sobre la disponibilidad de un producto y su potencial para satisfacer.

2.2.4.2 HERRAMIENTAS PROMOCIONALES

Las tres principales herramientas promocionales son las que se describen a continuación:

a) Publicidad

Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido.

b) Promoción de ventas

Incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un servicio.

c) Relaciones públicas

La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.

2.3 HOSTING

2.3.1 ALOJAMIENTO WEB

2.3.1.1 DEFINICIÓN

MCCLELLAND, Deke, 2001, añade:” Hosting es el término inglés que se utiliza para referirse a lo que conocemos como “alojamiento web”. En realidad, “hosting” viene de la expresión en inglés “web hosting service”, que sería algo así como “servicio de alojamiento web”. El uso frecuente de esta expresión entre los webmasters del mundo, incluidos los españoles, ha acabado popularizando la palabra “hosting” para referirnos a este tipo de servicio”.

Analizando la definición anterior, podemos definir:

Que es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía Web.

2.3.1.2 COMPAÑÍAS QUE OFRECEN

Las compañías que ofrecen estos servicios de hosting se encargan de poner a disposición toda la infraestructura y los sistemas necesarios para almacenar tu web u otros archivos en un servidor y que estos estén disponibles en la red para ser accedidos mediante una conexión a Internet, es decir los Web Host son compañías que proporcionan espacio de un servidor a sus clientes.

El hospedaje web aunque no es necesariamente un servicio, se ha convertido en un lucrativo negocio para las compañías de IT alrededor del mundo

2.3.1.3 TIPOS DE ALOJAMIENTO WEB EN INTERNET

a) Alojamiento gratuito

El alojamiento gratuito es extremadamente limitado cuando se lo compara con el alojamiento de pago. Estos servicios generalmente agregan publicidad en los sitios y tienen un espacio y tráfico limitado.

b) Alojamiento compartido (*shared hosting*)

En este tipo de servicio se alojan clientes de varios sitios en un mismo servidor, gracias a la configuración del programa servidor web.

Resulta una alternativa muy buena para pequeños y medianos clientes, es un servicio económico debido a la reducción de costos ya que al compartir un servidor con cientos miles o millones de personas o usuarios el costo se reduce dramáticamente para cada uno, y tiene buen rendimiento.

c) Alojamiento de imágenes

Este tipo de hospedaje se ofrece para guardar tus imágenes en internet, la mayoría de estos servicios son gratuitos y las páginas se valen de la publicidad colocadas en su página al subir la imagen.

d) Alojamiento revendedor (reseller)

Este servicio de alojamiento está diseñado para grandes usuarios o personas que venden el servicio de Hospedaje a otras personas. Estos paquetes cuentan con gran cantidad de espacio y de dominios disponibles para cada cuenta.

e) Servidores virtuales (VPS, Virtual Private Server)

Mediante el uso de una máquina virtual, la empresa ofrece el control de un ordenador aparentemente no compartido. Así se pueden

administrar varios dominios de forma fácil y económica, además de elegir los programas que se ejecutan en el servidor. Por ello, es el tipo de producto recomendado para empresas de diseño y programación web.

f) Servidores dedicados

Se refiere a una forma avanzada de alojamiento web en la cual el cliente alquila o compra un ordenador completo, y por tanto tiene el control completo y la responsabilidad de administrarlo. El cuidado físico de la máquina y de la conectividad a Internet es tarea de la empresa de alojamiento, que suele tenerlo en un centro de datos.

g) Colocación (o housing)

Este servicio consiste básicamente en vender o alquilar un espacio físico de un centro de datos para que el cliente coloque ahí su propio ordenador. La empresa le da la corriente y la conexión a Internet, pero el ordenador servidor lo elige completamente el usuario (hasta el hardware).

2.3.2 INTERNET

Es una red de redes (un sistema de comunicaciones global que enlaza a miles de redes individuales)

2.3.2.1 Importancia del Internet

Internet se ha convertido en algo tan importante que su uso es considerado un aporte esencial de la función de una computadora, en otras palabras, perfeccionar el uso de Internet es una de las primeras cosas que debe hacer si desea obtener el máximo provecho de su experiencia en computación.

2.3.2.2 Principales servicios de Internet

Internet actúa como un portador de varios servicios diferentes, cada uno con sus propias características y propósitos distintivos. Los servicios que usan con mayor frecuencia en Internet son:

- a) La World Wide Web (www)
- b) Correo electrónico
- c) Noticias
- d) Protocolo de transferencia de archivos
- e) Chat
- f) Mensajería instantánea
- g) Servicios en línea
- h) Servicios punto a punto

2.3.3 SERVIDOR DE NOMBRES DE DOMINIO

Los equipos llamados servidores de nombres de dominio permiten establecer la relación entre los nombres de dominio y las direcciones IP de los equipos de una red.

Cada dominio cuenta con un servidor de nombre de dominio, llamado servidor de nombre de dominio principal, así como también un servidor de nombre de dominio secundario, que puede encargarse del servidor de nombre de dominio principal en caso de falta de disponibilidad.

Cada servidor de nombre de dominio está especificado en el servidor de nombre de dominio en el nivel superior inmediato, lo que significa que la autoridad sobre los dominios puede delegarse implícitamente. El sistema de nombre es una arquitectura distribuida, en donde cada entidad es responsable de la administración de su nombre de dominio. Por lo tanto, no existe organización alguna que sea responsable de la administración de todos los nombres de dominio.

2.3.4 DOMINIOS Y SUBDOMINIOS

2.3.4.1 DOMINIO

Un dominio es un nombre alfanumérico único usado para identificar una computadora determinada (por ejemplo, un servidor Web o servidor de correo) en Internet.

Los dominios permiten a los usuarios de Internet escribir un nombre, como miempresa.com.ec, para identificar una dirección numérica como 157.100.45.204.

2.3.4.2 SUBDOMINIO

Un **subdominio** es un subgrupo o subclasificación del nombre de dominio el cual es definido con fines administrativos u organizativos, que podría considerarse como un dominio de segundo nivel. Normalmente es una serie de caracteres o palabra que se escriben antes del dominio

En Internet se podría decir que el **subdominio** se utiliza para referirse a una dirección web que trabaja como un anexo (o sitio relacionado) de un dominio principal.

a) REPRESENTACIÓN DE UN SUBDOMINIO

- ❖ http://www.subdominio.dominio_principal.com/
- ❖ ó http://subdominio.dominio_principal.com/

Dentro de la estructura del servidor se refleja como un directorio, el cual contiene la información a mostrar. Por lo cual también se puede acceder desde:

- ❖ http://www.dominio_principal.org/subdominio/

2.3.5 CUENTAS DE CORREO

2.3.5.1 DEFINICIÓN

AWAD, Elias M., (2007) manifiesta: "Correo electrónico, o en inglés e-mail (electronic mail), es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes rápidamente (también denominados mensajes electrónicos o cartas electrónicas) mediante sistemas de comunicación electrónicos".

Después de haber expuesto la definición presento la siguiente:

Es uno de los servicios en Internet de mayor demanda, pues hace posible el envío de mensajes en forma de de texto.

2.3.6 DEFINICIONES DE EQUIPOS INFORMÁTICOS

2.3.6.1 SERVIDORES DE INTERNET

- a) En Internet, un servidor es un ordenador remoto que provee los datos solicitados por parte de los navegadores de otras computadoras.
- b) En redes locales se entiende como el software que configura un PC como servidor para facilitar el acceso a la red y sus recursos.
- c) Los Servidores almacenan información en forma de páginas web y a través del protocolo HTTP lo entregan a petición de los clientes (navegadores web) en formato HTML.

2.3.6.2 ROUTER

Un **router** es un dispositivo de hardware para interconexión de redes informáticas que permite asegurar el enrutamiento de paquetes entre redes o determinar la ruta que debe tomar el paquete de datos.

Gráfico N. 24: ROUTER



Elaborado: <http://es.wikipedia.org/wiki/Enrutador>

Este router determinará así el siguiente equipo al que se le enviarán los datos para poder escoger la mejor ruta posible. Para hacerlo, el router cuenta con tablas de enrutamiento actualizadas, que son verdaderos mapas de los itinerarios que pueden seguirse para llegar a la dirección de destino.

Existe también el router inalámbrico que permite la conexión de dispositivos inalámbricos (como estaciones WiFi) a las redes a las que el router está conectado mediante conexiones por cable (generalmente Ethernet).

2.3.6.3 SWITCH

El **switch** (palabra que significa “conmutador”) es un dispositivo que permite la interconexión de redes sólo cuando esta conexión es necesaria. Para entender mejor que es lo que realiza, pensemos que la red está dividida en segmentos por lo que, cuando alguien envía un mensaje desde un segmento hacia otro segmento determinado, el switch se encargará de hacer que ese mensaje llegue única y exclusivamente al segmento requerido.

Gráfico N. 25: SWITCH



Elaborado: <http://es.wikipedia.org/wiki/switch>

Un conmutador interconecta dos o más partes de una red, funcionando como un puente que transmite datos de un segmento a otro. Su empleo es muy común cuando existe el propósito de conectar múltiples redes entre sí para que funcionen como una sola. Un conmutador suele mejorar el rendimiento y seguridad de una red de área local

2.3.6.4 MODEM ADSL

Derivado de los términos Modulador/Demodulador, el Módem es el dispositivo que ejecuta la conversión de la señal digital emitida por la computadora en una señal de línea analógica. Y, a la inversa, la conversión de la señal analógica en digital para que pueda ser asimilada por la máquina.

Gráfico N. 26: MODEM



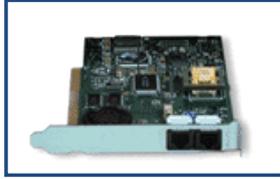
Elaborado: <http://www.pchardware.org/modem/index.php>

De esta manera, su función primordial se relaciona con Internet porque todos los datos que queremos transferir a través de la red necesitan de este dispositivo como si fuera un traductor. Aunque también puede ser utilizado como fax e incluso como medio de contacto con una red local.

a) Tipos de Modem

- ❖ **Módem interno**, es una tarjeta que se inserta en una ranura dentro de la computadora y que a través de un cable telefónico, se conecta con el mismo teléfono

Gráfico N. 27: MODEM INTERNO



Elaborado: <http://www.pchardware.org/modem/index.php>

- ❖ **Módem externo**, es una caja pequeña que se conecta a la máquina a través de los puertos serie.

Gráfico N. 28: MODEM EXTERNO



Elaborado: <http://www.pchardware.org/modem/index.php>

2.3.6.5 WIRELESS

Se denomina Wireless a las comunicaciones inalámbricas, en las que se utilizan modulación de ondas electromagnéticas, radiaciones o medios ópticos. Estas se propagan por el espacio vacío sin medio físico que comunique cada uno de los extremos de la transmisión.

Gráfico N. 29: WIRELESS

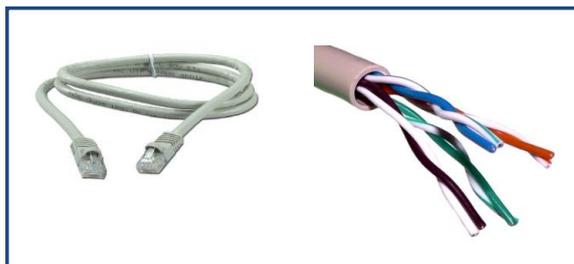


Elaborado: <http://www.ordenadores-y-portatiles.com/wifi.html>

2.3.6.6 CABLE UTP

El cable UTP es un sistema de cableado estructurado consiste de una infraestructura flexible de cables que puede aceptar y soportar sistemas de computación y de teléfono múltiples.

Gráfico N. 30: CABLE UTP



Elaborado: <http://conocimientoredes.blogspot.com/2008/03/que-es-un-cable-utp.html>

Es un cable que tiene 4 pares hilos de cobre de calibre 22 o 24, tiene una impedancia de 100 ohmios; esto lo hace diferente de los demás tipos de cables ya que se puede usar en cualquier arquitectura de networking principales, por lo tanto es el más utilizado y el mas popular en el cableado estructurado.

2.4 SITIOS WEB

Un **sitio web** es un conjunto de páginas web, típicamente comunes a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet.

Los sitios web están escritos en código HTML (Hyper Text Markup Language), o dinámicamente convertidos a éste, y se acceden aplicando un software conveniente llamado navegador web, también conocido como un cliente HTTP.

2.4.1 DISEÑO WEB

El **diseño web** es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web y páginas web. El diseño web ha visto amplia aplicación en los sectores comerciales de Internet especialmente en la World Wide Web.

2.4.2 PÁGINAS WEB

Una **página web** es un documento electrónico adaptado para la World Wide Web que generalmente forma parte de un sitio web y accesible mediante un navegador de Internet. Su principal característica son los hipervínculos de una página, siendo esto el fundamento de la WWW.

Una página web está compuesta principalmente por información (sólo texto o módulos multimedia) así como por hiperenlaces; además puede contener o asociar datos de estilo para especificar cómo debe visualizarse, y también aplicaciones embebidas para hacerla interactiva.

2.4.2.1 Diferencia entre sitio web y página web

- a) **Página web es** parte de un sitio web y es un único archivo con un nombre de archivo asignado.
- b) **Sitio web es** un conjunto de archivos llamados páginas web.

2.4.2.2 CLASIFICACIÓN

a) **Página Web Estática.**

Son aquellas realizadas en HTML que pueden mostrar en alguna parte de la página objetos en movimiento tales como banners, gifs animados, videos, etc.

b) Página Web Animada.

Son aquellas que se realizan con la tecnología FLASH, ésta permite que una página web presente el contenido con ciertos efectos animados continuados.

c) Página Web Dinámica.

Existen muchos lenguajes de programación que son la base para la mayoría de páginas web dinámicas. Las que destacamos aquí son los lenguajes PHP y ASP. Estos lenguajes permiten una perfecta estructuración del contenido

d) Portal.

Es un sitio web que en su página principal permite el acceso a múltiples secciones que, por lo general, son foros, chats, cuentas de correo, buscador, acceso registrado para obtener ciertas ventajas, las últimas noticias de actualidad... un sinfín de recursos para brindar al usuario la mejor experiencia de búsqueda para una temática en particular o para una temática muy amplia.

e) Tienda virtual o Comercio electrónico.

Como su nombre indica, se trata de un sitio web que publica los productos de una tienda en particular en Internet. Permite la compra on-line a través de VISA, domiciliación bancaria o transferencia por norma general.

f) Página Web con Gestor de Contenidos.

Se trata de un sitio web cuyo contenido se actualiza a través de un panel de gestión por parte del administrador del sitio.

2.4.3 POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

El posicionamiento en buscadores o posicionamiento web es el resultado de la recuperación de información en la base de datos de los grandes motores de búsqueda de Internet por el uso de algoritmos de búsqueda en el software.

Un buen posicionamiento en los principales buscadores nos va a dar un flujo permanente de visitantes a nuestro web, que son realmente potenciales clientes que vienen porque han visto nuestro web y su descripción en los buscadores y están interesados, por lo tanto estamos a un paso de convertirlos en clientes (o al menos en compradores).

2.4.4 SEGURIDAD EN INTERNET

Intentar comunicar un secreto en un entorno con millones de testigos potenciales como Internet es difícil, y la probabilidad de que alguien escuche una conversación entre dos interlocutores se incrementa conforme lo hace la distancia que las separa. Dado que Internet es verdaderamente global, ningún secreto de valor debería ser comunicado a través de ella sin la ayuda de la criptografía.

La seguridad en Internet y las leyes que la protegen, están basadas principalmente en los sistemas de criptografía. Esos sistemas son los que permiten que las informaciones que circulan por Internet sean indecifrables, ininteligibles, para cualquier persona que no sea aquella a la que va destinada.

2.4.4.1 FORMAS DE SEGURIDAD

a) Gestión de claves (incluyendo negociación de claves y su almacenamiento): Antes de que el tráfico sea enviado/recibido, cada router/cortafuegos/servidor (elemento activo de la red) debe ser capaz de verificar la identidad de su interlocutor.

b) Confidencialidad: La información debe ser manipulada de tal forma que ningún atacante pueda leerla. Este servicio es generalmente prestado gracias al cifrado de la información mediante claves conocidas sólo por los interlocutores.

c) Imposibilidad de repudio: Ésta es una forma de garantizar que el emisor de un mensaje no podrá posteriormente negar haberlo enviado, mientras que el receptor no podrá negar haberlo recibido.

d) Integridad: La autenticación valida la integridad del flujo de información garantizando que no ha sido modificado en el tránsito emisor-receptor.

e) Autenticación: Confirma el origen/destino de la información -corroborar que los interlocutores son quienes dicen ser.

f) Autorización: La autorización se da normalmente en un contexto de autenticación previa. Se trata un mecanismo que permite que el usuario pueda acceder a servicios o realizar distintas actividades conforme a su identidad.

2.4.5 COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico consiste en realizar electrónicamente transacciones comerciales. Está basado en el tratamiento y transmisión electrónica de datos, incluidos texto, imágenes y vídeo.

Gráfico N. 31: COMERCIO ELECTRÓNICO



Elaborado: http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electr%C3%B3nico

El comercio electrónico comprende actividades muy diversas, como comercio electrónico de bienes y servicios, suministro en línea de contenidos digitales, transferencia electrónica de fondos, compraventa electrónica de acciones, conocimientos de embarque electrónicos, subastas, diseños y proyectos conjuntos, prestación de servicios en línea (on line sourcing), contratación pública, comercialización directa al consumidor y servicios posventa.

Por otra parte, abarca a la vez productos como bienes de consumo, equipo médico especializado y servicios tales como servicios de información, financieros y jurídicos, actividades tradicionales: asistencia sanitaria, educación y nuevas actividades como es centros comerciales virtuales).

2.4.5.1 Ventajas para las empresas

- a) Mejoras en la distribución.
- b) Comunicaciones comerciales por vía electrónica
- c) Beneficios operacionales.
- d) Facilidad para fidelizar clientes.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El presente estudio de mercado está encaminado a determinar la demanda y oferta del servicio de Hosting y creación de sitios web. La meta de este proyecto es implantar en la ciudad de Ibarra este tipo de servicio por reunir las condiciones más adecuadas.

En base a consultas e investigación directa se llega a la conclusión que es importante realizar un estudio de mercado técnicamente diseñado para establecer la demanda potencial de este servicio en la provincia de Imbabura que avale la factibilidad del proyecto.

Para lograr el propósito anteriormente enunciado es preciso conocer además de la demanda, la oferta o competencia, los posibles puntos de venta y los canales de distribución como también proyectar el comportamiento de la demanda a futuro. El logro de este estudio será utilizando las herramientas adecuadas que se aconsejan para este efecto.

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado del servicio de Hosting y creación de sitios web en la ciudad de Ibarra y destinada a la provincia de Imbabura.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

3.1.2.1 Describir el servicio existente el mercado.

3.1.2.2 Analizar la demanda del servicio existente en el mercado de Imbabura.

- 3.1.2.3 Indagar la oferta del servicio existente en el mercado de Imbabura.
- 3.1.2.4 Determinar potenciales proveedores del servicio.
- 3.1.2.5 Establecer la demanda insatisfecha el mercado.
- 3.1.2.6 Identificar las condiciones para colocar el servicio en el mercado local de Imbabura.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

En base a la información obtenida mediante el diagnóstico situacional, los servicios que se ofrecerá a los consumidores potenciales son: venta de hosting, dominios, diseños de páginas web y posicionamiento en buscadores cabe destacar que en el futuro la empresa ampliará los servicios ofertados, acorde a las necesidades de los consumidores.

3.2.1 OTRAS GENERALIDADES DEL SERVICIO

Inicialmente se brindará atención de Lunes a Sábado en horarios de 08h00 a 13h30 y de 15h00 a 18h00.

3.3 MERCADO META

La empresa de servicio de Hosting y creaciones de sitio web se establecerá básicamente en la ciudad de Ibarra, su cobertura será a nivel de la Provincia de Imbabura, para posteriormente incursionar en los demás cantones de la provincia, logrando así satisfacer la necesidad a nivel local.

3.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Se considera que el mercado total se compone de muchos segmentos más pequeños y homogéneos. Este enfoque que da origen a la estrategia de segmentación del mercado en la cual uno o más de esos

segmentos se escogen como mercado meta. Por consiguiente el segmentación del mercado está dirigido a las sociedades de la Provincia de Imbabura.

Las sociedades son entidades jurídicas orientadas a la prestación de bienes y servicios las cuales actualmente manejan sus negocios a través de la tecnología, que les brinda herramientas para poder expandirse y competir en el ámbito empresarial.

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Según información obtenida en las encuestas realizadas en el diagnóstico situacional, se puede determinar que la demanda del servicio es muy alto, ya que no existen diversidad de empresas que oferten este tipo de servicio.

Según las encuestas realizadas se concluyó que existe la urgente necesidad de la creación de una empresa que distribuya hosting y sitios web, donde certifique la calidad y la seguridad del servicio.

Para proyectar la demanda futura de adquisición de hosting y creaciones de sitios web se utilizó como base los datos históricos de catastros del Municipio de la ciudad de Ibarra, según los cuales se existen las siguientes empresas como sociedades.

Tabla N. 22: Información histórica del número de sociedades del Cantón Ibarra

Año	Número de Empresas
2009	504
2010	530

Fuente: Catastro Municipio de Ibarra

Elaboración : La autora

En el cuadro anterior se presenta el número de sociedades activas de la ciudad de Ibarra según datos estadísticos del Catastro del Municipio de Ibarra desde el año 2009 hasta el año actual, los cuales se han ido incrementando aproximadamente con una tasa de crecimiento del 2.55% la misma que se utilizó para realizar la proyección hasta el año 2013.

Aplicando la fórmula del método exponencial se obtuvo la siguiente tasa de crecimiento:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

C_n= Consumo Futuro

C_o= Consumo Inicial

i= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado

$$530 = 504 (1 + i)^{2-1}$$

$$i = \sqrt[2]{\frac{530}{504}} - 1$$

$$i = .0,02546$$

i = 2.55%

Constituye la tasa de crecimiento de la tendencia histórica de las sociedades en el cantón de Ibarra.

Mediante la tasa 2.55 % se procedió a realizar la proyección de las sociedades:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Año: 2011

$$C_n = 530(1 + 0.0255)^1$$

$$C_n = 544$$

Año: 2012

$$C_n = 530(1 + 0.0255)^2$$

$$C_n = 557$$

Año: 2013

$$C_n = 530(1 + 0.0255)^3$$

$$C_n = 572$$

Año: 2014

$$C_n = 530(1 + 0.0255)^4$$

$$C_n = 586$$

Año: 2015

$$C_n = 530(1 + 0.0255)^5$$

$$C_n = 601$$

Tabla N. 23:
Proyección de la demanda de sociedades

Año	Sociedades
2009	504
2010	530
2011	544
2012	557
2013	572
2014	586
2015	601

Fuente: Catastro del Municipio de Ibarra
Elaboración: La autora

El cuadro anterior presenta el número de sociedades de la ciudad de Ibarra proyectados hasta el año 2015, con una tasa de crecimiento del 2.55%. Podemos observar que la demanda de hosting crecerá en mayor porcentaje ya que habrá un incremento de sociedades en los próximos años, lo que asegura que serán futuros usuarios potenciales del servicio de hosting, lo cual favorece la implantación del proyecto.

3.5.1 CONSUMIDORES

Los consumidores serán las sociedades pertenecientes a la Provincia de Imbabura, lugar donde se va a desarrollar el estudio de mercado.

3.5.2 LUGAR DE ADQUISICIÓN

En el centro de la ciudad de Ibarra es donde se pueden adquirir los servicios de hosting y creaciones de sitios web, el mismo que cumple las veces de centro de acopio y de transferencia cantonal, los consumidores prefieren comprar el servicio por medio de distribuidores por ser más factible su adquisición.

3.6 OFERTA

3.6.1 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA

De acuerdo a las encuestas realizadas, en la ciudad, no existen muchas empresas dedicadas a la distribución de hosting y sitios web, ya que solo existe una sola empresa dedicada a la distribución de hosting en la provincia de Imbabura, se trata de ECUAWEB, razón por la cual la demanda de este servicio es muy alta por tanto se plantea ofrecer un servicio de alta calidad y garantía para las sociedades que adquieren este servicio.

Los datos del comportamiento de la oferta fueron obtenidos por las encuestas realizadas a las sociedades de Imbabura, que actualmente cuentan con un hosting o sitio web , proveído de empresas como ECUAWEB de la Ciudad de Ibarra así, como de otras ciudades del país, Que actualmente en el ascienden a 42 sociedades.

Tabla N. 24:
Número de Empresas de Imbabura que cuentan con un Hosting y sitios web

Año	Número de Empresas
2010	42

Fuente: Encuestas sociedades de Imbabura

Elaboración: La autora

La oferta se proyectara para cinco años, tomando en cuenta la tasa de crecimiento de las sociedades en la ciudad Ibarra, según el Catastro del Municipio de Ibarra.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

C_n= Consumo Futuro

C_o= Consumo Inicial

I= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado

Mediante la tasa 2.55 % se procedió a realizar la proyección de la oferta de hosting y sitios web en los próximos cinco años.

Año: 2011

$$C_n = 42(1 + 0.0255)^1$$

$$C_n = 43$$

Año: 2012

$$C_n = 42(1 + 0.0255)^2$$

$$C_n = 44$$

Año: 2013

$$C_n = 42(1 + 0.0255)^3$$

$$C_n = 45$$

Año: 2014

$$C_n = 42(1 + 0.0255)^4$$

$$C_n = 46$$

Año: 2015

$$C_n = 42(1 + 0.0255)^5$$

$$C_n = 48$$

Tabla N. 25:
Proyección de la oferta de Hosting y sitios WEB

Año	Sociedades
2010	42
2011	43
2012	44
2013	45
2014	46
2015	48

Fuente: Encuestas realizadas a sociedades que tienen hosting y sitios web

Elaboración: La autora

El cuadro anterior presenta el número de sociedades de la ciudad de Ibarra que se han provisto de un hosting y sitio web proyectados hasta el año 2015, con una tasa de crecimiento del 2.55%. Podemos observar que la demanda de hosting crecerá en mayor porcentaje ya que no existe proveedores en la provincia lo cual ocasiona una demanda insatisfecha.

3.6.2 Balance de la Demanda- Oferta

**Tabla N. 26:
Balance (Contrastación) Oferta –Demanda**

Año	Oferta	Demanda	Déficit de Oferta
2010	42	530	<488>
2011	43	544	<501>
2012	44	557	<513>
2013	45	572	<527>
2014	46	586	<540>
2015	48	601	<553>

Elaboración: La Autora

La tabla No 26 muestra la contrastación entre Oferta –Demanda en donde se obtuvo un déficit en la oferta lo que quiere decir que existe la posibilidad de la exitosa implantación del proyecto, puesto que hay demanda insatisfecha y la aceptación del servicio en el mercado es garantizada. Se pretende adaptar a las sociedades a las tendencias de la actual tecnología para que puedan competir en el ámbito empresarial.

Una vez implantado el proyecto se estima que el servicio tenga la capacidad de competir con los servicios de hosting que existen actualmente en el mercado.

Podemos comprobar que si existe un mercado insatisfecho ya que la demanda es mayor que la oferta proyectada, por lo tanto se verifica la factibilidad del proyecto de distribución de hosting y sitios web en las sociedades de la provincia de Imbabura.

3.7 PRECIO

Para determinar el precio de cada uno de los espacios de Hosting y creaciones de sitios web que se pretende implementar, se ha considerado los precios que están actualmente en el mercado. Para la proyección del precio se considerará la inflación del 3.17%.

Tabla N. 27: Proyección de Precios de los Planes de Hosting

PLANES HOSTING					
PRECIO AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
29	29.92	31.85	34.97	39.62	46.31
39	40.24	42.83	47.03	53.28	62.28
59	60.87	64.79	71.15	80.61	94.22
79	81.50	86.75	95.27	107.93	126.16
99	102.14	108.72	119.39	135.26	158.10
139	143.41	152.64	167.62	189.91	221.98
199	205.31	218.53	239.98	271.89	317.80

Fuente: Estudio de Mercado

Aplicando la fórmula del método exponencial se obtuvo la siguiente tasa de crecimiento:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

C_n= Consumo Futuro

C_o= Consumo Inicial

I= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado

Año: 2011

$$C_n = 29(1 + 0.0317)^1$$

$$C_n = 29,92$$

Año: 2012

$$C_n = 29(1 + 0.0317)^2$$

$$C_n = 31.85$$

Año: 2013

$$C_n = 29(1 + 0.0317)^3$$

$$C_n = 34.97$$

Año: 2014

$$C_n = 29(1 + 0.0317)^4$$

$$C_n = 39.62$$

Año: 2015

$$C_n = 29(1 + 0.0317)^5$$

$$C_n = 46.31$$

Tabla N. 28: Proyección de Precios de los Diseños de Sitios Web

		DISEÑOS DE SITIOS WEB					
		PRECIO AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DISEÑOS DE SITIOS WEB	5 PÁGINAS	60	61.90	65.89	72.36	81.98	95.82
	10 PÁGINAS	100	103.17	109.81	120.59	136.63	159.70
	15 PÁGINAS	150	154.76	164.72	180.89	204.94	239.55
	20 PÁGINAS	180	185.71	197.67	217.07	245.93	287.46
	30 PÁGINAS	240	247.61	263.56	289.42	327.90	383.28

Fuente: Estudio de Mercado

Aplicando la fórmula del método exponencial se obtuvo la siguiente tasa de crecimiento:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde:

Cn= Consumo Futuro

Co= Consumo Inicial

I= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado

Año: 2011

$$C_n = 60(1 + 0.0317)^1$$

$$C_n = 61.90$$

Año: 2012

$$C_n = 60(1 + 0.0317)^2$$

$$C_n = 65.89$$

Año: 2013

$$C_n = 60(1 + 0.0317)^3$$

$$C_n = 72.36$$

Año: 2014

$$C_n = 60(1 + 0.0317)^4$$

$$C_n = 81.98$$

Año: 2015

$$C_n = 60(1 + 0.0317)^5$$

$$C_n = 95.82$$

3.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- 3.8.1** Al final de este estudio de mercado, se determina en primer lugar que la tendencia actual es que sociedades adquieren el servicio de hosting y sitios web de manera intensiva lo cual es un indicador para saber que existe un mercado al que se puede dar a conocer este nuevo servicio y el cual los consumidores están dispuestos a adquirir.
- 3.8.2** Los usuarios que adquieren el servicio de hosting y sitios web, conocen en su gran mayoría los beneficios que tiene este servicio y el aporte que les brinda, para su desarrollo y crecimiento en mercado actual.
- 3.8.3** Por otro lado se ha identificado que existe un número bastante considerable de consumidores potenciales, lo que permitirá ofrecer el servicio con mayores expectativas y exigencias del mercado.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 MACRO-LOCALIZACIÓN

El proyecto de la creación de la empresa Distribuidora de Hosting y creaciones de sitio web se ubicará en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, está ubicada en la zona norte de Ecuador, su clima es templado seco, su temperatura media es de aproximadamente 14 y 19 grados centígrados.



Fuente: Dirección de Planificación - GPP

Ibarra, es la Capital de Imbabura o Provincia Azul, cuya belleza escénica de lagunas de su entorno natural y cultural producen en el visitante la sensación de la presencia divina, diseñando y dibujando armoniosamente los espectaculares parajes de la Ciudad Blanca y de su ámbito cantonal. La riqueza cultural, expresada a través de las diferentes manifestaciones

de sus habitantes, la hace inconfundible, dentro de una provincia rica en identidad. Ibarra, lleva este nombre en honor a Don Miguel de Ibarra VI Presidente de la Real Audiencia de Quito quién ordenó su Fundación por mandato del Rey Felipe de España el 28 de Septiembre de 1606.

Fue destruida prácticamente por el terremoto del 16 de Agosto de 1868 y su refundación se realizó el 28 de Abril de 1872. Fue reconstruida por García Moreno, luego del terremoto de 1868.

Quien llega a Ibarra disfrutará de un ambiente plácido y ensoñador. Podrá recrear la mente y la vista en sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas y cerros, sus monumento calles adoquinadas e interesante arquitectura colonial, la convierten en uno de los más bellos centros turísticos del país.

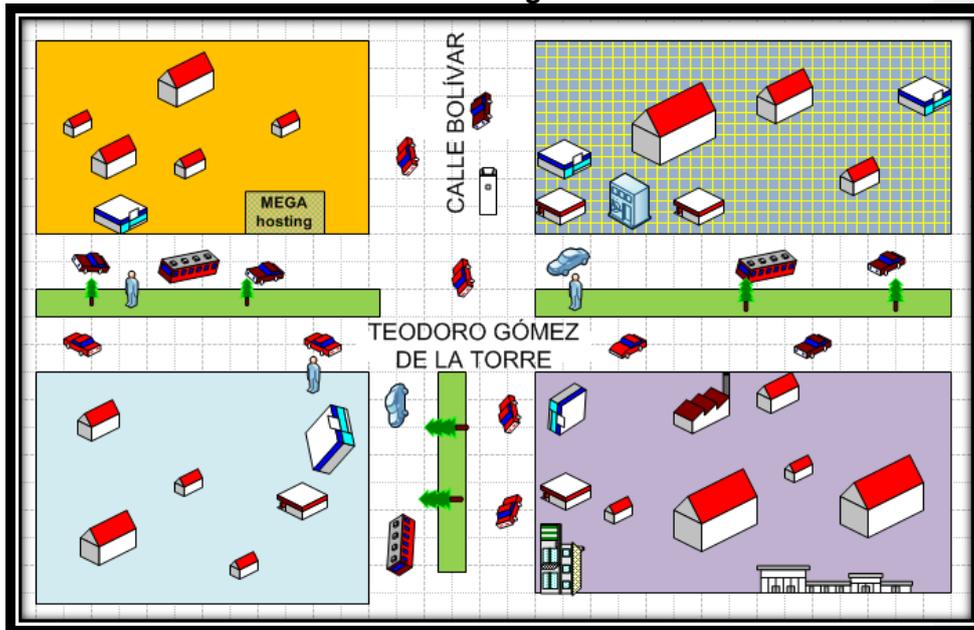
Gráfico N. 33 CIUDAD DE IBARRA



4.1.2 MICRO-LOCALIZACIÓN

Según el estudio realizado anteriormente, la empresa dedicada a la distribución de hosting y creaciones de sitios web se instalará en el centro de la ciudad de Ibarra en las calles Av. Teodoro Gómez y Bolívar.

Gráfico N. 34 CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA EMPRESA MEGAhosting



Elaborado: La autora

4.2 DISEÑO DE INSTALACIONES

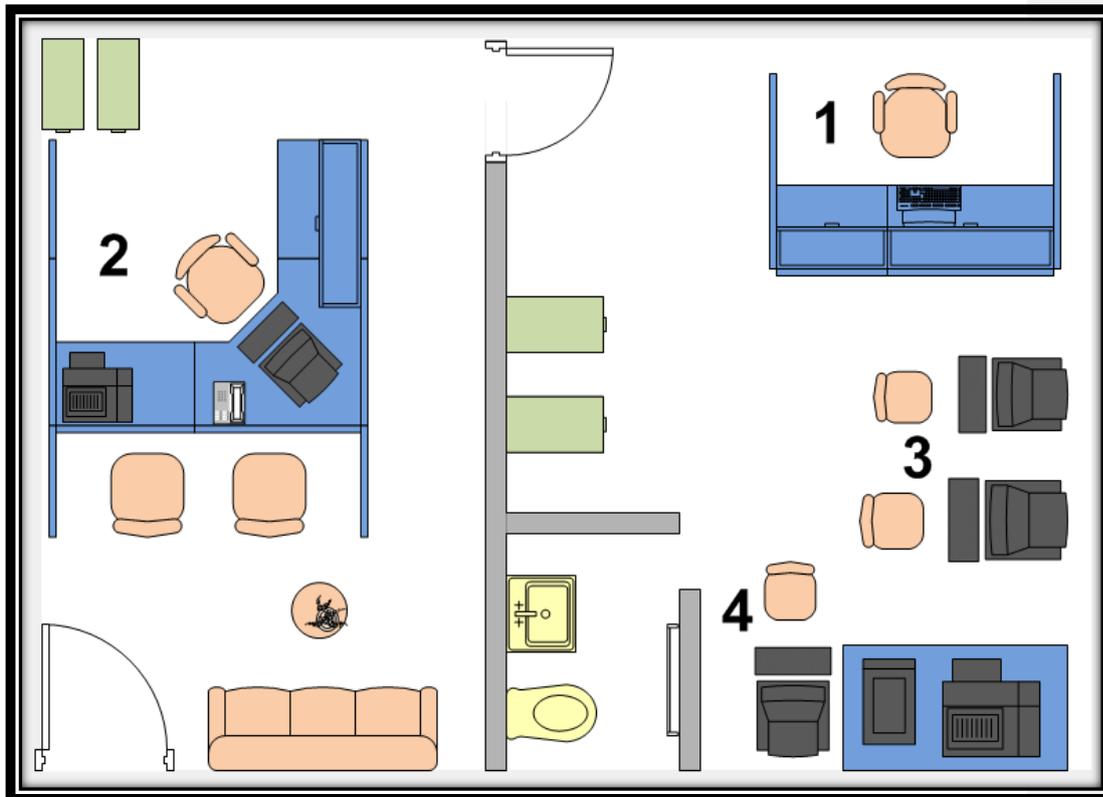
4.2.1 ÁREA ADMINISTRATIVA Y DE ATENCIÓN AL PÚBLICO

Esta área será condicionada para: Gerencia, Contable-Financiero, Diseño, de Asistencia Técnica.

4.3. DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

1. Gerencia
2. Departamento Contable-Financiero
3. Departamento de Diseño
4. Departamento de Asistencia técnica

Gráfico N. 35 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



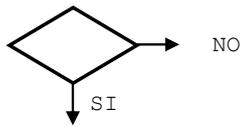
Elaborado: La autora

4.4. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

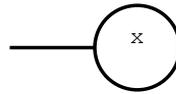
A continuación se detalla la simbología utilizada para representar los flujogramas de procesos:

SIMBOLOGÍA





Decisor



Conector

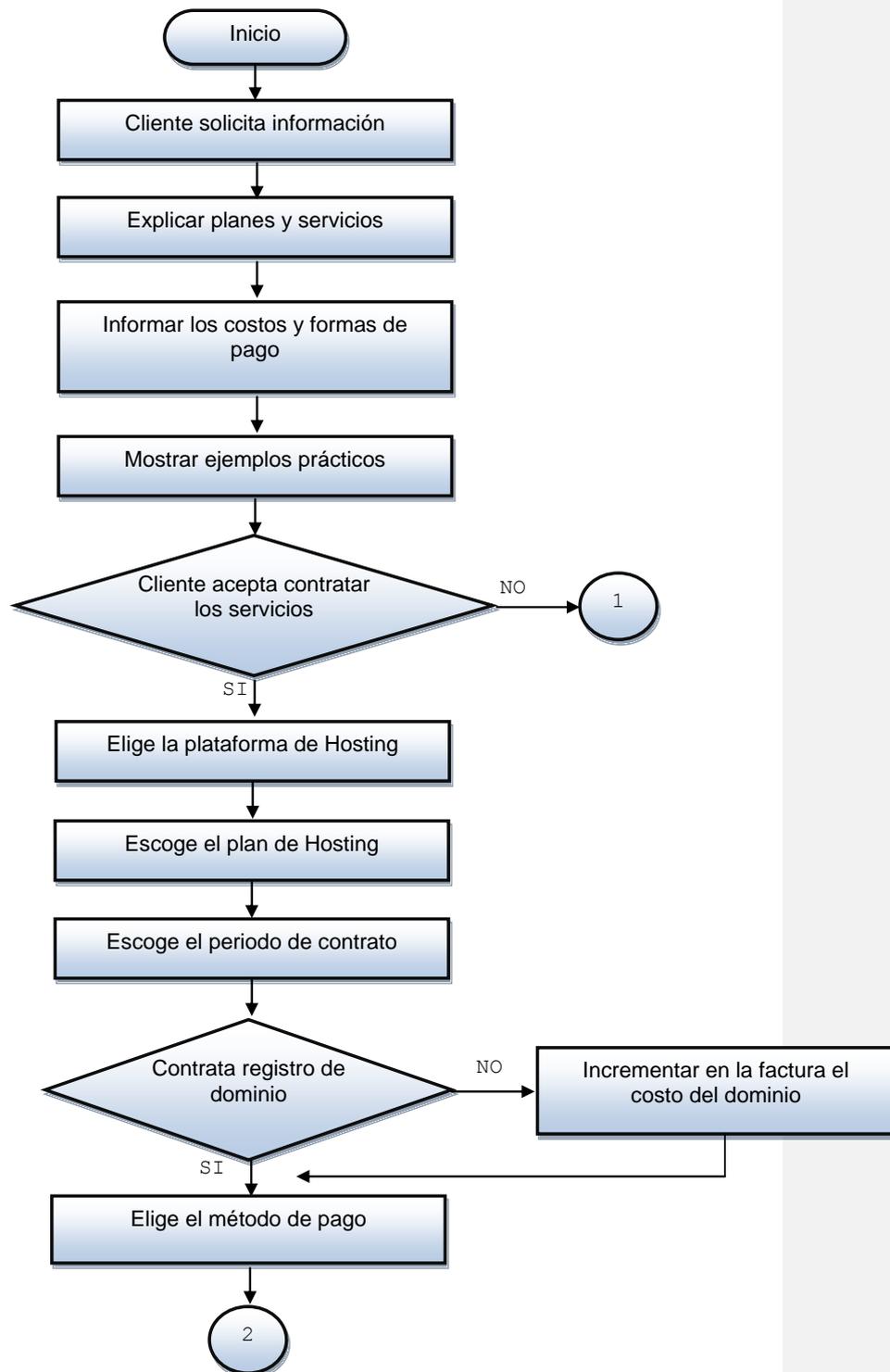


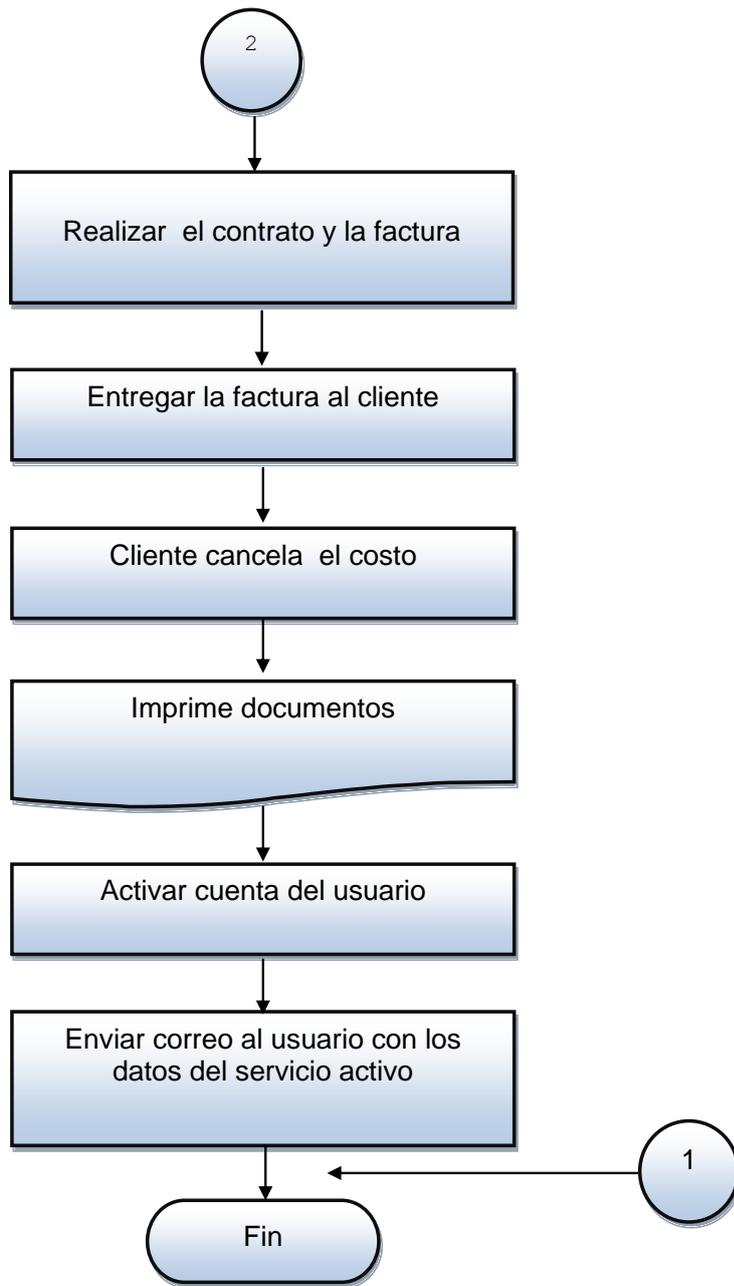
Impresión

PROCESO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSTING Y SITIOS WEB

Nº	ACTIVIDAD
1	- El cliente solicita información de los servicios
2	- Se procede a explicar los planes, servicios
3	- Se hace conocer los costos y formas de pago.
4	- Se muestra ejemplos prácticos de los servicios.
5	- El cliente toma la decisión de requerir o no el servicio.
6	- El cliente elige la plataforma de hosting
7	- El cliente escoge el Plan de Hosting
8	- El cliente escoge el periodo de contrato
9	- El cliente decide si desea el registro de dominio
10	- El cliente escoge el método de pago
11	- Se elabora el contrato, la factura y se entrega al cliente
12	- El cliente cancela el costo de los servicios escogidos.
13	- Se imprimen los documentos.
14	- Se procede a activar la cuenta de hosting para el usuario
15	- Se envía un correo electrónico al usuario con los datos del servicio para que empiece a utilizar.

GRÁFICO 36: FLUJOGRAMA PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE HOSTING Y SITIOS WEB





Elaborado: La autora

4.5 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

4.5.1 PROPUESTA ADMINISTRATIVA

4.5.1.1 Nombre de la Empresa

La empresa se llamara: MEGAhosting y su logotipo será el siguiente:

GRÁFICO 37: LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Elaborado: La autora

4.5.2 MISIÓN

MEGAhosting es una empresa dedicada a la distribución de hosting y creación de sitios web, con tecnología de punta, que cuenta con personal capacitado, con excelente atención al cliente, abasteciendo a un sector importante del norte del país.

4.5.3 VISIÓN

En el año 2015 MEGAhosting estará posesionada en el mercado nacional, entregando a sus clientes servicios de calidad, a precios cómodos y excelente atención, mediante la capacitación continua, en un marco ético con responsabilidad social.

4.5.4 POLÍTICAS

Para alcanzar las metas a corto y largo plazo contará con ciertas políticas, las cuales se deberán cumplir a cabalidad, logrando de esa manera posicionarnos en el mercado de manera inmediata, contando con las siguientes:

- 4.5.4.1 Los servicios ofertados en MEGAhosting siempre serán realizados con las más estrictas normas de calidad.
- 4.5.4.2 Los profesionales que contará la empresa deben tener valores morales inquebrantables.
- 4.5.4.3 Los servicios prestados tengan una garantía al tiempo de ésta dependa del servicio requerido.
- 4.5.4.4 Ser eficaces y oportunos con los trabajos a realizar.

4.5.5 VALORES CORPORATIVOS

Los valores corporativos que regirán el actuar de la empresa MEGAhosting serán las siguientes:

4.5.5.1 Reconocimiento

Reconocer los logros notorios y destacados de un desempeño sobresaliente en el trabajo individual y en equipo.

4.5.5.2 Responsabilidad

Reconocer, asumir y responder por su acción u omisión en el cumplimiento de deberes y obligaciones que son acordadas.

4.5.5.3 Integridad

Cualidad de regir nuestra conducta con apego a principios morales, profesionales y organizacionales.

4.5.5.4 Orientación a la excelencia (Pro actividad- dinamismo)

Buscamos la superación continua dirigida a alcanzar altos estándares de desempeño.

4.5.5.5 Trabajo en equipo

Habilidad para mantener relaciones independientes basadas en una actitud de confianza cooperación y compromiso para el logro de metas en común.

4.5.5.6 Calidad del servicio

Capacidad de sorprender al cliente en la satisfacción a sus necesidades.

4.5.5.7 Responsabilidad social

Conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos que se desvían del impacto que nuestra actividad produce, en el ámbito social, laboral, medio ambiente y de los derechos humanos.

4.5.5.8 Espíritu constructivo

El “espíritu constructivo” hace referencia a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de quienes laboramos en MEGAhosting

4.5.6 PRINCIPIOS EMPRESARIALES

4.5.6.1 Innovación y Vanguardia tecnológica

Nos preocuparemos por proporcionar día a día servicios y tecnología nuevos de calidad, poniendo a nuestros clientes el más fácil y rápido acceso a la tecnología, a través de servicios que de la misma forma los mantengan actualizados en el mercado, de frente a la competencia, gestionando el desarrollo constante en nuestros colaboradores.

4.5.6.2 Confiabilidad

La confianza de nuestros clientes, proveedores y colaboradores de la empresa es importante para nosotros, ya que a través de ella logramos un ambiente cooperativo y de armonía entre las personas y los negocios que ejercemos.

4.5.6.3 Servicio al cliente y Calidad

Dentro del ambiente de la tecnología el servicio y trato con las personas se vuelve distante, pero en MEGAhosting. fomentamos con nuestros clientes, proveedores y colaboradores la calidez, bienestar y buen trato a través de nuestros servicios; generando en nuestros colaboradores motivación y compromiso, que nuestros clientes queden complacidos y satisfechos.

4.5.7 Principios de conducta

4.5.7.1 Respeto

Es la base sustentable de cualquier relación humana en los diversos ambientes en los que nos desarrollamos por lo que para cada una de las personas que se acercan e involucran con MEGAhosting encontrarán un ambiente donde se valoran sus intereses y necesidades, así como el reconocimiento de sus ideologías.

4.5.7.2 Tolerancia

La tolerancia no es un valor individual, sino un dinamismo que evoluciona entre la recepción de la regla y la aptitud del poder para hacer que se respete la misma. Esta noción de tolerancia depende pues de la manera en el que se percibe y concibe su relación con la verdad y de los medios que está dispuesto a invertir para hacer valer esta concepción. La tolerancia es una virtud, la cual nos preocupamos en promover y fomentar a cada uno de nuestros miembros la capacidad de aceptar a las personas, evitando la indiferencia entre los colaboradores miembros.

4.5.7.3 Equidad y Justicia

Mediante este principio, con responsabilidad y valoración de la individualidad de cada uno, llegando a un equilibrio entre las circunstancias y situaciones que se nos presentan en el ejercicio de nuestras actividades lograremos la estabilidad en las relaciones y aspectos (laborales, personales y sociales) de cada uno de nuestros colaboradores internos y externos.

Realizando estos principios en conjunto, en cada una de nuestras acciones en todos los aspectos de nuestra vida diaria lograremos una sociedad mejor.

4.5.8 PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN

4.5.8.1 Plaza

- a) Estará ubicado en un sector estratégico, el cual permitirá observar la nueva empresa existente.
- b) Se tomará en cuenta la comodidad del cliente para su distribución.
- c) Siempre estará en buena presentación lo que incluye su limpieza y su elegancia.

4.5.8.2 Promoción

- a) Se diseñarán especiales de publicidad para el momento de su inauguración, como en radio, internet, prensa y hojas volantes.
- b) Cada fin de año se realizará calendarios para sus clientes.

4.5.8.3 Seguimiento y Monitoreo

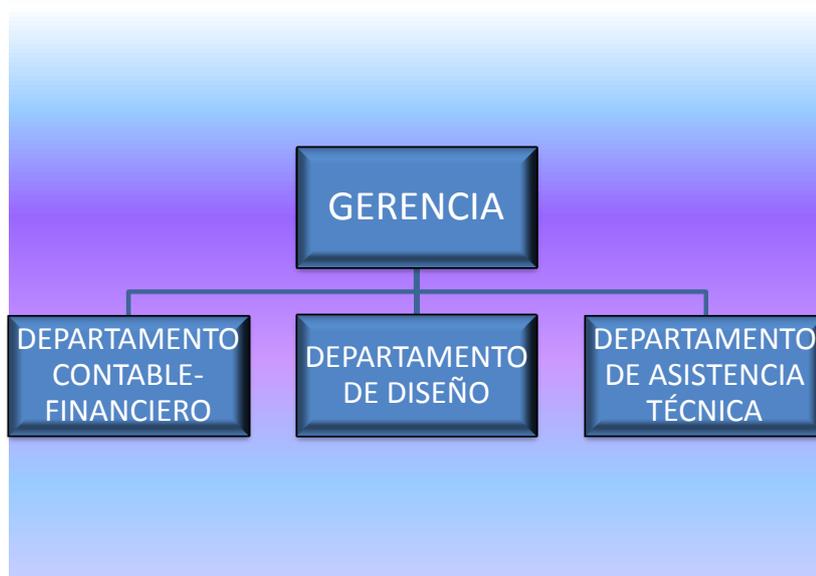
Se implementará un foro en la página MEGAhosting para recomendaciones y sugerencias, igualmente habrá un buzón en la oficina, donde esto permitirá realizar los cambios necesarios para ofrecer un mejor servicio de calidad, con un valor agregado a sus clientes.

4.5.9 ESTRUCTURA ORGÁNICA

Una estructura orgánica establecida de manera eficaz ayuda a la organización a cumplir con las metas y objetivos propuestos. Su presentación se lo realiza mediante un organigrama:

1. Gerencia-Propietario
2. Departamento Contabilidad Financiera
3. Departamento de Diseño
4. Departamento de Asistencia Técnica

Gráfico N. 38 ESTRUCTURA ORGÁNICA



Elaborado: La autora

4.5.9.1 MANUAL DE FUNCIONES

Para que MEHHosting comience a operar requiere un mínimo de 5 personas, con el perfil que a continuación se detalla:

NOMBRE DEL CARGO: Gerencia-Propietario

NIVEL: Directivo

a) NATURALEZA DEL TRABAJO:

El Gerente General es el representante legal de la empresa en todos los asuntos relacionados con su giro en operaciones civiles, actos judiciales y extrajudiciales, además el gerente es el propietario de la empresa.

b) PERFIL

- ❖ Ser líder y tener don de mando
- ❖ Capacidad para administrar al talento humano
- ❖ Facilidad para comunicar y negociar
- ❖ Tener iniciativa y creatividad.
- ❖ Estar dispuesto a enfrentar dificultades y adversidades futuras

c) FUNCIONES

- ❖ Laborar durante 8 horas diarias
- ❖ Ser el representante legal de la compañía
- ❖ Comunicar a los empleados la misión y visión de la empresa y guiarlos en el cumplimiento de los mismos.
- ❖ Realizar plan operativo anual
- ❖ Motivar continuamente a los empleados
- ❖ Velar por la correcta marcha del ente
- ❖ Supervisar, resolver problemas de tipo operativo y de apoyo dentro y fuera de la organización
- ❖ Optimizar correctamente los recursos de la empresa
- ❖ Establecer políticas para poder cumplir los objetivos trazados

- ❖ Hacer cumplir todas las disposiciones legales y tributarias a las que esté sujeta la empresa.

NOMBRE DEL CARGO: Contable – Financiero

NIVEL: Administrativo

a) NATURALEZA DEL TRABAJO:

Proyectar, organizar, dirigir, coordinar y controlar todas las operaciones contables de la empresa, y reportar novedades al Gerente.

b) PERFIL

- ❖ Responsabilidad y discreción de los manejos de la contabilidad de la empresa y de la elaboración de estados financieros.
- ❖ Tener ética profesional, criterio e iniciativa.
- ❖ Sólidos conocimientos de contabilidad, leyes tributarias, laborales y otras normas legales que le competen a la empresa.
- ❖ Capacidad para trabajar bajo presión
- ❖ Mantener excelentes relaciones públicas
- ❖ Tener calidad humana y buena disposición.

c) FUNCIONES

- ❖ Laborar durante 8 horas diarias
- ❖ Atención a clientes y proveedores
- ❖ Presentación oportuna de información y atención a los clientes
- ❖ Recepción y entrega de documentos
- ❖ Llevar al día la contabilidad de la empresa según el sistema contable

- ❖ Presentar balances en forma mensual, semestral y anual.
- ❖ Organizar y mantener actualizado el archivo.
- ❖ Realizar presupuestos y proyecciones
- ❖ Realizar todos los pagos puntualmente
- ❖ Fijar el sistema adecuado para calcular los precios de costos, reposición y ventas, según corresponda
- ❖ Declaración y pago de impuestos y tributos.
- ❖ Recibir y revisar facturas, órdenes de pago, compra, ingresos y egresos de MEGAhosting
- ❖ Prevenir oportunamente la falta de algún material de la oficina.
- ❖ Efectuar inventarios de activos y materiales cada año
- ❖ Realizar otras actividades dispuestas por la Gerencia, dentro del ámbito de su competencia.

d) REPORTE DE ACTIVIDADES

Informar al Gerente cada fin de semana novedades realizadas en el transcurso de los días.

NOMBRE DEL CARGO: Diseñadores – Asistencia Técnica

NIVEL: Apoyo

a) NATURALEZA DEL TRABAJO:

Desarrollar, organizar, coordinar, brindar soporte técnico en todos los sitios web basado en su creación “identidad” y la buena interpretación de lo que el cliente necesita.

b) PERFIL

- ❖ Tener ética profesional, criterio e iniciativa.
- ❖ Sólidos conocimientos de programación web y diseño gráfico.
- ❖ Capacidad para trabajar bajo presión
- ❖ Mantener excelentes relaciones públicas
- ❖ Tener calidad humana y buena disposición.
- ❖ Es necesario que su mente creativa proponga y genere cambios en forma periódica en beneficio de sus clientes.

c) FUNCIONES

- ❖ Laborar durante 8 horas diarias
- ❖ Usar las herramientas con que se dispone, debiendo ser un observador permanente, para ser un homoactual con armas validas de las que pueda evaluar y usar si encuentra apropiada la gestión aplicándola en sus sitios.
- ❖ Es también la persona de confianza que maneja información privada como base de datos, password y llaves de acceso a claves para modificar, actualizar o reparar, y reportar novedades al Gerente.
- ❖ Solucionar problemas relacionados con el hosting a los clientes.
- ❖ Realizar otras actividades dispuestas por la Gerencia, dentro del ámbito de su competencia.

d) REPORTE DE ACTIVIDADES

Informar al Gerente cada fin de semana novedades realizadas en el transcurso de los días.

4.5.9.2 REGLAMENTO INTERNO DE LA EMPRESA MEGAhosting

CAPITULO PRIMERO

Artículo 1º

El presente reglamento interno de trabajo prescrito por la empresa MEGAhosting, domiciliada en la calle Teodoro Gómez y Bolívar, de la ciudad de Ibarra y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa como todos sus trabajadores. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, que sin embargo sólo pueden ser favorables al trabajador.

CAPÍTULO SEGUNDO

Condiciones de admisión

Artículo 2º

Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa MEGAhosting, debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- a) Original y copia de la cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.
- b) Original y copia de la papeleta de votación actualizada
- c) Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.
- d) Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiere estudiado.

PAR.—El empleador podrá establecer en el reglamento, además de los

documentos mencionados, todos aquellos que considere necesarios para admitir o no admitir al aspirante sin embargo, tales exigencias no deben incluir documentos, certificaciones o datos prohibidos expresamente por las normas jurídicas.

Período de prueba

Artículo 3º

La empresa una vez admitido el aspirante podrá estipular con él un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar por parte de la empresa, las aptitudes del trabajador y por parte de este, las conveniencias de las condiciones de trabajo

Artículo 4º

El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo

Artículo 5º

El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a 1 año, el período de prueba no podrá ser superior a la quinta parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos meses.

Artículo 6º

Durante el período de prueba, el contrato puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento y sin previo aviso, pero si expirado el período de prueba y el trabajador continuare al servicio del empleador, con consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho, los servicios prestados por aquel a este, se considerarán regulados por las normas del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba. Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones.

CAPÍTULO TERCERO

Horario de trabajo

Artículo 7º

Las horas de entrada y salida de los trabajadores son las que a continuación se expresan así:

Lunes a viernes

Mañana: 8:00 a.m. a 12:00 m.

Hora de almuerzo: 12:00 m. a 1:00 p.m.

Tarde: 1:00 p.m. a 5:00 p.m.

CAPÍTULO CUARTO

Días de descanso legalmente obligatorios

Artículo 8º

Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

1. Todo trabajador, tiene derecho al descanso remunerado en los días de fiesta de carácter civil o religioso.

Vacaciones remuneradas

Artículo 9º

Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Artículo 10º

La época de vacaciones debe ser señalada por la empresa a más tardar dentro del año subsiguiente y ellas deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso.

El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con 15 días de anticipación la fecha en que le concederán las vacaciones

Artículo 11º

Si se presenta interrupción justificada en el disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho a reanudarlas.

Artículo 12º

Durante el período de vacaciones el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de las vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras. Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan.

Permisos

Artículo 13º

La empresa concederá a sus trabajadores los permisos necesarios para el ejercicio del derecho al sufragio y para el desempeño de cargos oficiales transitorios de forzosa aceptación, en caso de grave calamidad doméstica debidamente comprobada, para concurrir en su caso al servicio médico correspondiente, para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización y para asistir al entierro de sus compañeros, siempre que avisen con la debida oportunidad a la empresa y a sus representantes y que en los dos últimos casos, el número de los que se ausenten no sea tal, que perjudiquen el funcionamiento del establecimiento.

CAPÍTULO QUINTO

Prescripciones de orden

Artículo 14º

Los trabajadores tienen como deberes los siguientes:

- a)** Respeto y subordinación a los superiores.
- b)** Respeto a sus compañeros de trabajo.
- c)** Procurar completa armonía con sus superiores y compañeros de trabajo en las relaciones personales y en la ejecución de labores.
- d)** Guardar buena conducta en todo sentido y obrar con espíritu de leal colaboración en el orden moral y disciplina general de la empresa.
- e)** Ejecutar los trabajos que le confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
- f)** Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
- g)** Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo, con su verdadera intención que es en todo caso la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
- h)** Observar rigurosamente las medidas y precauciones que le indique su respectivo jefe para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.
- i)** Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar en donde debe desempeñar las labores siendo prohibido salvo orden superior, pasar al puesto de trabajo de otros compañeros.

CAPÍTULO SEXTO

Obligaciones especiales para la empresa y los trabajadores

Artículo 15º

Son obligaciones especiales del empleador:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario, los instrumentos adecuados y las materias necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores locales apropiados y elementos adecuados de protección contra accidentes y enfermedades profesionales en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar de inmediato los primeros auxilios en caso de accidentes o enfermedad. Para este efecto, el establecimiento mantendrá lo necesario según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador y sus creencias y sentimientos.

Artículo 16º

Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor en los términos estipulados; observar los preceptos de este reglamento, acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de manera particular le imparta la empresa o sus representantes según el orden jerárquico establecido.
2. No comunicar a terceros salvo autorización expresa las informaciones que sean de naturaleza reservada y cuya divulgación

pueda ocasionar perjuicios a la empresa, lo que no obsta (desaprueba) para denunciar delitos comunes o violaciones del contrato o de las normas legales de trabajo ante las autoridades competentes.

3. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
4. Prestar la colaboración posible en caso de siniestro o riesgo inminentes que afecten o amenacen las personas o las cosas de la empresa.

Artículo 17º

Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la empresa o establecimiento los útiles de trabajo, los equipos informáticos sin permiso de la empresa.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcótico o de drogas enervantes.
3. Conservar armas de cualquier clase en el sitio de trabajo a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores (guardianes).
4. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales deben abandonar el lugar de trabajo.
5. Usar los útiles o herramientas suministradas por la empresa en objetivos distintos del trabajo contratado.

CAPÍTULO SÉPTIMO

Vigencia

Artículo 18º

El presente reglamento entrará a regir 8 días después de su publicación hecha en la forma prescrita de este reglamento

CAPÍTULO OCTAVO

Disposiciones finales

Artículo 19º

Desde la fecha que entra en vigencia este reglamento, no habrá cambios que sean perjudiciales hacia la empresa.

CAPÍTULO NOVENO

Mecanismos de prevención del abuso laboral y procedimiento interno de solución

Artículo 20º

Los mecanismos de prevención de las conductas de acoso laboral previstos por la empresa constituyen actividades tendientes a generar una conciencia colectiva convivente, que promueva el trabajo en condiciones dignas y justas, la armonía entre quienes comparten vida laboral empresarial y el buen ambiente en la empresa y proteja la intimidad, la honra, la salud mental y la libertad de las personas en el trabajo.

CIUDAD

DIRECCIÓN

DEPARTAMENTO

.....

.....

.....

FECHA

.....

FIRMA Y SELLO

.....

4.5.9.3 CÓDIGO DE ÉTICA

a. Respeto.

Poner especial cuidado en no ofender o herir la susceptibilidad de las personas que asisten a mi lugar de trabajo, entre ellos, compañeros de trabajo y posibles clientes.

b. Responsabilidad.

Cumpliré con cada una de las tareas a mi cargo, en mi trabajo, desarrollándolas de la mejor manera posible y con las respuestas más adecuadas a cada problema presentado.

c. Amabilidad.

Ofrecer una conducta afable y educada con las personas que estarán a mí alrededor, y sobre todo en mi lugar de trabajo.

d. Cooperación.

Promover una adecuada relación de trabajo en común en la que participemos en un ambiente de ayuda mutua, usando métodos que ayuden a promover el trabajo en equipo.

e. Justicia.

Estableceré normas y reglas que establezcan el marco adecuado para las relaciones entre personas e instituciones, señalando acciones que permitan acciones específicas en la interacción adecuada.

f. Honestidad.

Reconocer lo que es apropiado y está bien para nuestro propio papel, el de la conducta y las relaciones que se establecen dentro y fuera del ambiente laboral; así como admitir cuando se está equivocado en determinadas situaciones.

g. Tolerancia.

Mediante el entendimiento y una mentalidad abierta, aceptándola y acomodándola de manera genuina se permite la

coexistencia pacífica, y con esto se reconoce la individualidad dentro de los ambientes en los que nos estemos desarrollando.

h. Compromiso.

Ofrecer al máximo nuestras capacidades para sacar adelante todo aquello que se nos ha confiado. Conociendo las condiciones que se estarán aceptando y con ello las obligaciones que estas conlleven.

i. Confianza.

Crear una esperanza firme en nuestros clientes que nos permita establecer una relación de mejor credibilidad en la elaboración de trabajos a realizar.

j. Disponibilidad.

Establecer horarios flexibles para nuestros clientes y compañeros de trabajo, permitiendo poder atender la mayoría de problemas presentados en este horario.

4.6 ASPECTOS LEGALES

La empresa para comenzar a operar necesita obtener ciertos permisos y registros, que a continuación se detallan:

4.6.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

4.6.1.1 Requisitos para la obtención del RUC

- a)** Original y copia de la cédula de identidad de ciudadanía.
- b)** Original y copia a color del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- c)** Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- d)** Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos: agua, luz, teléfono, TV por cable, telefonía celular, estados de cuenta o impuestos prediales a nombre del contribuyente

4.6.2 Patente Municipal

Para obtener la patente municipal se la tramita en el Departamento de Rentas de la Municipalidad de Ibarra. El valor de la patente para este tipo de empresas, tasas para el cuerpo de Bomberos y 50 por timbres municipales. El valor de la patente cambiará año tras año.

4.6.2.1 Requisitos para la obtención de la Patente

- a) Estar la empresa en funcionamiento.
- b) Copia de la cédula de ciudadanía del propietario.
- c) Copia del RUC.
- d) Nombre del propietario del inmueble donde funcionará la empresa (en caso de ser arrendado).
- e) Inspección de un funcionamiento municipal.
- f) Pago del valor de la patente.

4.6.3 Inscripción en la Cámara de Comercio

4.6.3.1 Requisitos para la Cámara de Comercio

- a) Copia del RUC.
- b) Copia de la cédula de ciudadanía.
- c) Certificado de honorabilidad.
- d) Declaración jurada del capital invertido.
- e) Tres fotografías tamaño carnet.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. INVERSIÓN DEL PROYECTO

De acuerdo al estudio realizado, el proyecto tendrá una inversión programada de \$ 13735.14 distribuida en los siguientes rubros:

5.1.1. INVERSIÓN TOTAL

Tabla N. 29: Cuadro de Inversión Total
TOTAL INVERSIÓN

INVERSIONES FIJAS	8825,75
CAPITAL DE TRABAJO	4909,39
TOTAL INVERSIÓN	13735,14

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

5.1.1.1. INVERSIÓN FIJA

Este rubro se agrupa en bienes tangible, diferenciación que va a facilitar el costeo del proyecto en su fase operativa. La estimación de la inversión se basa en cotizaciones, y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir la base para iniciar el servicio para el mercado seleccionado; es decir, que son perceptibles por los sentidos humanos, o sea materiales y por lo tanto, financieramente depreciables.

5.1.1.2. MUEBLES DE OFICINA

El costo de los muebles de oficina necesaria para que la empresa este en marcha en el que a continuación se detalla:

Tabla N. 30: Muebles de Oficina

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES DE OFICINA			
1	Escritorio esquinero	250.00	250.00
2	Escritorios sencillos	180.00	360.00
2	Sillas giratorias	80.00	160.00
5	Sillas con forro de cuero negro	20.00	100.00
1	Sillón	190.00	190.00
4	Archivadores	150.00	600.00
TOTAL		\$	1660.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

5.1.1.3. EQUIPO DE OFICINA

El Equipo de Oficina básico para la empresa es la siguiente:

Tabla N. 31: Equipo de Oficina

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPO DE OFICINA			
3	Grampadora	4.75	14.25
3	Perforadora	4.00	12.00
3	Tijera	1.50	4.50
3	Papelera	5.00	15.00
1	Teléfono - Fax Panasonic KX-FP205	190.00	190.00
TOTAL		\$	235.75

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

5.1.1.4. EQUIPO DE CÓMPUTO

El Equipo de Cómputo necesario para dar inicio a las actividades dentro de la empresa son las que a continuación detallo:

Tabla N. 32: Equipo de Cómputo

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
5	Reposición-Computadoras Intel Core i3 al cuarto año	700.00	3500.00
5	Computadoras Intel Core i3	650.00	3250.00
2	Impresoras Laser - Samsung	90.00	180.00
TOTAL		\$	6930.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

Tabla N. 33: Cuadro de Inversión Fija

Inversión	Valor en USD \$
Muebles de Oficina	1660.00
Equipo de Oficina	235.75
Equipo de Cómputo	6930.00
TOTAL	8825.75

Fuente:

Investigación directa

Elaborado: La autora

5.1.1.5. CAPITAL DE TRABAJO

Las inversiones en Capital de Trabajo son aquellas consideradas recursos que requieren el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios, para su normal desenvolvimiento, es decir para cubrir las necesidades básicas.

Tabla N. 35: Capital de Trabajo

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL
ADMINISTRATIVOS			
1	Gerente	500,00	500,00
1	Contadora - Financiera	400,00	400,00
2	Diseñadores, Equipos Informáticos	400,00	800,00
1	Asistencia técnica	300,00	300,00
TOTAL		\$	2000,00

VENTAS			
1	Adecuaciones	1000,00	1000,00
1	Gasto publicidad	500,00	500,00
1	Arriendo del local	250,00	250,00
	Compra de Hosting ilimitado	727,89	727,89
1	Gasto constitución Franquicia(300 franquicia.)	300,00	300,00
1	Patente Municipal	80,50	80,50
TOTAL		\$	2858,39
SERVICIOS GENERALES			
	Energía Eléctrica	15,00	15,00
	Agua Potable	6,00	6,00
	Teléfono	30,00	30,00
TOTAL		\$	51,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			4909,39

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

5.2. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

Para el cálculo del costo de oportunidad se tomará en cuenta que un 40% es Inversión Propia, y como Financiada un 60%

Tabla N. 36: Cálculo del costo de oportunidad

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DE COMPOSICIÓN	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	5494.056	40	7%	280%
Inversión Financiada	8241.084	60	11%	660%
INVERSION TOTAL	13735.14			940%
			CK	0.094

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

5.2.1. TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

DATOS:

CK= 0.094

In= 0.0317

FÓRMULA:

TRM: = (1+ CK) (1+ IN) - 1

CK = Costo de Oportunidad o costo de capital

In = Inflación

T.R.M= =(1+0.094)*(1+0.0317)-1

T.R.M= 0.13

T.R.M= 13%

5.2.2. VALOR PRESENTE DE UNA DEUDA

El préstamo será otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), a una tasa de interés del 11% a 5 años, los pagos son mensuales.

DATOS

VF= 8241.084

VP= ?

i= 2.20% =11%

n= 60 5*12

FORMULA

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

PAGO TOTAL 10750.87

2. Cuadro de Pagos Financieros

VF= 8241.084

VP= ?

i=
n=

0.92% =11%/12
60 5*12

TABLA N. 37: TABLA DE PAGOS FINANCIEROS

Nº pagos (n)	Valor presente	Intereses	Pago Principal	Saldo insoluto
				8241.084
1	179.18	75.54	103.64	8137.45
2	179.18	74.59	104.59	8032.86
3	179.18	73.63	105.55	7927.31
4	179.18	72.67	106.51	7820.80
5	179.18	71.69	107.49	7713.31
6	179.18	70.71	108.48	7604.83
7	179.18	69.71	109.47	7495.36
8	179.18	68.71	110.47	7384.89
9	179.18	67.69	111.49	7273.40
10	179.18	66.67	112.51	7160.89
11	179.18	65.64	113.54	7047.35
12	179.18	64.60	114.58	6932.77
13	179.18	63.55	115.63	6817.14
14	179.18	62.49	116.69	6700.45
15	179.18	61.42	117.76	6582.69
16	179.18	60.34	118.84	6463.85
17	179.18	59.25	119.93	6343.92
18	179.18	58.15	121.03	6222.89
19	179.18	57.04	122.14	6100.76
20	179.18	55.92	123.26	5977.50
21	179.18	54.79	124.39	5853.11
22	179.18	53.65	125.53	5727.58
23	179.18	52.50	126.68	5600.90
24	179.18	51.34	127.84	5473.07
25	179.18	50.17	129.01	5344.05
26	179.18	48.99	130.19	5213.86
27	179.18	47.79	131.39	5082.47
28	179.18	46.59	132.59	4949.88
29	179.18	45.37	133.81	4816.07
30	179.18	44.15	135.03	4681.04
31	179.18	42.91	136.27	4544.77
32	179.18	41.66	137.52	4407.25
33	179.18	40.40	138.78	4268.47
34	179.18	39.13	140.05	4128.41
35	179.18	37.84	141.34	3987.08
36	179.18	36.55	142.63	3844.44
37	179.18	35.24	143.94	3700.50
38	179.18	33.92	145.26	3555.24
39	179.18	32.59	146.59	3408.65
40	179.18	31.25	147.94	3260.72
41	179.18	29.89	149.29	3111.42
42	179.18	28.52	150.66	2960.76
43	179.18	27.14	152.04	2808.72
44	179.18	25.75	153.43	2655.29
45	179.18	24.34	154.84	2500.45
46	179.18	22.92	156.26	2344.19

47	179.18	21.49	157.69	2186.49
48	179.18	20.04	159.14	2027.36
49	179.18	18.58	160.60	1866.76
50	179.18	17.11	162.07	1704.69
51	179.18	15.63	163.55	1541.14
52	179.18	14.13	165.05	1376.08
53	179.18	12.61	166.57	1209.51
54	179.18	11.09	168.09	1041.42
55	179.18	9.55	169.63	871.79
56	179.18	7.99	171.19	700.60
57	179.18	6.42	172.76	527.84
58	179.18	4.84	174.34	353.49
59	179.18	3.24	175.94	177.55
60	179.18	1.63	177.55	0.00
SUMAN	10750.87	2509.78	8241.08	

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La autora

PAGO DEL PRINCIPAL

Saldo principal para 1 año	1308.31
Saldo principal para 2 año	1459.71
Saldo principal para 3 año	1628.62
Saldo principal para 4 año	1817.09
Saldo principal para 5 año	2027.36

GASTO INTERÉS

Interés para 1 año	841.86
Interés para 2 año	690.47
Interés para 3 año	521.55
Interés para 4 año	333.09
Interés para 5 año	122.82

8.1.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

8.1.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos se establecerá acorde al estudio de mercado realizado anteriormente, donde se procedió a extraer la demanda insatisfecha, a la cual se desea satisfacer las necesidades de los consumidores.

Los datos que a continuación se muestran son el resultado de la multiplicación de la demanda insatisfecha por el precio de venta proyectado.

a) PRECIOS DE PLANES DE HOSTING

Tabla N. 38: PLANES HOSTING

PRECIO AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
29	29.92	31.85	34.97	39.62	46.31
39	40.24	42.83	47.03	53.28	62.28
59	60.87	64.79	71.15	80.61	94.22
79	81.50	86.75	95.27	107.93	126.16
99	102.14	108.72	119.39	135.26	158.10
139	143.41	152.64	167.62	189.91	221.98
199	205.31	218.53	239.98	271.89	317.80

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

b) PRECIOS DE DISEÑOS WEB

Tabla N. 39: DISEÑOS DE SITIOS WEB

		PRECIO AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DISEÑOS DE SITIOS WEB	5 PÁGINAS	60	61.90	65.89	72.36	81.98	95.82
	10 PÁGINAS	100	103.17	109.81	120.59	136.63	159.70
	15 PÁGINAS	150	154.76	164.72	180.89	204.94	239.55
	20 PÁGINAS	180	185.71	197.67	217.07	245.93	287.46
	30 PÁGINAS	240	247.61	263.56	289.42	327.90	383.28

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

a.1 Tabla N. 40: INGRESOS PLANES DE HOSTING

		DEMANDA INSATISFECHA															
		2011			2012			2013			2014			2015			
		501			513			527			540			553			
	PRECIO AÑO 0	CRITERIO PROFESIONAL %	PRECIO PROYECTADO AÑO 1	VALOR AÑO 1	CRITERIO PROFESIONAL %	PRECIO PROYECTADO AÑO 2	VALOR AÑO 2	CRITERIO PROFESIONAL %	PRECIO PROYECTADO AÑO 3	VALOR AÑO 3	CRITERIO PROFESIONAL %	PRECIO PROYECTADO AÑO 4	VALOR AÑO 4	CRITERIO PROFESIONAL %	PRECIO PROYECTADO AÑO 5	VALOR AÑO 5	
PLANES DE HOSTING	2GB	29	70	29.92	2098.54	77	31.85	2450.57	79	34.97	2764.52	81	39.62	3209.35	83	46.31	3841.63
	3GB	39	190	40.24	7660.19	185	42.83	7909.42	190	47.03	8922.74	194	53.28	10358.46	199	62.28	12399.20
	5GB	59	176	60.87	10704.10	175	64.79	11334.02	180	71.15	12786.09	184	80.61	14843.44	189	94.22	17767.77
	8GB	79	60	81.50	4900.04	72	86.75	6230.64	74	95.27	7028.88	76	107.93	8159.87	77	126.16	9767.46
	15GB	99	2	102.14	204.69	2	108.72	223.09	2	119.39	251.67	2	135.26	292.16	2	158.10	349.72
	20GB	139	1	143.41	186.80	1	152.64	203.59	1	167.62	229.68	1	189.91	266.63	1	221.98	319.16
	30GB	199	1	205.31	154.29	1	218.53	168.16	1	239.98	189.70	1	271.89	220.23	1	317.80	263.62
TOTALES					25908.64			28519.50			32173.28			37350.14			44708.57
			501		513			527			540			553			

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

b.1 Tabla N. 41: INGRESOS DISEÑOS WEB

		DEMANDA INSATISFECHA															
		2011			2012			2013			2014			2015			
		501			513			527			540			553			
		PRE CIO AÑO 0	CRITERI O PROFES IONAL %	PRECIO PROYEC TADO AÑO 1	VALOR AÑO 1	CRITE RIO PROF ESION AL %	PRECIO PROYE CTADO AÑO 2	VALOR AÑO 2	CRITE RIO PROF ESION AL %	PRECIO PROYE CTADO AÑO 3	VALOR AÑO 3	CRIT ERIO PROF ESIO NAL %	PRECIO PROYE CTADO AÑO 4	VALOR AÑO 4	CRITE RIO PROFE SIONA L %	PRECIO PROYE CTADO AÑO 5	VALOR AÑO 5
DISEÑOS DE SITIOS WEB	5 PÁGINA S	60	175	61.90	10854.52	128	65.89	8450.24	132	72.36	9532.84	135	81.98	11066.73	138	95.82	13247.01
	10PÁGIN AS	100	175	103.17	18090.86	231	109.81	25407.05	238	120.59	28662.08	244	136.63	33273.97	249	159.70	39829.34
	15 PÁGINA S	150	88	154.76	13645.68	90	164.72	14787.92	92	180.89	16682.48	95	204.94	19366.78	97	239.55	23182.27
	20 PÁGINA S	180	60	185.71	11164.64	62	197.67	12168.34	63	217.07	13727.29	65	245.93	15936.09	66	287.46	19075.69
	30 PÁGINA S	240	2	247.61	496.21	2	263.56	540.82	2	289.42	610.10	2	327.90	708.27	2	383.28	847.81
	TOTALE S			501		54251.90	513		61354.36	527		69214.80	540		80351.84	553	
TOTAL INGRESOS DE PLANES DE HOSTING Y CREACIONES WEB					80160.55			89873.85			101388.08			117701.98			140890.69

Fuente: Investigación directa
Elaborado: La autora

➤ ANÁLISIS

Para conocer los ingresos, se determino el costo de cada uno de los servicios a ofrecerse, se lo multiplico por la demanda insatisfecha, obteniendo así el ingreso anual que tendrá la empresa, con la suma de cada valor obtenido como ingreso de los servicios obtenemos un total ingreso de planes de hosting y creaciones web.

8.1.3.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Los Gastos incurridos para las actividades de la Empresa Distribuidora de Hosting y Creaciones de Sitios Web se muestran a continuación. Los cuales se proyectará en base a la Inflación que según el Banco Central del Ecuador para Enero del 2011 es del 3.17%.

a) GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los Gastos Administrativos son todos los ocasionados en la administración de la empresa, entre los cuales tenemos:

Tabla N. 42: Gastos Administrativos

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL ANUAL
ADMINISTRATIVOS				
1	Gerente	500.00	500.00	6000.00
1	Contadora Financiera	400.00	400.00	4800.00
2	Diseñadores, Equipos Informáticos	400.00	800.00	9600.00
1	Asistencia técnica	300.00	300.00	3600.00
TOTAL			\$ 2000.00	24000.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS

Inflación:0.0317

Tabla N. 43: Gatos Administrativos Proyectados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Administrativos					
Gerente	6000.00	6190.20	6386.43	6588.88	6797.75
Contadora Financiera	4800.00	4952.16	5109.14	5271.10	5438.20
Diseñadores, Equipos Informáticos	9600.00	9904.32	10218.29	10542.21	10876.39
Asistencia técnica	3600.00	3714.12	3831.86	3953.33	4078.65
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	24000.00	24760.80	25545.72	26355.52	27190.99

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ **ANÁLISIS**

Se detalló tabla de gastos administrativos proyectados para los cinco años futuros a incurrir, tomando en cuenta la inflación de 3.17%.

➤ **DEPRECIACIONES**

Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la absorción, para compensar ese tipo de pérdida contable se utiliza la depreciación, en este caso se aplicará vigentes en el Reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Tabla N. 44: Depreciaciones

CUENTAS	VALOR USD	VIDA UTIL - AÑOS	% DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles de Oficina	1660.00	10	10%	166.00
Equipo de Oficina	235.75	10	10%	23.58
Equipo Informático	3430.00	3	33%	1131.90
Reposición-Equipo Informático al cuarto año	3500.00	3	33%	1155.00
TOTAL	8825.75			2476.48

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ **ANÁLISIS**

Como se puede observar que va existir una reposición de equipo informático para el cuarto año lo que se convierte en inversión para la empresa.

b) GASTOS DE VENTAS

Los Gastos de Venta son los que se realizan para dar a conocer los servicios que se van a dar por parte de la Empresa, y son los siguientes:

Tabla N. 45: Gastos de Venta

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL ANUAL
VENTAS				
1	Adecuaciones	1000.00	1000.00	1000.00
1	Gasto publicidad	500.00	500.00	500.00
1	Arriendo del local	250.00	250.00	3000.00
	Compra de Hosting ilimitado	727.89	727.89	727.89
1	Gasto constitución Franquicia	300.00	300.00	300.00
1	Patente Municipal	80.50	80.50	80.50
TOTAL		\$	2858.39	5608.39

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ **GASTOS VENTAS PROYECTADOS**

Inflación:0.0317

Tabla N. 46: Gastos de Venta

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Venta					
Adecuaciones	1000.00	1031.70	1064.40	1098.15	1132.96
Gasto publicidad	500.00	515.85	532.20	549.07	566.48
Arriendo del local	3000.00	3095.10	3193.21	3294.44	3398.87
Compra de Hosting ilimitado	727.89	750.96	774.77	799.33	824.67
Gasto constitución Franquicia	300.00	309.51	319.32	329.44	339.89
Patente Municipal	80.50	83.50	85.68	88.40	91.20
TOTAL GASTOS DE VENTA	5608.39	5786.18	5969.60	6158.83	6354.07

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ **ANÁLISIS**

Se detalló tabla de gastos de ventas proyectados para los cinco años futuros a incurrir, tomando en cuenta la inflación de 3.17%.

c) SERVICIOS GENERALES

Son servicios ocasionados por concepto de servicios básicos: los cuales son necesarios para que el ente se encuentre en marcha, para de esa manera cumplir con las expectativas de los clientes.

Tabla N.47: Servicios Generales

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SERVICIOS GENERALES			
	Energía Eléctrica	15.00	15.00
	Agua Potable	6.00	6.00
	Teléfono	30.00	30.00
TOTAL		\$	51.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ **GASTOS GENERALES PROYECTADOS**

Inflación:0.0317

Tabla N. 48: Servicios Generales Proyectos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIOS GENERALES					
Energía Eléctrica	180.00	185.71	191.59	197.67	203.93
Agua Potable	72.00	74.28	76.64	79.07	81.57
Teléfono	360.00	371.41	383.19	395.33	407.86
TOTAL GASTOS GENERALES	612.00	11418.63	11780.60	12154.04	12539.33

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ **ANÁLISIS**

Se detalló tabla de gastos de servicios generales para los cinco años futuros a incurrir, tomando en cuenta la inflación de 3.17%.

Tabla N.49: TOTAL GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrativos	24000,00	24760,80	25545,72	26355,52	27190,99
Ventas	5608,39	5786,18	5969,60	6158,83	6354,07
Generales	612,00	12203,75	12590,61	12989,73	13401,51
DEPRECIACIONES					
Muebles de Oficina	166,00	166,00	166,00	166,00	166,00
Equipo de Oficina	23,58	23,58	23,58	23,58	23,58
Equipo Informático	1131,90	1131,90	1131,90	1155,00	1155,00
TOTAL DEPRECIACIONES	1321,48	1321,48	1321,48	1344,58	1344,58
TOTAL GASTOS USD	31541,87	44072,20	45427,40	46848,66	48291,14

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

8.1.3.3 ESTADOS FINANCIEROS INICIAL Y PROYECTADOS

a) ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El balance general inicial muestra la posición financiera con la cual empezará la empresa MEGAhosting.

MEGAhosting ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES		\$ 4.909,39
Caja-Bancos	4909,39	
ACTIVOS FIJOS		\$ 8.825,75
Muebles de Oficina	\$ 1.660,00	
Equipo de Oficina	\$ 235,75	
Equipo Informático	\$ 6.930,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 13.735,14

PASIVOS

Préstamo Bancario	\$ 8.241,08	
TOTAL PASIVO		\$ 8.241,08

PATRIMONIO

Aporte de Capital	\$ 5.494,06	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 5.494,06

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 13.735,14
----------------------------------	--	---------------------

b) ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO

El Estado de Resultados se proyecta para cinco años, mediante el cual se observará la utilidad que va a generando la empresa MEGAhosting.

MEGAhosting

ESTADO DE INGRESOS Y EGRESOS CON FINANCIAMIENTO

Tabla N. 50: Estado de Resultados con Financiamiento

DETALLE	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
Ventas Proyectadas HOSTING	25908,64	28519,50	32173,28	37350,14	44708,57
Ventas Proyectadas DISEÑO WEB	54251,90	61354,36	69214,80	80351,84	96182,12
-Costo Proyectados					
= Utilidad Bruta proyectada	80160,55	89873,85	101388,08	117701,98	140890,69
-Gastos Proyectados					
Gastos Administrativos	24000,00	24760,80	25545,72	26355,52	27190,99
Gastos Ventas	5608,39	5786,18	5969,60	6158,83	6354,07
Servicios Generales	612,00	12203,75	12590,61	12989,73	13401,51
Depreciaciones	1321,48	1321,48	1321,48	1344,58	1344,58
Imprevistos 5%	1295,43	1425,97	1608,66	1867,51	2235,43
TOTAL GASTOS	32837,30	45498,18	47036,07	48716,17	50526,57
=Utilidad operativa Proyectada	47323,25	44375,68	54352,02	68985,81	90364,12
- Gastos Financieros Proyectados(interés)	841,86	690,47	521,55	333,09	122,82
=UTILIDAD ANTES DEL 15%	46481,39	43685,21	53830,46	68652,73	90241,31
- Participación Trabajadores	6972,21	6552,78	8074,57	10297,91	13536,20
= Utilidad Neta Proyectada	39509,18	37132,43	45755,90	58354,82	76705,11

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

c) FLUJO DE CAJA

Con el Flujo de Caja se muestra el movimiento efectivo que realiza la empresa en un determinado tiempo, es decir que se podrá determinar cuál es la necesidad ligaciones de efectivo para cubrir todas y cada una de las obligaciones que tiene la empresa, el flujo de caja financiero que se presenta a continuación está proyectado para cinco años.

MEGAhosting FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla N. 51: Flujo de Caja

DETALLE	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. FLUJOS DE INGRESOS						
Ingresos Proyectados Hosting		25908,64	28519,50	32173,28	37350,14	44708,57
Ingresos Proyectados Diseño Web		54251,90	61354,36	69214,80	80351,84	96182,12
TOTAL INGRESOS		80160,55	89873,85	101388,08	117701,98	140890,69
B.FLUJOS DE COSTOS						
inversión (fija)	8825,75					
Inversión en capital de trabajo	4909,39					
Gastos Administrativos		24000,00	24760,80	25545,72	26355,52	27190,99
Gastos Ventas		5608,39	5786,18	5969,60	6158,83	6354,07
Servicios Generales		612,00	12203,75	12590,61	12989,73	13401,51
Depreciaciones		1321,48	1321,48	1321,48	1344,58	1344,58
Imprevistos 5%		1295,43	1425,97	1608,66	1867,51	2235,43
Gasto Financieros Proyectados(interés)		841,86	690,47	521,55	333,09	122,82
TOTAL COSTOS	13735,14	33679,16	46188,64	47557,62	49049,25	50649,38
C.FLUJO ECONOMICO(A-B)	-13735,14					
MENOS:						
Pago del Principal		1308,31	1459,71	1628,62	1817,09	2027,36
Participación a Trabajadores		6972,21	6552,78	8074,57	10297,91	13536,20
FLUJO NETO	-13735,14	38200,87	35672,72	44127,27	56537,73	74677,75

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

8.1.3.4 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

a) VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este indicador muestra el monto de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión. La tasa de rendimiento medio es de 13%, VAN para los 5 años proyectados será igual a

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

Donde:

I= Inversión Inicial

EE= Estados de Flujo

r= Tasa de Redescuento

n= Año Proyectado

DATOS:

TRM 0,13
Inversión 13735,14

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS
AÑO 1	38200,87	33806,08
AÑO 2	35672,72	27936,97
AÑO 3	44127,27	30582,41
AÑO 4	56537,73	34675,65
AÑO 5	74677,75	40532,09
		167533,2051

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

$$VAN = -13735.14 + \frac{38200.87}{(1 + 0.13)^1} + \frac{35672.72}{(1 + 0.13)^2} + \frac{44127.27}{(1 + 0.13)^3} + \frac{56537.73}{(1 + 0.13)^4} + \frac{74677.75}{(1 + 0.13)^5}$$

$$VAN = -13735.14 + 33806.08 + 27936.97 + 30582.41 + 34675.65 + 40532.09$$

$$VAN = -13735.14 + 167533.21$$

$$VAN = 153798.07$$

ANÁLISIS

Se puede observar que la suma de los Flujos de Efectivo Financiero Actualizados es de 167533.21 lo que es superior al valor total de la inversión que es de 13735.4, lo que significa que se logrará cubrir el total de la inversión y a su vez generará una rentabilidad al proyecto en el transcurso de los 5 años proyectados manejado con un Costo de Capital del 13%, lo que significa viabilidad del Proyecto.

b) TASA INTERNA DEL RETORNO (T. I. R)

La Tasa Interna de Retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con lo cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

Para calcular el TIR vamos a utilizar una tasa de descuento arbitraria para obtener un VAN positivo y un VAN negativo, los cuales serán comparados, resultado del cual se obtendrá el rendimiento o no de la empresa. Aplicando la siguiente fórmula

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left(\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right)$$

Donde:

Ti= Tasa inferior de redescuento

TS= Tasa superior de redescuento

VAN Ti= Van negativo

VAN Ts= Van positivo

TASA INFERIOR

TRM 2,79

Inversión 13735,14

TASA SUPERIOR

TRM 2,8

Inversión 13735,14

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS
AÑO 1	38200,87	10079,38
AÑO 2	35672,72	2483,46
AÑO 3	44127,27	810,57
AÑO 4	56537,73	274,02
AÑO 5	74677,75	95,50
		13742,93

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS
AÑO 1	38200,87	10052,86
AÑO 2	35672,72	2470,41
AÑO 3	44127,27	804,19
AÑO 4	56537,73	271,15
AÑO 5	74677,75	94,25
		13692,85

Fuente: Investigación directa directa

Elaborado: La autora

Fuente: Investigación

Elaborado: La autora

TASA INFERIOR

$$VAN = -13735.14 + \frac{38200.87}{(1 + 2.82)^1} + \frac{35672.72}{(1 + 2.82)^2} + \frac{44127.27}{(1 + 2.82)^3} + \frac{56537.73}{(1 + 2.82)^4} + \frac{74677.75}{(1 + 2.82)^5}$$

$$VAN = -13735.14 + 10079.38 + 2483.46 + 810.57 + 274.02 + 95.50$$

$$VAN = -13725.14 + 13742.93$$

$$VAN = 7.79$$

TASA SUPERIOR

$$VAN = -13735.14 + \frac{38200.87}{(1+2.83)^1} + \frac{35672.72}{(1+2.83)^2} + \frac{44127.27}{(1+2.83)^3} + \frac{56537.73}{(1+2.83)^4} + \frac{74677.75}{(1+2.83)^5}$$

$$VAN = -13735.14 + 10052.86 + 2470.41 + 804.19 + 271.15 + 94.25$$

$$VAN = -13725.14 + 13692.85$$

$$VAN = -42.29$$

Una vez obtenido el VAN positivo y negativo, se calcula la TIR, mediante la fórmula explicada anteriormente:

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

$$TIR = 2.79 + (2.80 - 2.79) \left[\frac{7.79}{7.79 - (-42.29)} \right]$$

$$TIR = 2.79 + (0.01) \left[\frac{7.79}{50.08} \right]$$

$$TIR = 2.79 + (0.01)[0.155551118]$$

$$TIR = 2.791556201$$

$$TIR = 279.155\%$$

$$TIR = 279\%$$

De acuerdo con esta tasa, siendo superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento del 279%, el proyecto se considera factible, debido a que ésta tasa permite igualar a la sumatoria actualizada de los flujos de efectivo con la inversión inicial. Al ser el TIR superior a la tasa de descuento se concluye que es un proyecto atractivo y aceptable ya que permitirá recuperar la inversión.

c) **BENEFICIO COSTO**

Es la relación que refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos. De acuerdo al siguiente criterio de evaluación:

RCB > 1 Significa que el valor actualizado de los ingresos es superior al valor actualizado de los egresos, por lo tanto el proyecto es atractivo.

RCB = 1 Significa que el VAN de los ingresos es igual al VAN de los egresos, por lo tanto el proyecto es indiferente.

RCB < 1 Significa que el VAN de los ingresos es menor que el VAN de los egresos, por lo que el proyecto no es atractivo.

Aplicamos la siguiente fórmula

$$Beneficio\ Costo = \frac{\sum Ingresos/(1+i)^n}{\sum Egresos/(1+i)^n}$$

$$B/C = \frac{\text{Ingresos Deflactados}}{\text{Egresos Deflactados}}$$

TABLA 55: BENEFICIO COSTO

Años	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	80160,55	33679,16	70938,54	29804,57
2	89873,85	46188,64	70384,41	36172,48
3	101388,08	47557,62	70267,03	32959,81
4	117701,98	49049,25	72188,83	30082,83
5	140890,69	50649,38	76469,82	27490,46
TOTAL	530015,15	227124,06	360248,62	156510,15

	INGRESOS DEFLACTADOS		GASTOS DEFLACTADOS
BC	360248,62	/	156510,15
BC			2,30

ANÁLISIS:

Como se observa en los cálculos anteriores el costo - beneficio es de 2.30; es decir, que de cada 1,00 dólar de inversión se recupera 2.30 dólares.

d) TASA DE RENDIMIENTO BENEFICIO COSTO

Es la relación que refleja el valor que tiene el proyecto en relación a la inversión total.

Aplicamos la siguiente fórmula

$$TRBC = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1 + i)^n}{\text{Inversión Total del Proyecto}}$$

INGRESOS DEFLACTADOS	360248.62
INVERSION TOTAL	
PROYECTO	13735.14
TRBC=	26.23

ANÁLISIS:

Significa que por cada dólar invertida en el proyecto los ingresos son 26.23 veces más, o de otra manera se invierte un dólar y se recibe en ingresos 26.23 dólares más.

e) PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta que sirve para evaluar la relación entre el volumen de ventas y la rentabilidad

Solo se debe calcular el punto de equilibrio para el año 1 porque es el único año en que se debe tener la mayor probabilidad de que los datos

proyectados tengan mejor aproximación, en el año 2,3,4,5..... no funciona.

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$P. E. = \frac{C.F.}{1-(C. V/P.V.)}$$

De donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

PV= Precio de Venta

A continuación se detalla los costos fijos, costos variables tanto del plan de hosting como del diseño web, precios de venta y el costo total.

- Los costos fijos son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa.

TABLA 56: COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	
DETALLE	AÑO 1
GASTOS ADMINISTRATIVOS	24000.00
GASTOS DE VENTA	4500.00
SERVICIOS GENERALES	612.00
DEPRECIACIONES	1321.48
TOTAL	30433.48

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

- Los costos variables son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender".

TABLA 57: COSTOS VARIABLE HOSTING

COSTO VARIABLE HOSTING	
DETALLE	AÑO 1
Compra de Hosting ilimitado	727,89
Gasto constitución Franquicia	300,00
Patente Municipal	80,50
TOTAL	1108,39

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

TABLA 58: COSTOS VARIABLE DISEÑO WEB

COSTO VARIABLE DISEÑO WEB	
DETALLE	AÑO 1
Diseño Web	9600.00
TOTAL	9600.00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

- Precio de Venta de Hosting y Diseño Web

TABLA 59: Hosting

VENTAS HOSTING	
DETALLE	AÑO 1
Hosting	25908.64
TOTAL	25908.64

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

TABLA 60: DISEÑO WEB

VENTAS DISEÑO WEB	
DETALLE	AÑO 1
Diseño Web	54251.90
TOTAL	54251.90

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

- El costo total es la suma del Costo Variable más el Costo Fijo.

TABLA 61: COSTO TOTAL

COSTO TOTAL	
DETALLE	AÑO 1
Costo Fijo	30433,48
Costo Variable	1108,39
TOTAL	31541,87

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

Una vez determinado los costos fijos, variables, ventas y el costo total, a continuación se calculan el punto de equilibrio con la fórmula que se mostró anteriormente

$$PE = \frac{30433.48}{1 - \left(\frac{1108.39}{25908.64} + \frac{9600.00}{54251.90} \right)}$$

$$PE = \frac{30433.48}{1 - (0.042780704 + 0.176952317)}$$

$$PE = \frac{30433.48}{1 - (0.219733021)}$$

$$PE = \frac{30433.48}{0.780266979}$$

$$PE = 39003.93$$

En el periodo de un año económico es necesario prestar los servicios de hosting y creaciones de sitios web con un valor de USD \$ 39003.93 para poder cubrir todos sus costos y gastos que genera la Empresa.

f) TIEMPO DE RECUPERACIÓN

El periodo de recuperación de la inversión, es un criterio mediante el cual se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

TABLA 62: TIEMPO DE RECUPERACIÓN

Inversion Total -13735,14

AÑOS	FLUJO NETO
AÑO 1	38200,87
AÑO 2	35672,72
AÑO 3	44127,27
AÑO 4	56537,73
AÑO 5	74677,75
TOTAL	249216,34

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ REGLA DE TRES

Cálculo en días:

$$\begin{array}{r} 38200.87 \quad 365 \text{ días} \\ 13735.14 \quad \times \\ \hline = 131.2395143 \text{ días} \end{array}$$

➤ Síntesis

Como se observa en los cálculos anteriores el período de recuperación de la inversión es de 4 meses, 11 días.

g) RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

Se evaluó la rentabilidad del proyecto de creación y apertura de una empresa distribuidora de Hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra. Se utilizaron varios indicadores de evaluación económica y los resultados obtenidos para un periodo de 5 años fueron los siguientes:

TABLA 63: RESUMEN EVALUACIÓN FINANCIERA

INDICADOR	RESULTADO
Valor Actual Neto (VAN)	153798.07
Tasa Interna de Retorno (TIR)	279%
Beneficio Costo	2.30
Tasa de Rendimiento Beneficio Costo	26.23
Punto de Equilibrio dólares	39003.93
Retorno de la Inversión	4 meses,11 días

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La autora

➤ ANALISIS

Por medio de la evaluación económica realizada es la que identificó los meritos propios del proyecto, independientemente de la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que necesite y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que genera, en cambio, por la evaluación financiera que se efectuó se toma en consideración la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros necesarios para el proyecto, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que genera.

Tomando en consideración estos puntos se puede decir, que los cálculos realizados anteriormente, se observa lo favorable y rentable que es poner en marcha la empresa, considerando los flujos de caja proyectados, el

proyecto presenta un valor actual neto de \$153798.07, este resultado implica que la inversión producirá beneficios mientras se mantengan las condiciones de mercado estudiadas.

Los resultados del VAN vienen a ser confirmados por los resultados obtenidos por el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, la que indica un 279%, es decir la tasa a la cual se deben actualizar los flujos para obtener un VAN=0.

La relación beneficio costo igualmente presenta un resultado positivo, mostrando que por cada dólar invertido se obtienen 2.30 dólares de liquidez.

En el periodo de un año económico es necesario prestar los servicios de hosting y creaciones de sitios web con un valor de USD \$ 39003.93 para poder cubrir todos sus costos y gastos que genera la Empresa.

Por último, se espera recuperar la inversión en 4 meses 11 días, sin embargo, debe considerarse que esta recuperación será gracias al factor del 100% de clientes potenciales que supuestamente pueden ser nuestros clientes, lo que permite reflejar indicadores financieros muy positivos y atractivos.

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

El análisis de impactos esta presentado de acuerdo con indicadores esperados de cada área, a los cuales se les ha asignado un nivel, que se indica en la siguiente tabla:

TABLA 64: INDICADORES DE IMPACTOS

3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto (impacto nulo o neutro)
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Elaborado: La autora

8.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

Este proyecto ayudará al desarrollo de los negocios de la ciudad de Ibarra y del norte del país, permitiendo su fortalecimiento en la identificación de su imagen con la comunidad y el crecimiento empresarial, como también el de las personas que desean hacer uso de este servicio. Se beneficiarán las distintas empresas y personas que hagan uso de este servicio para beneficio mutuo tanto en lo económico como en el mejoramiento de calidad y en la expansión a nuevos mercados.

TABLA 65: IMPACTO SOCIO -ECONÓMICO

INDICADORES	1	2	3	0	-1	-2	-3
1.-Generación de fuentes de empleo.		X	X				
2.- Mejoramiento de la calidad de vida de la región.			X				
3.- Bienestar comunitario.		X					
5.- Ingresos alternativos.							
TOTAL	Positivo		10				
	Negativo		0				
EFFECTO FINAL	10						
EFFECTO PROMEDIO	2						

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CÁLCULO:

$$\text{Nivel de impacto: } \frac{\text{Sumatoria de efecto final}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{10}{5} = 2$$

El impacto tiene afectación significativa porque es medio positivo.

8.2. IMPACTO EMPRESARIAL

En la actualidad la exigencia del medio en que nos desenvolvemos nos exige ser más creativos, emprendedores, tener una mejor rentabilidad, liderazgo, competitividad, productividad cada día para lograr un buen desempeño dentro del mismo y obtenerla en cualquier área o campo.

TABLA 66: IMPACTO EMPRESARIAL

INDICADORES	1	2	3	0	-1	-2	-3
1.- Creatividad		X					
2.- Emprendimiento			X				
3.- Rentabilidad y éxito			X				
4.- Liderazgo		X					
5.- Gestión	X						
6.- Competitividad		X					
7.- Productividad			X				
8.- Trabajo corporativo					X		
TOTAL	Positivo		16				
	Negativo		-1				
EFFECTO FINAL			15				
EFFECTO PROMEDIO			1.88				

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CÁLCULO:

$$\text{Nivel de impacto: } \frac{\text{Sumatoria de efecto final}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{15}{8} = 1,88$$

El impacto empresarial es medio positivo

8.3. IMPACTO COMERCIAL

Dentro del campo comercial las exigencias del mercado son muy variadas, ya que existen muchas formas de hacer conocer el producto que se quiere ofertar, es fácil saber si este tiene la aceptación requerida y va a satisfacer la demanda existente en el mercado.

TABLA 67: IMPACTO COMERCIAL

INDICADORES	1	2	3	0	-1	-2	-3
1.- Atención y servicio al cliente			X				
2.- Servicio de Post – Venta				X			
3.- Posicionamiento del producto			X				
4.- Fidelización de clientes							
5.- Canales de distribución		X					
6.- Puntos de venta	X						
TOTAL	Positivo			9			
	Negativo			0			
EFFECTO FINAL				9			
EFFECTO PROMEDIO				1.5			

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

CÁLCULO:

$$\text{Nivel de impacto: } \frac{\text{Sumatoria de efecto final}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{9}{6} = 1.5$$

El impacto comercial es medio positivo se tiene significancia en el proyecto.

8.4. IMPACTO ÉTICO

El impacto ético está relacionado directamente con la transparencia que se dé el proyecto y en el negocio que se quiere implantar, lo principal que se debe tener en cuenta en el estudio de pre factibilidad es que siempre se tiene que hablar con claridad en cuanto a precios justos, calidad certificada del servicio.

TABLA 68: IMPACTO ÉTICO

INDICADORES	1	2	3	0	-1	-2	-3
1.- Honestidad			X				
2.- Responsabilidad			X				
3.- Equidad			X				
TOTAL	Positivo			9			
	Negativo			0			
EFFECTO FINAL				9			
EFFECTO PROMEDIO				3			

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

CÁLCULO:

$$\text{Nivel de impacto: } \frac{\text{Sumatoria de efecto final}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{9}{3} = 3$$

El impacto ético es alto positivo, porque en un proyecto juega un papel importante la transparencia y la ética

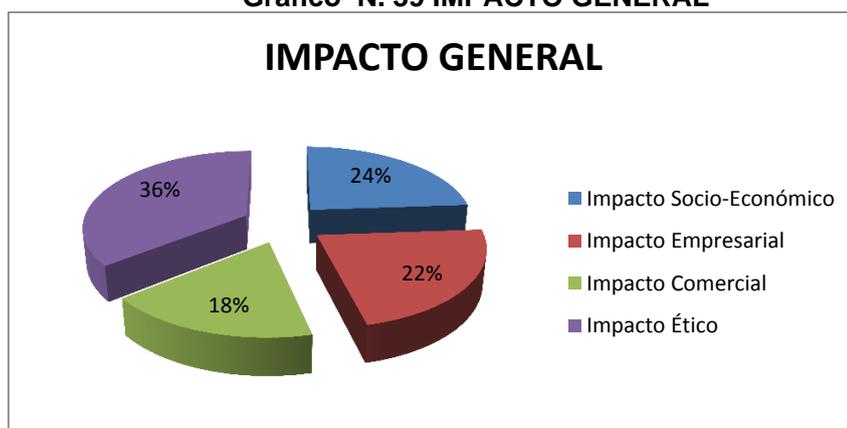
6.5. IMPACTO GENERAL

TABLA 69: IMPACTO GENERAL

INDICADOR	FRECUENCIA	%
Impacto Socio-Económico	2	23,87
Impacto Empresarial	1,88	22,43
Impacto Comercial	1,5	17,90
Impacto Ético	3	35,80
TOTAL	8,38	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Gráfico N. 39 IMPACTO GENERAL



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La autora

Con los datos obtenidos se puede establecer lo esencial de presentar el proyecto:, por que se observa el impacto positivo que tiene el mismo dentro de las sociedades de la Provincia de Imbabura, razón por la cual se hace necesario la implantación de una Empresa Distribuidora de Hosting y creaciones de sitios web.

CONCLUSIONES

Con el desarrollo del presente proyecto se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Una vez realizado el diagnóstico se establece que el proyecto cuenta con fortalezas y oportunidades para ser implantado, pero también cuenta con debilidades y se va a enfrentar a riesgos de la economía, pero de manera general existen las condiciones favorables para el desarrollo de este proyecto.
2. En el estudio de mercado realizado se deduce que el servicio que se va a ofrecer tendrá gran aceptación en el mercado debido a la actual tendencia que existe en el uso del internet en nuestro medio y un incremento en el comercio electrónico al hacerse conocer y ofrecer sus servicios los futuros clientes.
3. De acuerdo a los resultados analizados en las encuesta se pudo observar que muchas empresas no cuentan con este servicio porque en esta ciudad hay pocas empresas que lo ofertan y quienes han adquirido este servicio en otras provincias lo han hecho a precios muy elevados, lo que ha impedido acceder a estos servicios que en la actualidad son muy necesarios.
4. Como resultado de la evaluación económica y financiera se pudo determinar que la inversión propuesta desde el principio es favorable económicamente por ende no tendrá problemas económicos en las operaciones de la empresa MEGAhosting.
5. El proyecto logrará producir impactos positivos tanto en lo social-económico, empresarial, comercial y ético, generando un impacto general que permite establecer su factibilidad de ser puesta en marcha la empresa de hosting y creación de sitios web en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

RECOMENDACIONES

De acuerdo al estudio realizado se presentan las siguientes recomendaciones:

1. Tomando en cuenta que las condiciones son favorables para el proyecto, es necesario que se piense en abrir sucursales para ampliar sus servicios, dando un valor agregado a fin de que los compradores se interesen en la adquisición de estos servicios.
2. Aprovechar el mercado insatisfecho, empleando una publicidad personal de puerta en puerta (directo al cliente), en donde se logre mostrar los beneficios de este tipo de servicio, para que tenga el crecimiento debido y la madurez para lograr posicionamiento en el mercado del cantón Ibarra, provincia de Imbabura.
3. Para que este proyecto tenga éxito en esta ciudad se debe tomar en cuenta que los precios sean cómodos y accesibles con respecto a las empresas que ofrecen este tipo de servicios.
4. Realizar periódicamente controles y evaluaciones económicas y financieras con el fin de observar niveles de rendimiento organizacional y tomar decisiones que lleven a optimizar el trabajo, a fin de que se logren cumplir los indicadores económicos programados.
5. Para que se dé cumplimiento a los impactos analizados, es necesario que el proyecto logre sostenibilidad en su manejo, es decir que no se vuelva dependiente, que tenga siempre un enfoque socio- económico.

BIBLIOGRAFÍA

- ARBOLEDA GERMAN, Formulación-Evaluación y Control de Proyectos, 2001, Cuarta Edición, Editorial Cargraphics S.A. Cali. Colombia.
- AWAD, Elias M., Comercio Electrónico, Editorial Anaya, Madrid – 2007.
- BRAVO MERCEDES, Contabilidad General, 2007, Séptima Edición, Editorial Nuevo Días.
- CANTOS ENRIQUETA, Diseño y Gestión de Microempresas, 2006, Editorial CODEU, Quinto-Ecuador.
- CAVAZCOS Arroyo, Judith, Comercio Electrónico. Un enfoque de Modelos de Negocio, Editorial Continental, México, D.F. -2006.
- CISCO Systems , Academia de Networking de Cisco Systemsprácticas de laboratorio CCNA 1 y 2, Editorial Cisco Systems, Madrid - 2004
- CHILIQUNGA JARAMILLO, Órdenes de Producción, 2004, Ibarra-Ecuador.
- GARFINKEL, Simson, Seguridad y Comercio en el Web, , Editorial McGraw-Hill, México, D.F.-1999.
- GORALSKI, Walter, Tecnologías ADSL y xDSL, Editorial McGraw-Hill, Madrid - 2000.
- GOXENS M.A. Enciclopedia Práctica de la Contabilidad, 2002, Editorial Océano, España
- GÓMEZ GIOVANNY, La Contabilidad de Costos y su relación con la Empresa y la Organización, 2006, Editorial Atenea Siglo XXI, México DF.

- HANSEN, Gary W., Diseño y Administración de Bases de Datos, Editorial Prentice-Hall - Madrid 1997
- JÁCOME WALTER, Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, 2005, CUDIC Editorial Universitaria, Ibarra-Ecuador.
- KAHN, Louis, Construya su Propio Web, Editorial McGraw-Hill, Madrid- 1997
- KORTH, Henry F, Fundamentos de Bases de Datos, Editorial McGraw-Hill, México, D.F.- 1993.
- MCCLELLAND, Deke, Diseño de páginas Web, Editorial Anaya, Madrid – 2001.
- OTTO AYALA, Contabilidad Básica, 2000, Editorial Casa de la Cultura, Ibarra-Ecuador.
- POLIMENI RALPH, Contabilidad de Costos- Conceptos y Aplicaciones para la Toma de Decisiones Gerenciales, 2003, Tercera Edición, Editorial McGraw-Hill, Bogotá Colombia.
- REASCOS, Irving M., Metodología para la Implementación de Intranets. Aplicación intranet FICA, Ibarra - Ecuador, 2001.
- REINOSO VÍCTOR, El Proceso Administrativo y su Aplicación en las Empresas, 1986, Tercera Edición, Editorial Pedagógica Freire, Riobamba-Ecuador.
- SOTO ROGELIO, Pequeña Empresa- El Manual más Completo para el Empresario Moderno, 2002, Primera Edición, Perú.
- URBINA GABRIEL, Evaluación de Proyectos, 2001, Cuarta Edición, Editorial McGraw Hill, MéxicoDF.
- URBINA GABRIEL, Evaluación de Proyectos, 2006, Quinta Edición, Editorial McGraw Hill, MéxicoDF.
- VÁSCONEZ JOSÉ, Contabilidad General para el Siglo XXI, 2001.

- ZAPATA SÁNCHEZ PEDRO, Contabilidad General 4, 2002, McGraw-Hill Internacional S.A.
- ZAPATA SÁNCHEZ PEDRO, Contabilidad General, 1997, McGraw-Hill Internacional S.A.

LINCOGRAFIA

- <http://www.crearempresas.com/vanesabarrado.htm>
- <http://www.mailxmail.com/curso-sistemas-informativos-diseno-creacion-1/empresa-caracteristicas-generales-conceptos-1>
- http://www.wikilearning.com/monografia/sistema_de_control_y_distribucion_de_ventas-importancia_de_los_canales_de_distribucion/14955-4
- <http://www.monografias.com/trabajos11/travent/travent.shtml>
- http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,558701,93_20548789&_dad=portal&_schema=PORTAL
- <http://www.tualojamientoweb.com/intro/hosting.htm>
- <http://www.alegsa.com.ar/Dic/pagina%20web.php>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Correo_electr%C3%91
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LAS SOCIEDADES DE LA CIUDAD DE IBARRA

Nº ENCUESTA:

A. INFORMACIÓN GENERAL

OBJETIVO:

Identificar la demanda de potentes usuarios en la provincia de Imbabura a fin de determinar la forma de adquisición, tipo y calidad del servicio que desean obtener u obtienen.

RECUERDE:

Que su información es muy importante y valiosa para esta investigación, por lo tanto sus respuestas deben ser verdaderas, reales y serias.

Le solicitamos leer cuidadosamente cada una de las preguntas y marcar con una (X) la respuesta que crea conveniente.

Sexo: F M

Edad: ENTRE 25 Y 40 DE 40 A 70 MAS DE 70

ENCUESTA

19. ¿Su sociedad cuenta con Hosting y sitio web?

SI ()
NO ()

Si su respuesta fue SI por favor dirijase a contestar las once primeras preguntas caso contrario conteste desde la pregunta doce.

20. ¿Con que proveedor de Hosting trabaja su empresa?

.....
.....

21. ¿El servicio lo adquirió en la ciudad de:

Ibarra ()
Quito ()
Guayaquil ()
Otros ()

22. ¿La calidad del servicio que usted adquirió es?

Muy Buena ()
Buena ()
Regular ()

23. ¿Qué tipo de servicio contrató?

Hosting Linux PHP () Hosting Windows ()

24. ¿Qué capacidad de almacenamiento contrató?

Menos de 1 GB ()
1 GB ()
2 GB ()
4 GB ()
O más ()

25. El diseño de su sitio web lo realizó la misma empresa de hosting?

SI ()
NO ()

26. En el paquete de Hosting que adquirió usted posee:

No posee cuentas de correo electrónico ()
Posee cuentas de correo electrónico limitadas ()
Posee cuentas de correo electrónico ilimitadas ()

27. Su sitio web cuenta con indexación a buscadores?

SI ()
NO ()

28. Qué limitantes encontró en el servicio que adquirió?

Capacidad de almacenamiento ()
No obtuvo asesoría técnica ()
Riesgos de virus ()
Otros ()

29. Estaría de acuerdo con la creación de una empresa distribuidora de Hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra?

SI ()
NO ()

30. ¿Quisiera tener un sitio web en Internet para su empresa?

SI ()
NO ()

31. ¿Que capacidad de almacenamiento le gustaría tener para su sitio?

Menos de 1 GB ()
1 GB ()
2 GB ()
5 GB ()
O más ()

32. ¿Usted desearía cuentas de correo electrónico?

NO ()

SI () LIMITADA () ILIMITADA ()

33. De acuerdo a la capacidad que usted señalo en la pregunta número trece, cuánto estaría dispuesto a pagar anualmente por el servicio?

40 USD ()

60 USD ()

100 USD ()

O más ()

34. A más de contratar el servicio de hosting, le gustaría contratar el diseño de su sitio web?

SI ()

NO ()

35. Le gustaría que su sitio web tenga indexación a buscadores, (es decir, que los buscadores de internet puedan localizar fácilmente su sitio)?

SI ()

NO ()

36. ¿Al contratar el servicio de hosting, le gustaría tener asistencia técnica durante todo el año?

SI ()

NO ()

37. Estaría de acuerdo con la creación de una empresa distribuidora de Hosting y creaciones de sitios web en la ciudad de Ibarra?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LAS SOCIEDADES DE LA
CIUDAD DE IBARRA**

Nº ENCUESTA:

B. INFORMACIÓN GENERAL

OBJETIVO:

Identificar los ofertantes existentes en la provincia de Imbabura a fin de determinar la forma de adquisición, tipo y calidad del servicio que ofrecen.

RECUERDE:

Que su información es muy importante y valiosa para esta investigación, por lo tanto sus respuestas deben ser verdaderas, reales y serias.

Le solicitamos leer cuidadosamente cada una de las preguntas.

Sexo: F M

Edad: ENTRE 25 Y 40 DE 40 A 70 MAS DE 70

ENCUESTA

1. Qué tipo de inversión realizó para poder brindar el servicio de Hosting?

.....
.....

2. Si su inversión fue a crédito, está de acuerdo con las condiciones de financiamiento?

.....
.....

3. La rentabilidad de su negocio es:

.....
.....

4. Su empresa lleva un registro contable?

.....
.....

5. ¿Qué tipo de contrato realizó para ser distribuidor?

.....
.....

6. Cuáles son sus compradores potenciales del servicio de Hosting

.....
.....

7. Qué estrategias de comercialización utiliza

.....
.....

8. Su empresa brinda asistencia técnica a los clientes

.....
.....

9. El promedio de ventas mensual de su empresa es:

.....
.....

10. De qué forma se realiza la venta del servicio

.....
.....

11. Su empresa tiene sucursales en la provincia de Imbabura?

.....
.....

12. Cuántas empresas similares a su negocio conoce que existen en la ciudad de Ibarra

.....
.....

13. Dentro de su empresa tiene suficiente personal para operar en el área técnica

.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN