



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS
CYBER EN EL CANTON JOYA DE LOS
SACHAS PROVINCIA DE ORELLANA"**

Tesis previa a optar el
grado de Ingenieras
Comerciales

AUTORAS:

**Aguilar Quezada Orfila Graciela
Berruz Toaza Miriam Greis**

DIRECTOR:

ING. COM. WALTER MACAO

1850
SUCUMBIOS - ECUADOR
2011

Ing. Com. Walter Macao Naula

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN EMPRESA DE MULTISERVICIOS CYBER EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS PROVINCIA DE ORELLANA”** elaborado por las aspirantes Sras. Aguilar Quezada Orfila Graciela y Berruz Toaza Miriam Greis, ha sido elaborado bajo mi dirección y luego de haberlo revisado autorizo su presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Nueva Loja, Julio 4 del 2010

Ing. Com. Walter Macao Maula

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA:

Las ideas, nociones, acotaciones, conclusiones y recomendaciones difundidas en el actual trabajo son de exclusiva responsabilidad de las Autoras.

Sra. Orfila Aguilar Quezada.

Sra. Miriam Berruz Toaza.

AGRADECIMIENTO

Gratificamos a Dios por ofrecernos la fuerza espiritual para poder lograr cada una de nuestras metas, a la Universidad Nacional de Loja, los docentes de la carrera de Administración de Empresas, los Directivos del Área Jurídica Social y Administrativa, y a los distinguidos catedráticos por concedernos sus conocimientos y contribuir a nuestra formación académica.

Nuestro especial agradecimiento al Ingeniero Walter Macao Naula, Director de la Tesis, por su valioso aporte para el desarrollo del mismo.

La Autora

DEDICATORIA

El actual trabajo dedicamos a Dios por ser nuestra fuerza espiritual y valor en los momentos de dificultad y necesidad, a nuestros queridos esposos, Jairo Villacís e Iván Aguilar porque gracias a su apoyo incondicional cariño y comprensión nos ayudaron a culminar con éxito nuestros estudios Universitarios y cumplir una meta más en nuestras vidas, a nuestros padres en especial a nuestros adorados hijos Jasser y Derlis por la paciencia ya que por varias ocasiones no alcanzábamos brindarles el tiempo necesario pero que de uno y otra formas nos supieron entender.

Miriam Greis y Orfila Graciela

TÍTULO

a) TITULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
MULTISERVICIOS CYBER EN EL CANTON LA JOYA DE LOS SACHAS
PROVINCIA DE ORELLANA”**

RESUMEN

b) RESUMEN

La Provincia de Orellana, requiere un progreso económico en función del crecimiento y desarrollo de las actividades productivas y de servicios. Es justificable, luego de haber culminado los estudios universitarios, estar en la capacidad de plantear un Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa, que ofrezca servicios de internet, para satisfacer las necesidades que tienen los habitantes de este cantón en el requerimiento de información.

El presente proyecto se inició con el estudio de mercado, el cual nos permitió conocer la demanda insatisfecha de en el requerimiento de internet de 200.504 personas y de llamadas telefónicas de 71.591 horas, así mismo se obtuvo información referente al comportamiento, gustos, preferencias y requerimientos del usuario.

El estudio técnico del proyecto se estableció una capacidad instalada de servicios anuales de 52560 horas de internet y 2.102.400n horas de llamadas telefónicas y capacidad utilizada de 12.960 horas de internet y 129.600 horas de llamadas telefónicas de servicios, además se determinó que la empresa debería ubicarse en la zona céntrica de la ciudad.

El estudio económico consta el presupuesto de activos fijos el cual asciende a un monto de \$12.880,90, diferido de \$5.200,00 y circulante

\$2.162,30, así como también la estructura de costo para los años de vida útil del proyecto, el cual en el primer año asciende a un monto de \$26.096,90.

Una vez obtenida toda la información económica se procedió a realizar la evaluación financiera del proyecto para lo cual se emplearon los siguientes indicadores financieros, El Valor Actual Neto, (VAN) es de 37.397.77, La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 70.04, El periodo de Recuperación del capital invertido (PR) será en 1 año, 5 meses y 26 días, la Relación Costo Beneficio (C/B) es de 1.42 y finalmente se analizó el Análisis de Sensibilidad es de 0.98 en los costos y el 0.82 en los ingresos.

Finalmente se realizó la organización estructural y legal de la empresa en la cual se determinó que la empresa a constituir será de responsabilidad limitada además se hacen constar los organigramas funciones de la empresa **Zona Virtual y Cabinas Derlis Cia. Lta.**

ABSTRACT

Orellana's Province, you require a cost-reducing progress in terms of the growth and development of the productive activities and of services. It is justifiable, right after having culminated the university studies, being in the capability of presenting a Feasibility Study for a company's creation, that offers services of internet, to satisfy the needs that the inhabitants of this canton in the request of information have.

I project the present it started up with market research, which allowed us knowing the unsatisfied request of in the request of internet of 200,504 people and of phone calls of 71,591 hours, likewise it obtained information relating to the behavior, pleasures, preferences and the user's requests itself.

The technical study of the project established a capability installed of yearly services of 52560 hours of internet and 2.102.400n hours of phone calls and capability used of 12,960 hours of internet and 129,600 hours of phone calls of services itself, besides it was determined that the company should find its place at the central zone of the city.

The cost-reducing study is evident the budget of fixed assets which climbs to \$12.880,90's amount, once \$5.200,00 was differed from and currency \$2.162,30, as well as it structures her of cost for the years of service life of the project, which in the first year climbs to \$26.096,90's amount.

Once once all of the cost-reducing information was obtained it was proceeded to accomplish the financial evaluation of the project for which they used the following financial indicators, The Present-Day Net Value, (THEY GO) you come from 37,397,77, The Internal pullback Rate (TIR) belongs to 70,04, Recuperación's period of the inverted capital (PR) will be in 1 year, 5 months and 26 days, the Relation Costo Beneficio (C B) belongs to 1,42 and finally Sensibilidad's Analysis was examined you come from 0,98 in the costs and the 0,82 in the income.

Finally the structural and legal company organization which you determined that in the company to constitute will be of responsibility limited besides came true organizational charts do to be evident themselves company shows **Virtual Zone and Cabinas Derlis Cia. Lta.**

INTRODUCCIÓN

c) INTRODUCCIÓN

En la provincia de Orellana el ámbito empresarial no alcanza un desarrollo satisfactorio, debido en gran parte a la falta de iniciativas para promover proyectos de inversión.

Un similar caso se muestra en el Cantón La Joya de los Sachas, donde a pesar que existe gran variedad de oportunidades de negocios y de comercialización a través de la explotación de la tecnología moderna, ha existido estancamiento del desarrollo empresarial debido a que existe temor al invertir en proyectos innovadores, provocados por el desconocimiento de técnicas administrativas y falta de estudios de factibilidad.

Por tal impulso hemos creído conveniente realizar el presente proyecto investigativo orientado a conocer si es factible implementar una empresa de **Multiservicios Cyber en el Catón Joya de los Sachas** perteneciente a la Provincia de Orellana.

El proyecto que se titula “Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Multiservicios Cyber en el Cantón Joya de los Sachas Provincia de Orellana”. Por cuestiones de inversión únicamente es realizado en los servicios de; Cyber y cabinas telefónicas.

La necesidad de implementar este proyecto se origina por la falta de una empresa que preste todos estos servicios al mismo tiempo de manera eficiente, la competencia brinda de uno a dos servicios, además presentan falencias tanto en su administración como en otros aspectos, entre ellos reducidas infraestructura, acondicionamiento, precios excesivos, baja velocidad, etc. De aquí que la implementación de este proyecto se justifica con la marcha del mismo que se ofrece al usuario un servicio de excelente calidad a precios reducidos.

El actual trabajo investigativo se ha iniciado con la realización de un estudio de mercado, el cual permitió determinar la demanda potencial del servicio y la demanda efectiva que con la ejecución del proyecto se pretende satisfacer las necesidades del usuario.

En segunda instancia se realizó el estudio técnico en el cual se establecieron los factores condicionantes para la implementación del proyecto así como el tamaño y la localización de la empresa.

Posteriormente se presentó el estudio legal administrativo en el cual se señala que la empresa a implementar y su denominación social será en **NOMBRE COLECTIVO** así mismo se hace constar los organigramas estructurales, funcional y el manual de funciones.

Una vez obtenida toda la información económica se procedió a realizar la evaluación financiera del proyecto para lo cual se emplearon los

siguientes indicadores financieros; El Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 37.647,7; La Tasa Interna de retorno (TIR) es de 70,04 %, La relación Costo Beneficio (C/B) es de 1,42 %, el periodo de recuperación de la inversión será de 1 año 5 meses y 26 días y finalmente se realizó el análisis de sensibilidad en el cual se pudo determinar que la empresa soportará un 17% de incremento en los costos y un 11% de disminución en los ingresos.

Finalmente se establecen las conclusiones, recomendaciones, las cuales se han llegado al presente trabajo investigativo.

REVISIÓN DE LITERATURA

d) REVISIÓN DE LITERATURA

1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio del mercado de un proyecto es uno de los más importantes y complejos que debe realizar el investigador. Más que centrar la atención sobre el consumidor y la cantidad de producto que este demandara, se tendrán que analizar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores, e incluso cuando así se requiera se analizaran las condiciones de mercados externos.¹

En el cual se aplican herramientas para conocer los principales factores que inciden en el producto, para lo cual es necesario realizar diagnósticos sobre publicidad, ventas, precio, diseño, calidad, canales de comercialización, es decir este estudio determina los bienes y servicios que serán demandados por la comunidad.²

1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Se entiende por objetivo de estudio de mercado lo siguiente:³

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o brindar un mejor servicio del que ofrecen de los productos existentes.

¹ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, cuarta edición, 2001, pág. 56

² BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, cuarta edición, 2001, pág. 56

³ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, cuarta edición, 2001, pág. 14

- Determinar la cantidad de bienes o servicios que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para ser llegar los bienes o servicios a los usuarios.
- Propone dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no ser aceptado en el mercado, ya que una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en el mercado.

1.2 INVESTIGACION DE MERCADO

Para la obtención de la información relacionada en el plan de negocio, es importante tomar en cuenta la opinión de los clientes potenciales, lo cual se hace necesario realizar una investigación de mercado que permita cuantificar hasta cierto punto los comportamientos del consumidor final.

Por otra parte utilizando técnicas modernas de mercadeo, se puede conocer detalladamente las características y atributos que identifican el producto, su precio, el canal de distribución más apropiado, el tipo de publicidad, promoción que más se ajuste al plan de negocios y las políticas que se tendrán en cuenta en la comercialización del producto o servicio.

En la investigación de mercado se aplican herramientas como la realización de encuestas y métodos que permiten obtener la información necesaria para la identificación y cuantificación del segmento de mercado objeto del plan de negocio.⁴

1.3 DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Son los estudios que se efectúan en una parte de la población para la cual existe interés. La muestra debe ser representativa, pues de lo contrario los resultados no serán válidos.

Para determinar el tamaño de la muestra se estima la media de la población objeto de estudio. Es fundamental tener en claro que para trabajar con poblaciones pequeñas se encuesta a toda la población y en caso de ser demasiados grandes es aconsejable aplicar una muestra.⁵

Para poblaciones infinitas:

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

De donde

n= Tamaño mínimo de la muestra

N= Población total

Z= Nivel de confianza (1.96)

E= Error experimental

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

⁴ NASSIR, Sapag, Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, tercera edición, 1988, pag. 49

⁵ FLOREZ, U. Juan, Elaboración de proyectos para las PYME, segunda edición 1996, pág. 27

Para poblaciones finitas:

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

1.4 COMPONENTES BASICOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Identificación del bien o servicio
- Demanda
- Oferta
- Comercialización
- Promoción y publicidad

1.5 IDENTIFICACION DEL BIEN O SERVICIO

Para identificar un bien o servicio se debe analizar:

- *Los usos y los consumidores finales del bien o servicio.*- Define el uso del bien o servicio y sus principales aplicaciones, luego se debe identificar al consumidor final, sus hábitos de consumo, formas de pago, etc.
- *Presentación.*- La forma en que se presentara el producto.
- *Composición.*- Es importante identificar sus componentes para informar al usuario.
- *Características físicas.*- Como tamaño, color, peso, textura, olor, sabor, aroma, durabilidad, etc.

- *Ficha técnica de los productos.*- Para identificar claramente los productos principales, secundarios, complementarios y desechos estableciendo si se trata de un bien de consumo final, intermedio o de capital.
- *Productos sustitutos.*- Determinar la existencia de otros productos que pueden competir en su uso.
- *Producto complementario.*- Si el uso del bien principal está condicionado a la disponibilidad de otros bienes.
- *Fuentes de abastecimiento de materia primas.*- Se debe conocer la disponibilidad, su transporte, las regiones de origen, los planes de expansión, los precios, niveles de comercialización, etc., de cada uno de los insumos que participan en la elaboración del bien o en la prestación del servicio.
- *Canales de distribución.*- Utilizar los adecuados en la distribución del bien.
- *Precios y costos.*- Hacer el estudio de los diferentes canales de distribución para que al definirlo se conozca los márgenes de comercialización y de utilidades.
- *Aspectos normativos y legales.*- Es importante indagar sobre estos aspectos ya que pueden afectar o beneficiar la producción y comercialización del bien o servicio⁶

⁶ BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, cuarta edición, 2001, pág. 33

1.6 DEMANDA

La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. Para su estudio es necesario conocer datos históricos que permitan analizar su comportamiento y su tendencia del bien o servicio que se va a comercializar, con esta información poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

Es de gran importancia delimitar la zona geográfica que se va a atender con el bien o servicio a ofrecer. Producto de esta segmentación se podrá estimar un número de clientes potenciales que estarían dispuestos a comprar el bien o servicio a ofrecer.

La evolución histórica de la demanda se puede estudiar a partir de los datos estadísticos de los bienes o servicios que se van a comercializar. Por lo tanto es de suma importancia ponderar la demanda real histórica del bien o servicio.

Para la obtención de la información histórica es conveniente recurrir a fuentes secundaria de datos como entes estatales de estadística. Para confirmar el comportamiento de los datos históricos se acude a fuentes primarias de información, como las encuestas, la observación directa del entorno.

La segmentación del mercado permite organizar y clasificar la demanda de acuerdo a determinados atributos.

Para la estimación de la demanda futura se aplica algunos métodos como:

- Métodos de los mínimos cuadrados
- Correlación estadística⁷

1.7 OFERTA

Nos es fácil estimar la oferta en un plan de negocios determinado por cuanto la información generalmente se encuentra en las empresas competidoras. Una forma de tener rápido conocimiento de la oferta de los productos es la observación del número de empresas que compiten en el mercado.

Para el estudio de la oferta se debe tener en cuenta algunos aspectos como:

- Los competidores.- Es una buena herramienta si se los identifica y si se conoce que proceso tecnológico aplican en la producción, su capacidad instalada y utilizada, la estructura de

⁷ AWAD, Jorge, Elementos Primarios en el Estudio de Comercialización, Tercera edición, 1968, Pág. 71

costos y precios, sistemas de venta, canales de comercialización, localización, etc.

- Comportamiento de mercado de insumos.- Hace referencia a la identificación en cuanto al comportamiento de las empresas que suministran los insumos, si estos son de carácter monopolísticas, oligopolísticas porque dependiendo del tipo de empresa que suministre al mercado será el manejo de las políticas de precio, de ventas y oportunidades de entrega de la materia prima.

1.8 LOS PRECIOS

“Las empresas fijaran los precios para sus bienes o servicios teniendo en cuenta cuanto les cuesta elaborarlo, cual es el comportamiento de la demanda y del mercado: El precio es el resultante del comportamiento de la oferta y la demanda; dependiendo de la clase de producto o servicio se definen estrategias para la fijación de precios:

- Los precios teniendo en cuenta la estructura de los costos de la empresa.- Es preciso tener en cuenta los costos directos e indirectos en su elaboración y operación.
- Precios fijados por el mercado.- Tienen en cuenta el comportamiento de la demanda. Si esta es alta se fija un precio alto y por el contrario es baja los precios serán bajos.

- Fijados de acuerdo al comportamiento del precio de la competencia.- se establece un rango de precios de la competencia y sobre esta base se define la estrategia de precio a aplicar al producto que se va a comercializar.
- Comportamiento histórico de los precios.- teniendo en cuenta este comportamiento se puede proyectar el futuro de los mismos. Definir un precio cercano o distante del costo de producción y de operación dependerá del comportamiento del mercado, del tipo de tecnología y de los objetivos que persigue el plan de negocios. Sin embargo, el precio es fijado por el comportamiento de las leyes de la oferta y la demanda.
- Precios políticos.- Se fijan teniendo en cuenta los establecidos por las autoridades gubernamentales para proteger o estimular algún sector de la economía. Es lo que se conoce como precios regulados.⁸

1.9 COMERCIALIZACIÓN

En la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, transporte, presentación del producto o servicio, crédito a los consumidores, asistencia técnica y los mecanismos de promoción y publicidad.

⁸ SAPAG, Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, tercera edición, 1988, pág., 54

El conocer los canales de comercialización, permite fijar el costo del producto por su efecto de distribución. El canal de comercialización es la forma de llevar el producto o servicio del productor al consumidor final. Entre más larga sea la cadena de comercialización el costo será más elevado.

Con el fin de identificar sus canales de comercialización sería importante tener en cuenta el grado de concentración geográfica del mercado, las comisiones y descuentos, políticas de ventas, localización de los principales compradores y cuál será el margen de comercialización más indicado para el plan de negocios.

El margen de comercialización es la diferencia del producto que pague el consumidor y el valor que recibe el productor o la empresa que presta el servicio. Su expresión matemática se representa en la siguiente fórmula:

$$MC = P_c - P_p$$

MC= margen de comercialización

Pc= precio al consumidor

Pp= Precio al productor

1.10 PROMOCION Y PUBLICIDAD

“Cualquier acción de promoción o publicidad encaminada a dar a conocer e impulsar el consumo de un bien o servicio, genera necesariamente un valor agregado y conlleva un costo por este concepto. La promoción de productos es un medio de darlo a conocer y así incentivar las ventas. La forma más usual es la de hacer degustaciones o entrega de productos en sobres de tamaños de muestra gratis para que lo utilicen y si les gusta lo compran.

Los medios publicitarios a utilizar dependen de gran medida del presupuesto que se dispongan para dar a conocer el producto. Se pueden utilizar los medios como: radio, prensa, televisión, e internet. O en su defecto otro de los medios publicitarios más económicos como hojas volantes, pancartas, etc.”⁹

2. ESTUDIO TÉCNICO

“El Estudio Técnico busca diseñar la función de producción óptima que utilice mejor los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, a costos mínimos con calidad, que satisfaga a los clientes, competitividad en el mercado, flexibilidad adecuada en las líneas de producción y el compromiso empresarial necesario para dar servicio con valor agregado a los clientes.”¹⁰

⁹ FLOREZ, U. Juan, Elaboración de proyectos para las PYME, segunda edición 1996.pág. 43

¹⁰ CORDOBA, P, Marcel, “Formulación y Evaluación de Proyectos”

2.1 TAMAÑO

Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o a la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto, también se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año dependiendo del tipo de proyecto. La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

2.2 CAPACIDAD DEL PROYECTO

Es la forma más utilizada para establecer la cantidad de producción por unidad de tiempo, además algunas medidas que permiten contemplar la apreciación del tamaño del proyecto, pueden ser entre otras el monto de inversión asignada al proyecto, el número de puestos de trabajos creados, el área física ocupada, la participación en el mercado a los niveles de ventas alcanzados. Existen tres tipos de capacidad:¹¹

- Capacidad Diseñada o Teórica.- También denominada capacidad máxima o ideal supone que todo el personal y los equipos operan a

¹¹ MIRANDA, M, Juan, "Gestión de Proyectos" Edición 4, 2003

la máxima eficiencia usando el 100% de la planta, la capacidad teórica es irreal; deja de incluir las interrupciones normales que resulten de las descomposturas o del mantenimiento de la maquinas. Sin embargo los administradores usan la capacidad teórica como un instrumento auxiliar para medir la eficiencia de las operaciones proporcionado con ello cifras ideales para hacer las comparaciones.

- Capacidad Instalada.- Es la capacidad que corresponde al máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.
- Capacidad Utilizada.- Es el porcentaje de la capacidad instalada que se está empleando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas durante un tiempo determinado. En la medida en que se pueda penetrar el mercado y se mejore la eficiencia empresarial se irá incrementando la capacidad instalada.

2.3 RESERVAS

Las reservas constituyen la capacidad de producción que no es utilizada y que permanece en espera. Está estrechamente relacionada con el margen de capacidad instalada y representa la capacidad ociosa.¹²

¹² Tamaño y Localización. Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyectos. Fonep – Nafin - Oea. México, 1983

2.4 CAPACIDAD FINANCIERA

Es tan importante que puede estimular la actividad cuando otras situaciones son menos favorables. Este factor se considera tan decisivo, por lo que no se contempla como una limitante para la capacidad del proyecto, ya que cuenta con recursos monetarios para poder realizar la inversión. Estos provendrán de la aportación de los socios y por créditos.

2.5 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Tiene contemplado el seleccionar el personal debidamente capacitado sobre la base de estudios profesionales y de postgrado de excelencia y con experiencia para los puestos importantes dentro de la estructura organizacional de la empresa, para que esta pueda ser administrada exitosamente.

2.6 LOCALIZACIÓN

El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto, buscando en todo caso una mayor utilidad o una minimización de costos. Es uno de los aspectos más importantes del proyecto ya que busca seleccionar el lugar más adecuado para ubicar las instalaciones productivas.¹³

¹³ MIRANDA, M, Juan, "Gestión de Proyectos" Edición 4, 2003

2.7 MICROLOCALIZACIÓN

Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de los costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará. La microlocalización consiste en la selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio en el que se localizara y operara el proyecto dentro de la macrozona.

2.8 MACROLOCALIZACIÓN

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, demanda y la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto. Compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos para la localización.¹⁴

2.9 FACTORES DE LA LOCALIZACIÓN

Los factores que comúnmente influyen en la decisión de la localización son:¹⁵

- Factores Geográficos.- Condiciones naturales, clima, niveles de contaminación, carreteras, conectividad, comunicaciones.

¹⁴ CORDOBA, P, Marcel, "Formulación y Evaluación de Proyectos"

¹⁵ SAPAG, Nassir, "Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos",1993

- Factores Institucionales.- Son los relacionados a planes y estrategias de desarrollo y descentralización.
- Factores sociales.- Elementos relacionados al ambiente humano, seguridad, cultura, servicios como escuelas, hospitales, centros recreativos, de capacitación, etc.
- Factores Económicos.- referidos a costos de suministros e insumos en esa localidad, tales como impuestos, regulaciones, cercanía de mercado y de las materias primas.

2.10 INGENIERIA DEL PROYECTO

Es el conjunto de conocimientos de carácter científico técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto. Tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o de servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidas. ¹⁶

2.11 COMPONENTE TECNOLÓGICO

La tecnología es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para obtener bienes y servicios. La función de producción se elige a través del análisis técnico-económico de la tecnología existente.

¹⁶ MIRANDA, M, Juan, "Gestión de Proyectos" Edición 4, 2003

El proceso de selección de tecnología consta de dos pasos:

- *Selección de la tecnología más eficiente desde el punto de vista físico.*- En este paso se eligen, dentro del universo de tecnologías disponibles, aquellas que son eficientes desde el punto de vista físico o técnico, descartando los que no son. Es decir, se seleccionan aquellas que utilizan menos cantidad que otras de los mismos recursos para obtener el mismo nivel de producto o que con igual cantidad de recurso obtienen más producto final.
- *Selección de la alternativa más eficiente desde el punto de vista económico.*- Entre las alternativas tecnológicas preseleccionadas como eficientes desde el punto de vista físico se elige la alternativa económicamente más eficiente para su aplicación en el proyecto.

2.12 INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Es la parte física de la empresa, es el conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de la organización, en ella se cumplen cada una de las actividades administrativas y de operación. Esta debe estar diseñada por profesionales de la construcción al igual que la tecnología de esta debe guardar relación con el mercado.¹⁷

¹⁷ OCAMPO, Eliseo, "Costo y Evaluación de Proyectos" Edición 1,2002

2.13 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución física de la infraestructura del proyecto es una de las estrategias que promueven la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución de las instalaciones tiene como propósito satisfacer al menor costo los requisitos de:¹⁸

- ✚ Calidad del ambiente laboral
- ✚ Diseño de productos
- ✚ Capacidad de cada sección de la planta
- ✚ Características de la maquinaria y equipo que se va a instalar
- ✚ Restricciones de construcción en la localidad

2.14 PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Se define como la forma en la que una serie de insumos son transformados en productos mediante la participación de una determinada tecnología. Los tipos de procesos productivos pueden clasificarse en función de su flujo productivo o del tipo de producto, teniendo cada caso efectos distintos sobre el flujo de fondo del proyecto.

2.15 DISEÑO DEL PRODUCTO

Se trata del diseño o del producto que cumpla con todas las expectativas del usuario o consumidor, el mismo que debe satisfacer

¹⁸ CORDOBA, P, Marcel, "Formulación y Evaluación de Proyectos"

sus necesidades, pero siempre este debe de estar en función de los gustos y preferencias de los clientes.

2.16 DESCRIPCION DEL PRODUCTO







Se trata de describir en forma inequívoca el producto servicio objeto del proyecto, indicando entre otras, su nombre técnico, su nombre comercial, su composición, la forma de presentación, la unidad de medida, forma de almacenamiento y transporte, su vida útil estimada y todas las características que permitan reconocerlo y diferenciarlo.

2.17 DIAGRAMA DEL PROCESO

Para representar el proceso productivo existen varios métodos entre los que se tienen:

- **DIAGRAMA DE BLOQUES.-** Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre los insumos se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se coloca en forma continua y se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección de flujo.

- **DIAGRAMA DE FLUJO.-** Es una herramienta por medio del cual se describe cada una de las actividades del proceso de producción. Se utiliza una simbología internacionalmente aceptada para representar operaciones estas son:

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	Operación.- Representado por un círculo e indica que se está efectuando un cambio o transformación
	Transporte.- Representado por una flecha direccionada e indica una acción de movilización de algún elemento en determinada operación.
	Demora.- Representada por una D indicando que existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno y efectuar la actividad correspondiente.
	Almacenamiento.- Representado por triángulo y puede ser de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
	Inspección.- Representado por un cuadrado y es la acción de controlar que se ejecute correctamente una actividad o verificar la calidad.
	Operación combinada.- Representado por los símbolos correspondientes e indican que se efectúan simultáneamente dos acciones.

La descripción del proceso de producción debe estar acompañada de la especificación del tiempo empleado, la distancia recorrida y el tipo de acción efectuada.

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En el Estudio Organizacional se define el marco formal: sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para puesta en marcha y ejecución del proyecto.¹⁹

¹⁹ FINCOWSKY, Franklin “Organización de empresas, análisis diseño y estructura” México

3.1 BASE LEGAL. COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO

“Es una compañía de carácter personalista. Funciona bajo un nombre colectivo o razón social, participando todos los socios en un plano de igualdad, la responsabilidad es ilimitada ya que no se limita al capital aportado por el socio, sino a todos sus bienes presentes y futuros, y también es solidaria porque los acreedores pueden dirigirse contra cualquiera de los socios por el importe de la deuda. Para la constitución de este tipo de compañía el mínimo son dos socios.”²⁰

“Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley entre ellos tenemos:”²¹

- **ACTA CONSTITUTIVA.-** Es el documento certificador de la conformación de la empresa, en él debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se ha constituido la empresa.

- **LA RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN.-** es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de alguno de ellos. La denominación objetiva hace referencia a la actividad de la compañía. El nombre debe ser claramente distinguido de cualquier

²⁰ Tipos de empresas-formas jurídicas Creación de Empresas Basadas en el Conocimiento Otri.mht

²¹ Ley de Compañías del Ecuador

otro, constituye una propiedad de la compañía y no puede ser adoptada por ninguna otra.

- **DOMICILIO.-** Las compañías tendrán un único domicilio principal que estará dentro del territorio nacional y podrán tener más de un domicilio especial, determinado por el lugar donde función las sucursales o agencias.

- **OBJETO DE LA SOCIEDAD.-** Es la actividad que realiza la compañía debe reunir las siguientes características:
 - ❖ No ser contrario al orden público
 - ❖ No ser contrario a las leyes mercantiles
 - ❖ No ser contrario a las buenas costumbres
 - ❖ Ser real
 - ❖ Ser de lícita negociación
 - ❖ No tender al monopolio

El interés a formar una compañía por parte de las personas es el obtener utilidades.

- **CAPITAL SOCIAL.-** Las compañías como personas jurídicas están constituidas por un patrimonio inicial, este asciende con las aportaciones de los socios o accionistas. El capital es fijo o invariable ya que su cifra consta en la escritura constitutiva.

- **TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD.-** Toda sociedad tiene un tiempo de vida para la cual se planifica, este tiempo es de 30 años. Si se desea prolongar este plazo se lo puede hacer con previo trámite solicitando a la Superintendencia la prolongación de la compañía

- **ADMINISTRADORES.-** La compañía como persona jurídica que es y por lo tanto persona ficticia solo puede actuar a través de su representante legal.

En las compañías personalistas la administración está ligada a los socios en cambio en las capitalistas es de tipo profesional.

3.2 ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial es una estructura intencional de roles, donde cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación. 22

22 GÓMEZ Ceja "Sistemas Administrativos", México, Mc Graw Hill 1997

3.3 NIVELES JERARQUICOS DE AUTORIDAD

“Son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de la función que realicen. Dentro de los niveles tenemos:”²³

- ✓ Nivel Legislativo.- Su función básica es legislar la política que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir sobre aspectos de mayor importancia.
- ✓ Nivel Directivo.- Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas ejerciendo autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.
- ✓ Nivel Ejecutivo.- Es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades encomendadas tanto por el nivel legislativo como ejecutivo dentro de la empresa a su mando.
- ✓ Nivel Asesor.- Este aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la empresa a la cual se está asesorando. No tiene autoridad de mando.

²³ Folleto “ Proceso Administrativo”, Módulo III, Administración de Empresas

- ✓ Nivel Operativo.- Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Constituye el nivel técnico responsable de la vida misma de una organización que es su naturaleza o razón de ser.

- ✓ Nivel Auxiliar.- Ayuda a los niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales.

3.4 ORGANIGRAMAS

Son herramientas necesarias para llevar a cabo una organización racional. Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría²⁴.

3.5 TIPOS DE ORGANIGRAMAS

- **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.-** Es un diagrama que representa jerárquicamente el cargo que ocupan en la compañía, es decir la espina dorsal de una empresa, en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los que toman las decisiones.

²⁴ Organigramas - Estructura Organizacional - Apuntes de Administración de Empresas y Negocios4.mht

- **ORGANIGRAMA FUNCIONAL.-** Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio de la especialización de funciones para cada tarea, que separa, distingue y especializa. El Orgánico funcional, expresa las funciones que deberá cumplir cada representante y miembros de los diferentes niveles autoridad, coordinación, apoyo y demás sectores.

- **ORGANIGRAMA DE POSICIÓN.-** Este organigrama recoge los nombres de las personas que pertenecen a cada uno de los niveles estructurales y funcionales.

3.6 MANUAL DE FUNCIONES

Pretende dar a conocer las funciones que deben desempeñar dentro de la empresa. Consiste en detallar los puestos de trabajo y las funciones a cumplir. Esto le permitirá al empleado cumplir de forma adecuada su trabajo.

3.7 CONTENIDO DEL MANUAL DE FUNCIONES

El manual de Funciones contendrá:

- Relación de dependencia
- Dependencia Jerárquica
- Naturaleza del Trabajo
- Tareas Principales

- Tareas Secundarias
- Requerimientos del Puesto
 - Responsabilidad
 - Conocimientos
 - Iniciativa
 - Personalidad
 - Riesgos

4. ESTUDIO FINANCIERO

Estudia la inversión que queremos hacer si va a ser rentable o no, si los resultados arrojan, que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas.

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores (Estudio Técnico y de Mercado) y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.²⁵

4.1. INVERSIONES

Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la

²⁵ <http://www.eumed.net/libros/2006c/210/1r.htm>

realización de un interés, dividiendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.²⁶

4.2. ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.

Para que un bien sea considerado activo fijo debe cumplir las siguientes características:

- Ser físicamente tangible.
- Tener una vida útil relativamente larga (por lo menos mayor a un año o a un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor).
- Sus beneficios deben extenderse, por lo menos, más de un año o un ciclo normal de operaciones, el que sea mayor. En este sentido, el activo fijo se distingue de otros activos (útiles de escritorio, por ejemplo) que son consumidos dentro del año o ciclo operativo de la empresa.
- Ser utilizado en la producción o comercialización de bienes y servicios, para ser alquilado a terceros, o para fines administrativos. En otras palabras, el bien existe con la intención de

²⁶ <http://www.monografias.com/trabajos51/activos-fijos/activos-fijos2.shtml>

ser usado en las operaciones de la empresa de manera continua y no para ser destinado a la venta en el curso normal del negocio.

4.3. ACTIVOS DIFERIDOS

Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para el normal funcionamiento del trabajo. Estos activos solo se registran en la fase preoperativa o el periodo correspondiente al año 0. Estos activos pueden ser: constitución legal, estudios administrativos.

El valor histórico de estos activos, se debe amortizar en forma sistemática durante el lapso estimado para su recuperación. La amortización de los activos diferidos se debe reconocer desde la fecha en que se originen ingresos, teniendo en cuenta que los correspondientes a organización, pre-operativos y puesta en marcha se deben amortizar en el menor tiempo entre el estimado y la duración del proyecto.

4.4. CAPITAL DE TRABAJO

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados.

Fuentes del Capital de Trabajo

- Operaciones normales, mediante la depreciación, el agotamiento y la amortización.
- Utilidad sobre la venta de valores negociables u otras inversiones temporales.
- Ventas de activo fijo, inversiones a largo plazo u otros activos no circulantes
- Reembolso del impuesto sobre la renta y otras partidas extraordinarias similares.
- Ventas de bonos por pagar y de acciones de capital y aportaciones de fondos por los propietarios.
- Préstamos bancarios y otros a corto plazo.
- Créditos comerciales (cuentas abiertas, aceptaciones comerciales y documentos por pagar.

4.5. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Son estimados que de manera específica intervienen en todo el proceso de fabricación unitaria de un producto, quiere decir que del total del presupuesto del requerimiento de materiales se debe calcular la cantidad requerida por tipo de línea producida la misma que debe concordar con el presupuesto de producción.²⁷

²⁷ CARLOS SABINO. Diccionario de Economía.

Características:

- Debe considerarse solo los materiales que se requiere para cada línea o molde.
- Debe estimarse el costo.
- No todos requiere los mismos materiales.
- El valor final debe coincidir con el costo unitario establecido en el costo de producción.

El Presupuesto de producción es aquel que va desde la adquisición de la materia prima hasta la transformación de la misma, con la utilización de los recursos técnicos, tecnológicos y humanos que sean para la obtención de un producto útil. Esta actividad termina con el almacenamiento de estos productos.²⁸

Un plan de producción debe contener:

- Las necesidades totales de producción por producto.
- Las políticas de inventarios de producción y productos en proceso.
- La capacidad de la planta en funcionamiento y los límites de desviaciones permisibles.
- Políticas de expansión o contratación de la capacidad de la Planta.

²⁸ <http://www.mailxmail.com/>

- Las compras de materias primas, su política de inventarios y disponibilidad de MO.
- El efecto de la duración del tiempo de procesamiento.
- Los lotes económicos.
- La programación de la producción a través del periodo de presupuesto.

4.6. CÁLCULO DEL PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Para la realización del presupuesto de producción se debe tomar la información del presupuesto de ventas que es en últimas el punto de partida del presupuesto, también las devoluciones y las pérdidas de calidad que se ocasionan en los procesos.²⁹

4.7. ELEMENTOS DEL COSTO DE PRODUCCIÓN

El presupuesto de producción es el lapso inicial en la presupuestación de operaciones manufactureras. Además del presupuesto de producción en unidades, hay otros tres presupuestos principales que conforman los elementos del costo de fabricación.

4.8. PRESUPUESTO DE MATERIALES

El presupuesto de materias primas generalmente requiere los cuatro siguientes presupuestos:

²⁹ [/www.uamerica.edu.co/ppto/tipos_presupuestos/pres_prod.htm](http://www.uamerica.edu.co/ppto/tipos_presupuestos/pres_prod.htm)

- El presupuesto de materiales: este presupuesto especifica las cantidades planeadas de cada materia prima necesaria para la producción
- El presupuesto de inventario de materiales: este presupuesto contiene la política materias primas en términos de cantidades y costo.
- Presupuesto de compras: este presupuesto especifica las cantidades estimadas a comprar, y el costo estimado para cada materia prima y las fechas de entrega requeridas.
- Presupuesto de costos de materiales usados: Este presupuesto informa el costo estimado de los materiales utilizados en el proceso de fabricación.

4.9. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA (MOD)

Comprende los estimados de las necesidades de mano de obra directa necesarias para producir los tipos y cantidades de productos planeados en el presupuesto de producción. Este presupuesto debe ser desarrollado en términos de hora de mano de obra directa y de costo de mano de obra directa.

Clasificación: es necesario separar los costos de MOD de los costos de MOI por las siguientes razones:

- Conocer la cantidad de HMOD necesaria

- Conocer el número de empleados requeridos para satisfacer la producción
- Conocer el costo de MOD por cada producto
- Conocer las necesidades de efectivos
- Establecer una base para el control

4.10. PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los CIF son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni materiales indirectos: Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se considera como gastos no forman parte de los costos indirectos de fabricación.

El presupuesto de CIF se divide en tres partes principalmente:

- **Presupuesto de insumos:**
 - Presupuesto de Consumo de Insumos
 - Presupuesto de Inventario de Insumos
 - Presupuesto de Compras de Insumos
 - Presupuesto de Insumos Usados

Estos presupuestos se calculan de forma idéntica a los presupuestos de material.

- **Presupuesto de Mano de Obra Indirecta (MOI)**

Se determina dependiendo del organigrama de la empresa, es decir que la mano de obra directa o indirecta se identifica plenamente en éste.

➤ **Presupuesto de otros CIF**

Este presupuesto, debe elaborarse con la participación de todos los centros de costo del área de producción que efectúan cualquier gasto productivo indirecto, es importante detectar lo más exactamente posible el comportamiento de cada una de las partidas, de tal manera que los gastos de fabricación variables se presupuesten en función del volumen de producción ya establecido y los fijos se determinen dentro de un tramo determinado de capacidad, independientemente del volumen de producción.

En este Presupuesto se incluye gastos de papelería, servicios públicos, depreciaciones, arriendos y todos los demás gastos en que incurre la organización. Para establecer el presupuesto en valores de los indicados gastos indirectos, puede establecerse en forma unitaria o en forma mensual, considerando a cada uno de sus elementos.

4.11. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

En el que se incluyen todos aquellos gastos que se derivan directamente de las funciones de dirección y control de las diversas actividades de la empresa por ejemplo: sueldos al personal administrativo, gastos de representación, cargas sociales, etc. y para su elaboración es preciso efectuar un análisis

de los gastos incurridos en el pasado y determinar cuáles son constantes y cuales variables, además determinar sobre quién o quienes recae la responsabilidad del control de las erogaciones.

4.12. PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA O COMERCIALIZACIÓN

Son gastos que comprenden: sueldos del personal de ventas o comercialización, gastos de oficina de ventas, publicidad, promoción, transporte, gastos de almacén de artículos sujetos a la venta, comisiones sobre ventas, impuestos, etc.

Actualmente las empresas dan mucha importancia al presupuesto de publicidad, que es uno de los medios de que se valen las mismas para hacer llegar sus productos al consumidor y en coordinación con otros recursos aumentar sus ventas, por ello, en algunos casos se constituye en una inversión y no en un simple gasto.

4.13. PRESUPUESTO DE GASTOS FINANCIEROS

Este tipo de gastos proviene particularmente de los intereses a cancelar por concepto de préstamos a corto o largo plazo que pudiera obtener la empresa y para su elaboración debe tomarse en cuenta las condiciones establecidas en la obtención del préstamo por parte de las entidades financieras, por ejemplo: comisiones,

interés en función a los capitales de inversión y operación, plazos, amortizaciones, cargos bancarios y otros aspectos.

4.14. PRESUPUESTO DE INVERSIONES A MÁS DE UN AÑO

Tiene singular importancia por las necesidades presentes y futuras que deben ser previstas en función del plan de operación a corto y largo plazo, sobre todo en aquellas empresas cuyas inversiones fijas representan la mayor parte de la inversión total, considerando por ejemplo: urgencia y necesidad, planes de expansión, avance tecnológico, época de realización, fuentes de financiamiento así como administración de los fondos y su disponibilidad.

Su estudio comprende el análisis de propiedades presentes y las condiciones a más de un año, planificación de instalaciones aspecto operacional, fluctuación monetaria, capacidad adquisitiva de la población, influencia gubernamental en el campo industrial, políticas de precios y restricciones, monto y recuperaciones de la inversión, relación entre inversiones a volumen de operaciones y resultados proyectados.

4.15. PRESUPUESTO DE OTROS EGRESOS

Obedecen a gastos que coadyuvan a la realización de los bienes de la empresa o por aspectos meramente convencionales, las mismas que generalmente son de bajo monto. Dichas partidas deberán distribuirse dentro del presupuesto de acuerdo con los

datos específicos de contratos, convenios o documentos que se proyecten elaborar en la realización de tales operaciones.

4.16. PRESUPUESTO DE APLICACIÓN DE UTILIDADES

En base a las utilidades presupuestadas, resulta importante la elaboración de un presupuesto de aplicación de las mismas, de acuerdo con los planes proyectados y los datos derivados de los demás presupuestos formulados, tales como los planes de expansión a largo plazo, inversiones restricciones de carácter legal y estatutario que condicionen tal aplicación.

4.17. DEPRECIACIÓN

La depreciación es definida como el proceso de asignar a gastos el costo de un activo fijo en el período en el cual se estima que se utilizará. Es una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. La depreciación puede venir motivada por tres motivos; El uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.³⁰

Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad.³¹

³⁰ estudio financiero\Capital de Trabajo - Economía y Finanzas.htm

³¹ ARTUR SELDON. Diccionario de Economía. F.G. Pennance Ediciones. Villassar del Mar.

4.18. AMORTIZACIÓN

La amortización es la acción que consiste en distribuir el costo de un bien en determinados periodos, en tal forma que la suma de las amortizaciones parciales sea igual al costo del bien al final del periodo.

La amortización se usa en contabilidad para reponer el costo del capital fijo en el tiempo que dura su vida económica, es una forma de recuperar fiscalmente lo invertido en los bienes de producción. Financieramente la amortización es la gradual disminución del monto de un crédito mediante pagos parciales que cubren parte del principal y el interés.³²

4.19. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Identifican el origen de los recursos con que se cubren las asignaciones presupuestarias. Por lo mismo son los canales e instituciones bancarias y financieras, tanto internas como externas por cuyo medio se obtienen los recursos necesarios para equilibrar las finanzas públicas. Dichos recursos son indispensables para llevar a cabo una actividad económica, ya que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.³³

³² NASSIR SAPAG CHAIN, REINALDO SAPAG CHAIN. Preparación y Evaluación de Proyectos. Segunda Edición.

³³ www.definicion.org/fuentes-de-financiamiento

4.20. PRESUPUESTOS DE COSTOS E INGRESOS

Indica que para cada uno de los años de la vida útil del Proyecto, los distintos ingresos y gastos en que incurrirá la empresa como resultado de su gestión productiva. Muestra las utilidades netas que se esperan.

4.21. COSTOS TOTALES

El concepto de costos totales incluye la suma de todos los costos que están asociados al proceso de producción de un bien, o al suministro de un servicio, por lo tanto entre más se produce mayor será el costo en el que se incurre. Los costos totales se dividen en dos componentes: costos fijos y costos variables.³⁴

$$\text{COSTOS TOTALES} = \text{COSTOS FIJOS} + \text{COSTOS VARIABLES}$$

4.22. COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Se conoce como costo unitario de producción, el valor de un artículo en particular. Los objetivos de la determinación del costo unitario son los siguientes:

- Valuar los inventarios de productos terminados y en proceso
- Conocer el costo de producción de los artículos vendidos

³⁴ www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010043/lecciones/7costosdepcc.htm

- Tener base de cálculo en la fijación de precios de venta, y así poder determinar el margen de utilidad probable.

Importancia

Es indispensable conocer los costos unitarios del producto si se quiere hacer un costeo del inventario, o medir las utilidades. Los datos de costos unitarios también pueden ser útiles para el control de los costos y la toma de decisiones.

4.23. COSTOS FIJOS

Son parte de los costos totales que no varían en el corto plazo con la cantidad producida. Incluyen todas las formas de remuneración u obligaciones resultantes del mantenimiento de los recursos fijos de la producción que se emplean en una cantidad fija en el proceso productivo.

Los costos fijos deben pagarse aunque la empresa no produzca y no varían aunque varíe la producción, permaneciendo constantes para un volumen establecido de productos o servicios, como el alquiler o la renta que se paga por las instalaciones los sueldos del personal administrativo, los intereses abonados por las deudas, las primas del seguro contra incendio, terremoto, etc. Los gastos que no varían con el nivel de producción, se denominan costos fijos totales (CFT).

4.24. COSTOS VARIABLES

Los costos variables son la parte de los costos totales que varían en el corto plazo según cambia la producción. Proviene de todos los pagos aplicados a los recursos que varían directamente en función del volumen de producción; es decir, el valor de las materias primas que se utilicen en función del número de productos, la energía consumida, los salarios pagados al personal de producción y en general cualquier tipo de gasto que igualmente puede variar en función de lo producido.

4.25. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas.³⁵

4.26. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad,

³⁵ www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos

pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. ³⁶

4.27. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$). Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas/organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento.

➤ OBJETIVOS

- Determinar en qué momento son iguales los ingresos y los gastos son iguales.

³⁶ www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias

- Medir la eficiencia de operación y controlar las sumas por cifras predeterminadas por medio de compararlas con cifras reales, para desarrollar de forma correcta las políticas y decisiones de la administración de la empresa.
- Influye de forma importante para poder realizar el análisis, planeación y control de los recursos de la entidad.³⁷

4.28. EVALUACION FINANCIERA

Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. Lo mismo puede aplicarse a inversiones industriales, de hotelería, de servicios, que a inversiones en informática.³⁸

4.29. FLUJO DE CAJA

Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo esperadas por la ejecución de las actividades de la empresa. El flujo de caja esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto, (presupuesto de caja o presupuesto financiero) que muestra los movimientos de efectivo

³⁷ www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm

³⁸ www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml

dentro de un periodo de tiempo establecido, no el ingreso neto o rentabilidad de la empresa.

4.30. IMPORTANCIA DEL FLUJO DE CAJA

Los flujos de caja son importantes para observar el comportamiento diario del movimiento de caja, tanto de entradas como salidas en un lapso de tiempo determinado.

4.31. VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto de una inversión es el valor actual de todos los flujos de fondos presentes y futuros, descontados al costo de oportunidad de estos flujos de fondos. Los costos de oportunidad consisten en parte en el valor tiempo del dinero; este es el retorno que puede obtenerse sólo por ser paciente, sin correr ningún riesgo.³⁹

4.32. PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

El periodo de recuperación de la inversión - PRC - es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que

³⁹ www.eumed.net/dices/definicion.php?dic=1&def=132

mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo. Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones.

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.⁴⁰

4.33. RELACION COSTO BENEFICIO (RCB)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. La relación beneficio costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.⁴¹

4.34. LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de

⁴⁰ www.pymesfuturo.com/pri.htm

⁴¹ <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico.

La evaluación de los proyectos de inversión cuando se hace con base en la Tasa Interna de Retorno, toman como referencia la tasa de descuento. Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

4.35. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un cuadro resumen que muestra los valores de TIR para cualquier cambio previsible en cada una de las variables más relevantes de costos e ingresos del proyecto. Tales cambios pueden ser a valores absolutos específicos o como porcentajes respecto del valor previsto. La gráfica resultante permite ver fácilmente las holguras de maniobra administrativa con que se cuenta para atender tales variaciones, respecto a la TIO del inversionista.

Colocando el % de variación en la abscisa y la TIR en la ordenada, las variables de ingreso tendrán tendencia positiva (por ejemplo el volumen de ventas o el precio de venta) y las variables de costo tendencia negativa (por ejemplo costo de la materia prima, costo de la mano de obra, capital requerido o tasa de impuestos).⁴²

⁴² http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_de_sensibilidad

**METODOLOGIA
UTILIZADA**

e) **METODOLOGÍA UTILIZADA**

Para el desarrollo del actual proyecto investigativo se aplicó diferentes métodos, técnicas y procedimientos, los mismos que se han seleccionado y unificado para este proyecto.

Para establecer el marco teórico y llegar a conocer el problema utilizamos la información bibliografía utilizando libros, periódicos, folletos, Internet, etc.

El estudio de mercado se realizó en el Cantón Joya de los Sachas, de acuerdo con la información de campo a través de la técnica de sondeo, entrevista y encuesta permitiendo conocer la demanda y oferta del servicio en la localidad obteniendo información valiosa como gustos, preferencias y requerimientos del usuario.

El mercado objetivo está constituido por los habitantes del área urbana del Cantón Joya de los Sachas, la misma que se demuestra en la siguiente tabla:

Cuadro N° 1				
POBLACIÓN AÑO 2010				
LA JOYA DE LOS SACHAS	Total	Urbana	Rural	TC
	36.814	9.631	27.183	4,4

Fuente: Inec - proyección población

Elaboración: Las autoras

Una vez determinada la población urbana total que habitan en el Cantón Joya de los Sachas se procede a determinar el tamaño de la muestra:

Tamaño de la Muestra

Para establecer la muestra se utilizó la siguiente fórmula.

FORMULA:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 * N} \quad n = \frac{9631}{1 + 0,05^2 (9631)} = 384,049 \text{ =====> } 385 \text{ encuestas.}$$

EN DONDE:

n= Tamaño de la muestra

N= Población total

E₂= Error admisible

Nota: Para una mayor seguridad se aplicó **385** encuestas

Finalmente la información obtenida se estableció a través del método estadístico.

El estudio técnico del nuestro proyecto se lo obtuvo mediante cotizaciones de distintas empresas del Cantón Joya de los Sachas, la misma que nos permitirán abastecer del material y equipo necesario, así como la tecnología nos permitió optimizar el servicio.

Par determinar el Estudio Técnico Financiero se procedió a realizar la información financiera del proyecto para lo cual se utilizaron los siguientes criterios de evaluación: El Valor Actual Neto (VAN); La Tasa Interna de Retorno (TIR); La Relación Costo Beneficio (R/B), el periodo de recuperación de capital y finalmente se realizó el análisis de sensibilidad todos estos indicadores permitirán medir la rentabilidad y factibilidad del proyecto.

El Estudio Organizacional lo ejecutamos una vez planteado el Estudio de Mercado, Técnico, Financiero y finalmente se procedió a obtener la formación bibliográfica sobre normas y aprovechamientos en la elaboración de organigrama Manual de funciones y a la vez sobre aspectos legales.

ANTECEDENTES

Los primeros cibercafés, fueron abiertos en Londres Inglaterra. El primer cibercafé fue el Café Cyberia, que abrió sus puertas en septiembre del noventa y cuatro. Su fundadora, Eva Pascoe, dice que la idea se le vino a la cabeza a principios de los años 90, cuando pasaba mucho tiempo lejos de su familia trabajando en su tesis doctoral.

En esos tiempos, era de las pocas personas que tenía acceso a una cuenta de correo electrónico, servicio puramente académico por aquellos días; pero al no tener nadie más en su familia una dirección de correo

electrónico, debía gastar cantidades considerables de dinero en cuentas telefónicas.

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

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

En el Ecuador, la primera institución en proveer acceso al Internet fue Ecuánex, un nodo de Internet establecido en 1991 por la Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica, Intercom. Esta red forma parte de la red mundial del Institute for Global Communications / Alliance for Progressive Communications (IGC/APC), que provee este servicio a organizaciones no gubernamentales y de desarrollo.

En el Ecuador, forman parte de Ecuánex instituciones tales como Acción Ecológica, ALAI, CAAP, CIUDAD, CONUEP, FLACSO, y la Universidad

Andina Simón Bolívar. El IGC brinda acceso a servicios tales como Peacenet y Econet, que ofrecen servicios de información sobre América Latina.

Un segundo nodo, Ecuonet, fue establecido en octubre de 1992, por la Corporación Ecuatoriana de Información, una entidad sin fines de lucro auspiciada por el Banco del Pacífico, la ESPOL, la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y otras entidades. Esta red está conectada en forma directa al NSFNET, mediante el sistema de comunicaciones del Banco del Pacífico. Una de las condiciones establecidas por este convenio es que las instituciones educativas y de investigación estarían exentas del pago mensual por la membresía; sin embargo, algunas Entidades sin fines de lucro y profesionales individuales han expresado su preocupación por el elevado costo de este servicio.

Adicionalmente, Ecuonet ha aportado a la creación de dos listas de discusión sobre el Ecuador: la lista ec-noticias-l@lac.net, que provee un boletín informativo diario preparado por Servidatos-Diario Hoy, y la lista ec-charla@lac.net, que es una lista de discusión para ecuatorianos en el exterior, y personas interesadas en el Ecuador

RESULTADOS

f) RESULTADOS

TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el desarrollo del presente trabajo se han logrado obtener los siguientes datos los mismos que son demostrados a continuación:

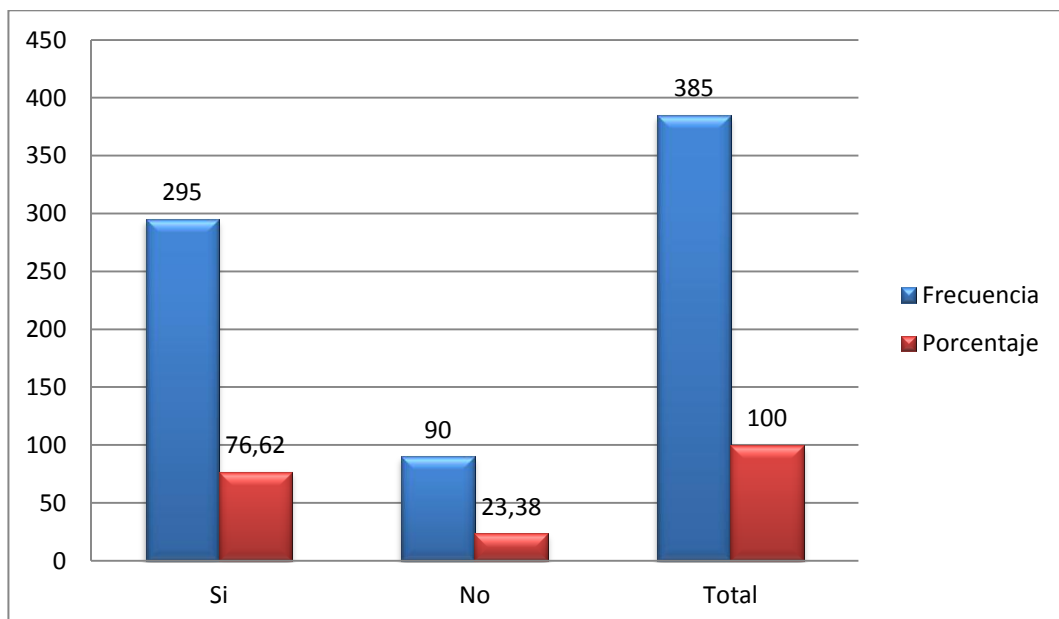
1. ¿utiliza usted los servicios de un Cyber?

Cuadro N° 2		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	295	76,62
No	90	23,38
Total	385	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 1



Análisis.- De acuerdo a las 385 encuestas de las cuales el 77% manifiestan que si hacen uso de los servicios de un cyber lo que permite deducir que el mercado si es apto para la implementación de una empresa que preste este servicio debido a la elevada demanda que se observa, mientras que el 23% restante de encuestas, dicen no hacer uso de este servicio debido que desconocen sobre los servicios que proporcionan este tipo de empresas.

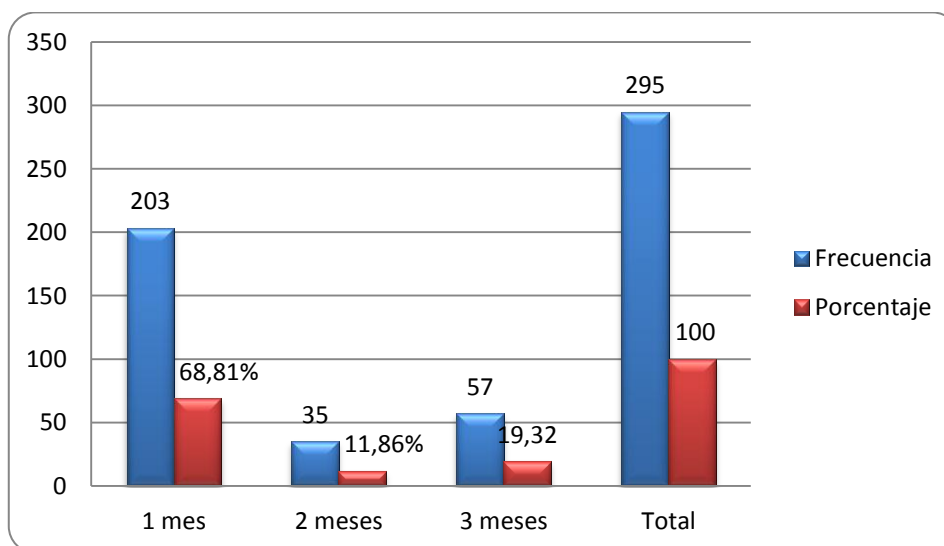
2. ¿Cuándo fue la última vez que uso internet?

Cuadro N° 3		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1 mes	203	68,81
2 meses	35	11,86
3 meses	57	19,32
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRÁFICO 2



De las 295 encuestas el 68,81% contestan cada mes, el 11,86% contestan 2 meses y el 19,32% contestan cada 3 meses

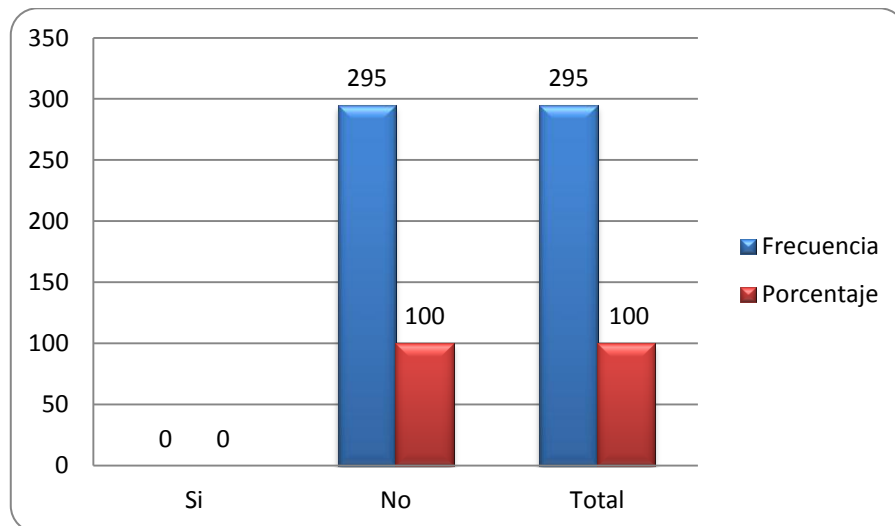
3. ¿existen en el sachá algún negocio que brinde todos estos servicios en un solo establecimiento?

Cuadro N° 4		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	295	100
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 3



Análisis.- De acuerdo a las 295 encuestas el 0% manifiestan que si existen negocios que brinde todos estos servicios y el 100% manifiesta que no existe existen negocios que brinde todos estos servicios, lo que permite deducir que el mercado si es apto para implementación de una empresa que preste todos estos servicios.

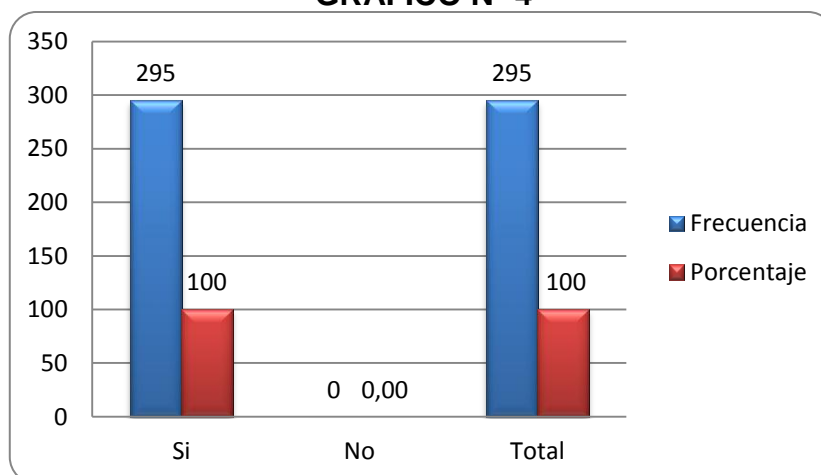
4. ¿Utilizaría usted los servicios de un cyber si se instalaría en la ciudad del sacha?

Cuadro N° 5		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	295	100
No	0	0
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 4



Análisis.- De acuerdo a los datos obtenidos de las 295 encuestas el 100% responden que si utilizarían los servicios de un cyber instalado en la Ciudad del Sacha.

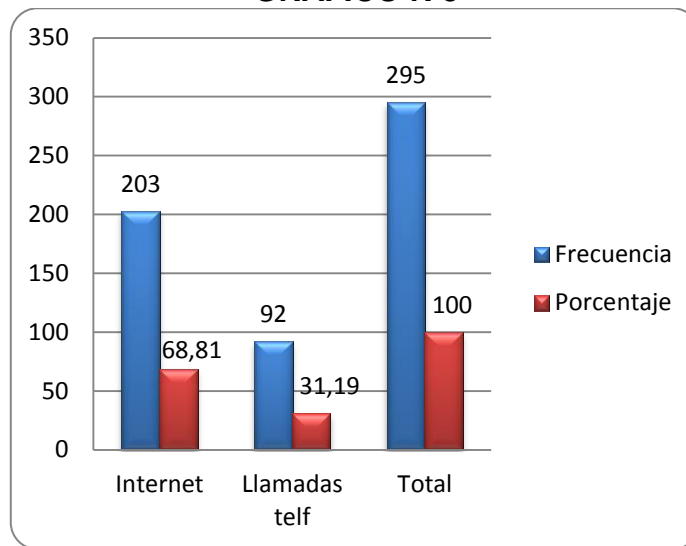
5. ¿Qué servicios utiliza con más frecuencia en un cyber?

Cuadro N° 6		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Internet	203	68,81
Llamadas telf	92	31,19
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRÁFICO N 5



Análisis.- De acuerdo a las 295 encuestas se puede observar en el cuadro que el 68,81% utilizan Internet, y el 31,19% utilizan llamadas telefónicas. Los resultados expuestos nos permiten deducir que el mayor número de usuarios hacen uso del servicio de Internet de lo que podemos considerar que es favorable para el proyecto.

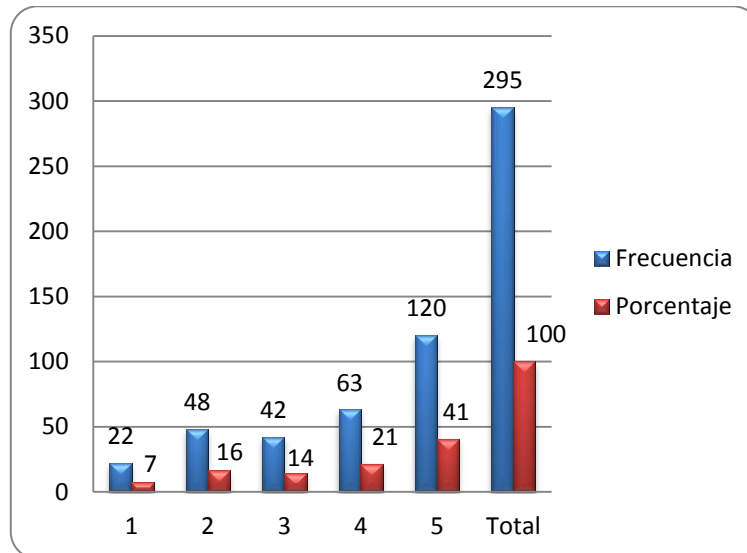
6. ¿Cuántas Horas Diarias Utiliza El Internet?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	22	7
2	48	16
3	42	14
4	63	21
5	120	41
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 6



Análisis.- De acuerdo al cuadro # 4 de las 295 personas que si hacen uso del servicio de Internet el 7% manifiesta hacer uso aproximadamente 1 hora al mes, 16% señala que utiliza el servicio 2 horas al mes, el 14% indican que utiliza de 3 horas al mes, el 21% manifiesta que utiliza 4 horas al mes y el 41% manifiesta que utiliza 5 horas al mes.

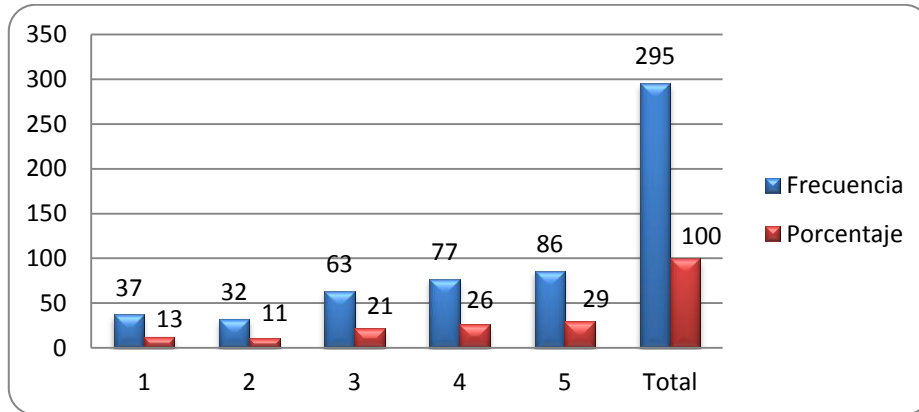
7. ¿Cuántas horas al mes utiliza el servicio de llamadas telefónicas?

Cuadro N° 8		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	37	13
2	32	11
3	63	21
4	77	26
5	86	29
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 7



De las 295 encuestas realizadas el 13% contestan que utilizan 1 hora, el 11% 2 horas, el 21% 3 horas, el 26% 4 horas y el 29% 5 horas, deducimos que existe una gran aceptación del servicio.

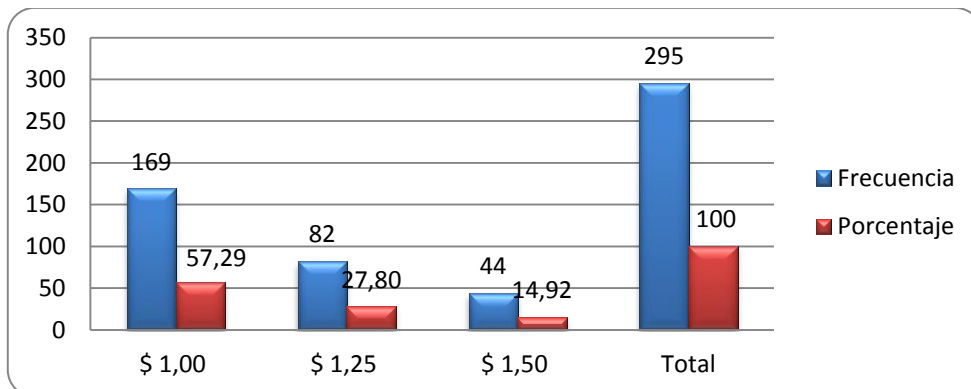
8. ¿Cuál es el costo que cancela por el servicio (hora de cyber)?

Cuadro N° 9		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1,00	169	57,29
\$ 1,25	82	27,80
\$ 1,50	44	14,92
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 8



Análisis.- Los resultados expuestos en el siguiente cuadro permite deducir que el precio que se estable por el servicio que brinda el resultado de las 295 encuestas el 57,29% cancela %1.00, 27,80% cancela \$1.25 y el 14,92% cancela \$1.50.

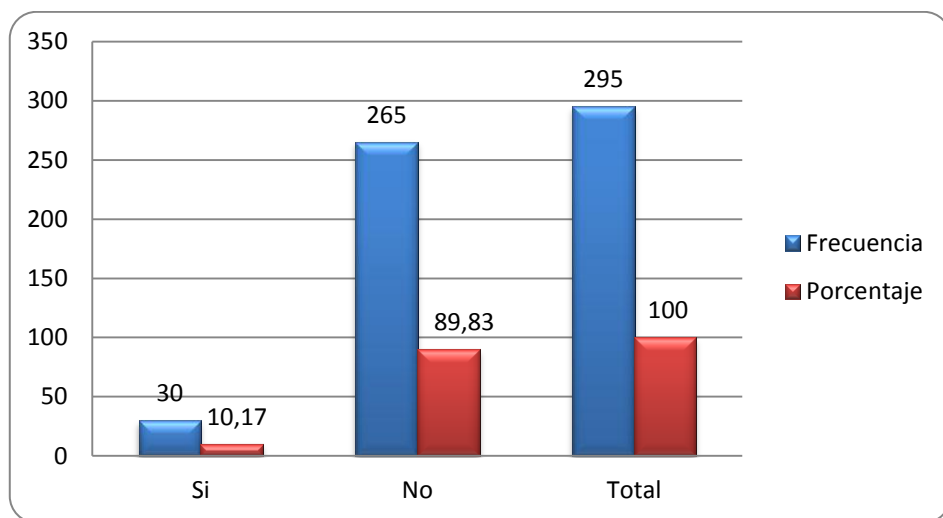
9. ¿Dispone de conexión a internet en su vivienda?

Cuadro N° 10		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	10,17
No	265	89,83
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 9



Análisis.- Del sector del universo encuestado se pudo establecer que el 10,17% si tiene conexión de Internet en su vivienda, y el 89,83% manifestaron que no tiene conexión de este servicio, por lo tanto la mayor parte de usuarios acuden a lugares públicos donde les brinden el servicio.

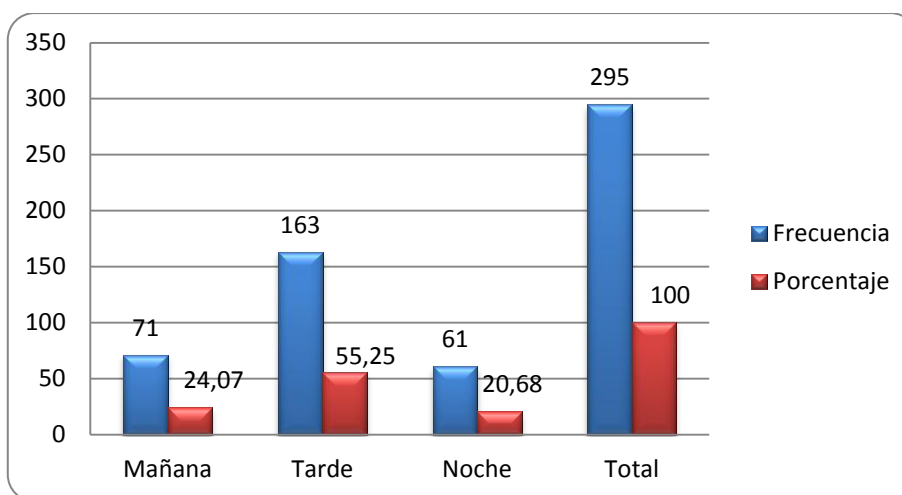
10. ¿En qué horario utiliza más el internet público?

Cuadro N° 11		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	71	24,07
Tarde	163	55,25
Noche	61	20,68
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 10



Análisis.- De la porción del universo encuestado se pudo verificar que el 24,07% equivale al 71 personas nos indicaron que por la mañana, el 55,25% que equivale a 163 personas, por la tarde y el 20,68% que equivale al 61 encuestados, por lo que se detecta que la mayor parte utilizan el servicio por la tarde.

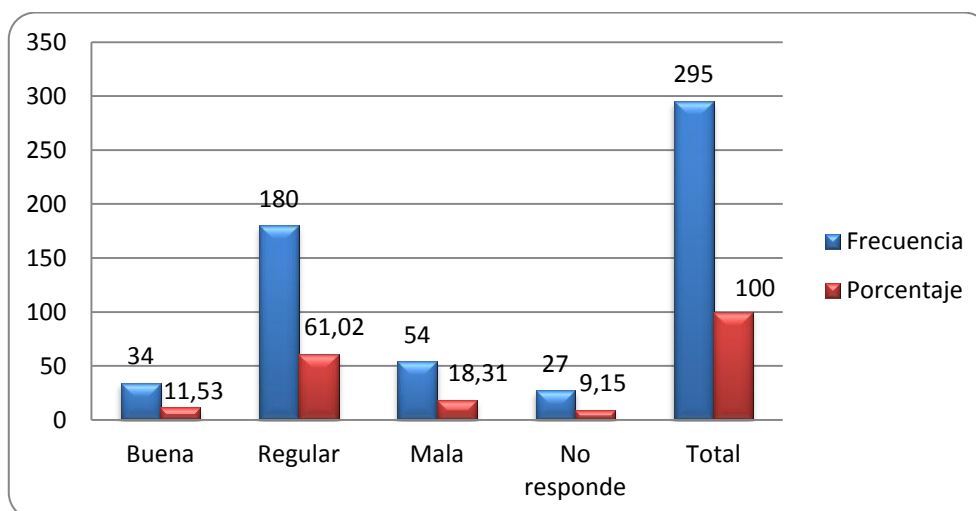
11. De los que usted ha utilizado ¿considera que la calidad del internet, cabinas y fotocopiado es?

Cuadro N° 12		
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Buena	34	11,53
Regular	180	61,02
Mala	54	18,31
No responde	27	9,15
Total	295	100

Fuente: Investigación

Elaborado: Las autoras

GRAFICO N° 11



Análisis.- Según el número de encuestados 34 personas que equivale a una frecuencia del 11,53% nos indican que es de buena calidad, 180 personas que equivale al 61,02% nos indican que es de regular la calidad, 54 personas que equivale al 18,31% nos indican que es mala calidad y 27 personas encuestadas que equivale al 9,15% no responden, por lo que se detecta que la mayoría de oferta no satisface las necesidades de la población en lo que se refiera a calidad.

DISCUSIÓN

g) DISCUSIÓN

1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda hemos considerado realizarlo en función de las siguientes variables para su análisis las mismas que son: Demanda Potencial, Demanda Real y Demanda efectiva, los mismos que a continuación son detallamos:

1.1 DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la demanda potencial del uso del autoservicio Cyber es necesario realizar cálculos los mismos que son demostrados en las tablas que a continuación se detallan:

1. Proyectamos la población urbana del cantón Joya de los Sachas para la vida útil del proyecto.
2. Multiplicamos por el porcentaje de aceptación del uso del servicio determinado en la tabla N° 2 de los resultados, obteniendo así la demanda potencial.

Cuadro N° 13				
DEMANADA POTENCIAL				
Periodos	Años	Población	Porcentaje	D. Potencial
0	2010	9.631,0	76,62	7379,6
1	2011	10.054,8	76,62	7704,3
2	2012	10.497,2	76,62	8043,3
3	2013	10.959,0	76,62	8397,2
4	2014	11.441,2	76,62	8766,7
5	2015	11.944,7	76,62	9152,4

Fuente: Tabla N° 2

Elaboración: Las autoras

1.2 DEMANDA REAL

Se refiere aquellos elementos que hacen uso del servicio de nuestra empresa para lo cual se realizaron los siguientes pasos los mismos que se demuestran en la siguiente tabla:

1. Obtenida la demanda potencial esta es multiplicada por el porcentaje de aceptación dato obtenido en la tabla N° 5 de los resultados, dándonos la demanda real.

Cuadro N° 14				
DEMANDA REAL				
Periodos	Años	D. Potencial	Porcentaje	D. Real
0	2010	7.379,6	100,00	7379,6
1	2011	7.704,3	100,00	7704,3
2	2012	8.043,3	100,00	8043,3
3	2013	8.397,2	100,00	8397,2
4	2014	8.766,7	100,00	8766,7
5	2015	9.152,4	100,00	9152,4

Fuente: Tabla N° 13 y 5

Elaboración: Las autoras

1.3 DEMANDA EFECTIVA

Determinada la Demanda real es necesario determinar la demanda efectiva que es la que realmente el proyecto se encarga de satisfacer, Para el siguiente proyectos se hace necesario hacer dos tablas en las cuales se demuestra la demanda efectiva de los dos servicios que se pretende brindar, estos cálculos se demuestran en las tablas que a continuación se detallan:

1. Para determinar la demanda efectiva del internet se hace necesario hacer los siguientes cálculos:
2. Primeramente realizamos el cálculo del uso promedio del internet el mismo que se determina en horas mensuales, este valor es multiplicado por 12 meses dándonos el valor anual:

Cuadro N° 15		
USO PROMEDIO INTERNET		
Alternativas	Frecuencia	F*X
1	22	22
2	48	96
3	42	126
4	63	252
5	120	600
Total	295	1.096

Fuente: Investigación tabla N° 7

Elaborado: Las autoras

$$\bar{X} = \frac{\Sigma f.x}{\Sigma f} = 3,72 * 12 = 44,65$$

3. Con estos cálculos procedemos a determinar la demanda efectiva del uso de internet en horas lo que se demuestra en la siguiente tabla:

Cuadro N° 16						
DEMANDA EFECTIVA INTERNET						
Periodos	Años	D. Real	Porcentaje	D. Efectiva	Uso promedio	D. Efectiva H.
0	2010	7.379,6	68,81	5078,2	45	226.400,0
1	2011	7.704,3	68,81	5301,6	45	236.361,6
2	2012	8.043,3	68,81	5534,9	45	246.761,5
3	2013	8.397,2	68,81	5778,4	45	257.619,0
4	2014	8.766,7	68,81	6032,7	45	268.954,3
5	2015	9.152,4	68,81	6298,1	45	280.788,3

Fuente: Tabla N° 14 y 15

Elaboración: Las autoras

4. Para determinar la demanda efectiva de las llamadas telefónicas se hacen los siguientes cálculos:
5. Realizamos el cálculo del uso promedio de las llamadas telefónicas el mismo que se determina en minutos mensuales, este valor es multiplicado por 12 meses dándonos el valor anual:

Cuadro N° 17		
USO PROMEDIO LLAMADAS TELEFONICAS		
Alternativas	Frecuencia	F*X
1	37	37
2	32	64
3	63	189
4	77	308
5	86	430
Total	295	1.028

Fuente: Investigación tabla N° 8

Elaborado: Las autoras

$$\bar{X} = \frac{\sum f.x}{\sum f} = 3,48 * 12 = 41,76$$

6. Con estos cálculos procedemos a determinar la demanda efectiva del uso de llamadas telefónicas como se demuestra en la siguiente tabla:

Cuadro N° 18						
DEMANDA EFECTIVA LLAMADAS TELEFONICAS						
Periodos	Años	D. Real	Porcentaje	D. Efectiva	Uso promedio	D. Efectiva M.
0	2010	7.379,6	31,19	2301,4	42	96.238,9
1	2011	7.704,3	31,19	2402,7	42	100.473,5
2	2012	8.043,3	31,19	2508,4	42	104.894,3
3	2013	8.397,2	31,19	2618,8	42	109.509,6
4	2014	8.766,7	31,19	2734,0	42	114.328,1
5	2015	9.152,4	31,19	2854,3	42	119.358,5

Fuente: Tabla N° 15 y 6

Elaboración: Las autoras

1.4 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

Para determinar la oferta del servicio de internet y de las llamadas telefónicas en el Cantón La Joya de los Sachas, fue necesaria la aplicación de técnicas de recolección de información por medio de (sondeo, entrevistas).

1.5 OFERTA ACTUAL

Para determinar el porcentaje de aceptación de la demanda que tienen los locales que brindan el servicio de internet y de llamadas telefónicas es necesario remitirse a la información obtenida a través de la entrevista dirigida a los administradores o dueños de los locales en la que pudimos obtener los siguientes datos:

1. Cantidad ofertada en horas de internet, la misma que se presenta en la siguiente tabla:

Cuadro N° 19			
OFERTA INTERNET AÑO 2010			
Locales	Horas	Días año	Total anual
Cybernet	35	312	10920
Masternet	28	312	8736
Net plus	20	312	6240
TOTAL			25896

Fuente: Entrevista directa

Elaborado: Las autoras

2. A continuación se proyecta el uso de internet para los siguientes años utilizando como indicador la tasa de crecimiento poblacional del 4,4%, la misma que se demuestra en la siguiente tabla:

Cuadro N° 20		
OFERTA INTERNET		
Periodos	Años	Oferta
0	2010	25896
1	2011	27035
2	2012	28225
3	2013	29467
4	2014	30763
5	2015	32117

Fuente: Tabla N° 19

Elaborado: Las autoras

3. Cantidad ofertada en horas de llamadas telefónicas, la misma que se presenta en la siguiente tabla:

Cuadro N° 21			
OFERTA LLAMADAS TELEFONICAS 2010			
Locales	Minutos	Días año	Total anual
Cybernet	30	312	9360
Masternet	27	312	8424
Net plus	22	312	6864
TOTAL			24648

Fuente: Entrevista directa

Elaborado: Las autoras

4. A continuación se presenta la proyección del uso de las llamadas telefónicas para los siguientes años utilizando como indicador la tasa de crecimiento poblacional del 4,4%, la misma que se demuestra en la siguiente tabla:

Cuadro N° 22		
OFERTA LLAMADAS TELEFONICAS		
Periodos	Años	Oferta
0	2010	24648
1	2011	25733
2	2012	26865
3	2013	28047
4	2014	29281
5	2015	30569

Fuente: Tabla N° 21

Elaborado: Las autoras

1.6 DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la Demanda Insatisfecha se debe tomar como referencia la demanda efectiva, en este caso el internet y las llamadas telefónicas por ser dos servicios se presentan dos tablas que a continuación se detallan:

Cuadro N° 23				
DEMANDA INSATISFECHA INTERNET				
Periodos	Años	D. Efectiva	Oferta	D. Insatisfecha
0	2010	226.400,0	25.896,0	200.504,0
1	2011	236.361,6	27.035,4	209.326,2
2	2012	246.761,5	28.225,0	218.536,6
3	2013	257.619,0	29.466,9	228.152,2
4	2014	268.954,3	30.763,4	238.190,9
5	2015	280.788,3	32.117,0	248.671,3

Fuente: Tabla N° 16 y 20

Elaboración: Las autoras

Cuadro N° 24				
DEMANDA INSATISFECHA LLAMADAS TELEFONICAS				
Periodos	Años	D. Efectiva	Oferta	D. Insatisfecha
0	2010	96.238,9	24.648,0	71.590,9
1	2011	100.473,5	25.732,5	74.740,9
2	2012	104.894,3	26.864,7	78.029,5
3	2013	109.509,6	28.046,8	81.462,8
4	2014	114.328,1	29.280,9	85.047,2
5	2015	119.358,5	30.569,2	88.789,3

Fuente: Tabla N° 18 y 22

Elaboración: Las autoras

1.7 ESTRATÉGIAS COMERCIALES

1.7.1 SERVICIO

El servicio que el proyecto propone es de Internet y Cabinas telefónicas, el mismo que estará distribuido de la siguiente manera, cuatro cabinas telefónicas y seis computadoras, en jornadas de trabajo establecidas de 8 horas diarias, con atención al cliente de calidad y con un servicio eficiente y eficaz.

1.7.2 PRECIO

Para establecer el precio del servicio por hora se tomará como referencia los precios del servicio en el mercado local el cual establecen la hora de Internet \$1.00, y; Para las llamadas telefónicas se lo establece por minutos cada minuto de acuerdo a lo que establece el mercado el costo es de \$0,40 centavos de dólar

1.7.3 PLAZA

Considerando que el servicio a prestar no requiere de intermediarios (canales de distribución) sino de una ubicación fija, es necesario que la empresa se establezca en la zona céntrica del Cantón donde exista mayor influencia de personas en especial estudiantes, es decir que se debe ubicar al local cerca del mercado de usuarios.

MEDIOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El Canal de Distribución es la ruta que toma un bien o servicio para pasar del productor a los consumidores por lo que nuestra meta es vender y brindar el mejor servicio de sistema con tecnología moderna.

El Canal de Distribución que se establece para brindar el servicio de internet y llamadas telefónicas en el Cantón Joya de los Sachases el siguiente:

DETALLISTA - CONSUMIDOR FINAL

Con este esquema el servicio de sistema de Internet y llamadas telefónicas estará a disposición de todos los pobladores urbanos del Cantón Joya de los Sachas, a un precio justo y con un servicio de última tecnología, además esta empresa estará ubicada en un lugar estratégico que permitirá a cualquier persona obtener este servicio

1.7.4 PROMOCIÓN

Para dar a conocer el servicio al mercado de usuarios, se realizará publicidad a través de radio y hojas volantes. Para resaltar la ubicación del local se debe adquirir un rotulo luminoso **ZONA VIRTUAL Y CABINAS DERLIS CIA LTDA.**

En lo referente a las promociones, el proyecto persigue como objeto principal alcanzar la fidelidad del usuario a la empresa, para lo cual el cliente lo desee y podrá suscribirse a la empresa y hacer usos del servicio por las 8 horas diarias que pretendemos ofrecer los servicios.

PUBLICIDAD

ZONA VIRTUAL DERLIS Y CABINAS CIA. LTDA

OFRECE LO MEJOR EN INTERNET Y COMUNICACIÓN

Dirección: Calle Alejandro Labaka
Telfs. 062899982



PROPAGANDA

ZONA VIRTUAL DERLIS Y CABINAS CIA. LTDA

Les ofrece lo mejor en Internet Banda Ancha, Cabinas Telefónicas, Servicio de Fax, Copias b/n color, Impresiones, siempre los primeros y mejores en calidad y tecnología de punta, ven visítanos serás atendido cordialmente. Atención permanente de 7H00 a 21H30 de lunes a domingo, estamos ubicados en el mercado san Francisco junto a la parada de rancheras Alejandro Labaka.

2. ESTUDIO TÉCNICO

Busca diseñar la función de producción óptima que utilice mejor los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, a costos mínimos con calidad, que satisfaga a los clientes, competitividad en el mercado, flexibilidad adecuada en las líneas de producción y el compromiso empresarial necesario para dar servicio con valor agregado a los clientes.

Los servicios que se pretende ofrecer tienen como objetivo cubrir las necesidades de los consumidores del Cantón Joya de los Sachas y además estará contribuyendo a satisfacer las diferentes necesidades existentes en nuestro Cantón.

2.1 TAMAÑO

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o a la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto, también se define como la capacidad de producción al

volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año dependiendo del tipo de proyecto.

Para desarrollar su análisis se hace en función de:

2.2 CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada se refiere a la capacidad máxima del servicio que el proyecto puede brindar a la comunidad haciendo el uso máximo que es del 100%, para el presente proyecto se tiene que tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Para el internet se lo calculará en función de la cantidad de máquinas instaladas, y el tiempo máximo utilizado lo cual se demuestra en las siguientes tablas:

Cuadro N° 25			
CAPACIDAD INSTALADA INTERNET			
Horas diarias	Dias anual	N° maquinas	Total en horas
24	365	6	52.560

Fuente: Diseño técnico

Elaborado: Las autoras

2. Con los datos anteriores se procede a demostrar la capacidad instalada del uso en internet en horas y que se demuestra en la siguiente tabla:

Cuadro N° 26		
CAPACIDAD INSTALADA INTERNET		
Periodos	Años	Horas
0	2010	52.560
1	2011	52.560
2	2012	52.560
3	2013	52.560
4	2014	52.560
5	2015	52.560

Fuente: Tabla N° 23

Elaborado: Las autoras

3. Para el usos de llamadas telefónicas se lo calculará en función de la cantidad de cabinas, los minutos y el tiempo máximo utilizado lo cual se demuestra en las siguientes tablas:

Cuadro N° 27				
CAPACIDAD INSTALADA LLAMADAS TELEFONICAS				
Horas diarias	Minutos x hora	Días anual	N° cabinas	Total en horas
24	60	365	4	2.102.400

Fuente: Diseño técnico

Elaborado: Las autoras

4. Con estos datos demostrados con anterioridad se procede a demostrar la capacidad instalada del uso de llamadas telefónicas en minutos y que se demuestra en la siguiente tabla:

Cuadro N° 28		
CAPACIDAD INSTALADA LLAMADAS TELEFONICAS		
Periodos	Años	Minutos
0	2010	2.102.400
1	2011	2.102.400
2	2012	2.102.400
3	2013	2.102.400
4	2014	2.102.400
5	2015	2.102.400

Fuente: Tabla N° 25

Elaborado: Las autoras

2.3 CAPACIDAD UTILIZADA

Para determinar la capacidad instalada en el uso del servicio de internet y de llamadas telefónicas las siguientes especificaciones:

1. Para el internet se tomó como referencia la cantidad de máquinas que se pondrán en funcionamiento esto multiplicado por el tiempo que se pretende dar el servicio, lo cual se demuestran en las siguientes tablas:

Cuadro N° 29			
CAPACIDAD UTILIZADA INTERNET			
Horas diarias	Dias anual	N° maquinas	Total en horas
8	270	6	12.960

Fuente: Diseño técnico

Elaborado: Las autoras

2. A continuación presentamos la proyección del uso del internet para los cinco años de vida útil del proyecto:

Cuadro N° 30		
CAPACIDAD UTILIZADA INTERNET		
Periodos	Años	Horas
0	2010	12.960
1	2011	12.960
2	2012	12.960
3	2013	12.960
4	2014	12.960
5	2015	12.960

Fuente: Tabla N° 27

Elaborado: Las autoras

3. Para las llamadas telefónicas se tomó como referencia la cantidad de cabinas que se pondrán en funcionamiento esto multiplicado por el tiempo que se pretende dar el servicio, lo cual se demuestran en las siguientes tablas:

Cuadro N° 31				
CAPACIDAD UTILIZADA LLAMADAS TELEFONICAS				
Horas diarias	Llamadas x hora	Dias anual	N° cabinas	Total en horas
8	15	270	4	129.600

Fuente: Diseño técnico

Elaborado: Las autoras

4. A continuación presentamos la proyección del uso de llamadas telefónicas para los cinco años de vida útil del proyecto:


Cuadro N° 32		
CAPACIDAD UTILIZADA LLAMADAS TELEFONICAS		
Periodos	Años	Minutos
0	2010	129.600
1	2011	129.600
2	2012	129.600
3	2013	129.600
4	2014	129.600
5	2015	129.600

Fuente: Tabla N° 29

Elaborado: Las autoras

2.4 LOCALIZACIÓN

El objetivo de la localización es determinar el lugar exacto den donde se ubicará la empresa y la disposición de todos los servicios en la utilización del servicio tales como:

-  Agua, luz, teléfono y los canales de distribución.

2.5 MACROLOCALIZACIÓN

La Empresa **ZONA VIRTUAL Y CABINAS DERLIS CIA. LTDA**, para esta empresa tenga mayor rentabilidad debe estar ubicado en un lugar estratégico en donde los costos del servicio sean accesibles.

MAPA DE LA PROVINCIA DE ORELLANA

GRAFICO N° 12



2.6 MICRO LOCALIZACIÓN

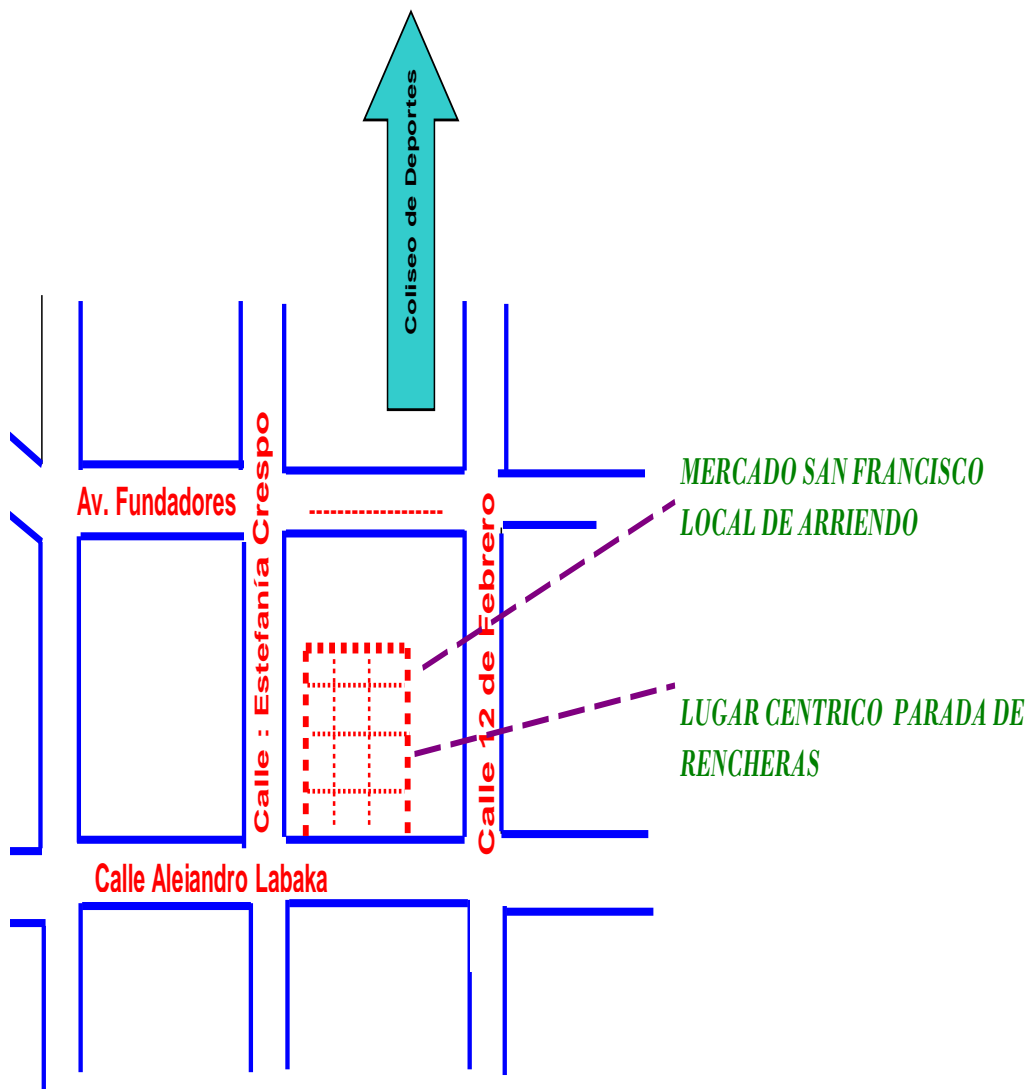
La Empresa se ubicara en el Cantón Joya de los Sachas Provincia de Orellana, calle, Alejandro Labaka y 12 de febrero se ha elegido este lugar por cuanto los servicios básicos como son: Agua, Luz, Teléfono y vías de acceso en buen estado

UBICACIÓN DE LA EMPRESA ZONA VIRTUAL Y CABINAS DERLIS CIA.

LTDA.

GRAFICO 13

UBICACIÓN



CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS

2.7 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de la ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

El objetivo de este estudio está ligado con: la instalación y funcionamiento de la planta, señalando el proceso productivo así como también la maquinaria y equipos necesarios.

A continuación se dan a conocer algunos elementos importantes dentro de la ingeniería como son:

2.7.1. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

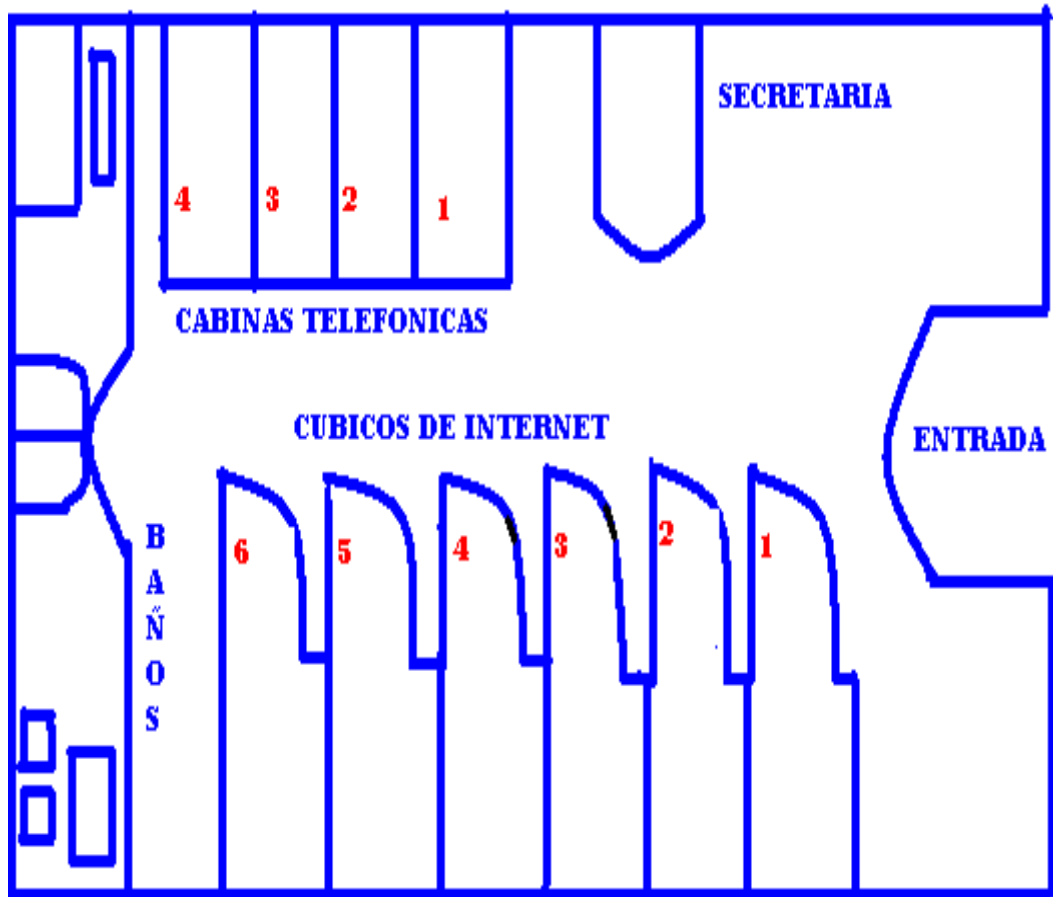
La distribución de la planta, corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del servicio a brindar y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los usuarios.

Para ello es importante considerar todos los elementos necesarios para el desarrollo del proyecto, como lo es la maquinaria, equipo, personal, etc.

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA ZONA VIRTUAL Y CABINAS

DERLIS CIA. LTDA.

GRÁFICO N° 14















2.7.2 PROCESOS DEL SERVICIO

Se llama proceso al procedimiento de transformación de unos elementos determinados en un producto o servicio específico, transformación que se efectúa mediante una actividad humana determinada, utilizando una serie de instrumentos de trabajo tales como herramientas, máquinas e instalaciones.




FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA EL SERVICIOS DE INTERNET

GRÁFICO N° 15

DIAGRAMA DE SECUENCIA DEL PROCESO		RESUMEN							
ACTIVIDADES: Servicio de internet		ACCIONES							
INICIO:									
FIN:									
PERSONA QUE SOLICITA:		Operación							
PREPARADO POR:		Transporte							
MATERIAL:		Inspección							
FECHA:		Demora							
UNIDAD ADMINISTRATIVA: Departamento de Servicio		Almacenaje							
Subunidad Administ: Ventas		TOTALES							
	DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO	SIMBOLOS				ANÁLISIS			
									
		Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Distancia	Cant	Tiempo (min)
1	Petición del servicio por parte del cliente								
2	Habilitación del internet al equipo asignado								0:01:00
3	Uso del servicio de internet								1:00:00
4	Cierre del uso de internet al equipo asignando								0:01:00
5	Cancelación en caja por uso del servicio								0:01:00
TOTAL									1:03:00

**FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA EL SERVICIOS DE LLAMADAS
TELEFONICAS**

GRÁFICO N° 16

DIAGRAMA DE SECUENCIA DEL PROCESO						RESUMEN				
ACTIVIDADES: Servicio de llamadas telefonicas						ACCIONES				
INICIO:										
FIN:										
PERSONA QUE SOLICITA:						Operación				
PREPARADO POR:						Transporte				
MATERIAL:						Inspección				
FECHA:						Demora				
UNIDAD ADMINISTRATIVA: Departamento de Servicio						Almacenaje				
Subunidad Administ: Ventas						TOTALES				
			SIMBOLOS			ANÁLISIS				
										
			Operación	Transporte	Inspección	Demora	Almacenaje	Distancia	Cant	Tiempo (min)
1	Petición del servicio por parte del cliente									
2	Habilitación de la llamada									0:01:00
3	Uso del servicio de llamada									0:01:00
4	Cierre del uso de llamada									0:01:00
5	Cancelación en caja por uso del servicio									0:01:00
TOTAL										0:04:00

3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1 BASE LEGAL

La Base Legal sirve para la constitución de una empresa ya que debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley.

MINUTA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una de constitución de compañía en nombre colectivo, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OTORGANTES.- Concurren al otorgamiento de esta escritura las señoras: AGUILAR QUEZADA ORFILA GRACIELA; BERRUZ TOAZA MIRIAN GREIS, las comparecientes declaran ser ecuatorianas, mayores de edad, casadas las dos, domiciliadas en esta ciudad, sin impedimento legal para contratar.

SEGUNDA: CONSTITUCIÓN.- Las comparecientes convienen libre y voluntariamente, en constituir la compañía en nombre colectivo: **“MULTICERVICIOS CYBER”**, la misma que se regirá por las leyes del Ecuador y por los siguientes estatutos.

TERCERA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO “MULTICERVICIOS CYBER”

CAPÍTULO PRIMERO: RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.

Art. 1.- La compañía que se constituye por el presente instrumento llevará la razón social de “MULTICERVICIOS CYBER”, debiendo en consecuencia, en todas sus operaciones y actividades actuar con este nombre.

Art. 2.- El domicilio principal de la compañía en el Cantón de los Sachas Provincia de Orellana ,, República del Ecuador; y por resolución de la junta gerencial de socios, podrá establecer sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o en países extranjeros, conforme a ley.

Art. 3.- La compañía tiene como objeto social principal, dar servicio de internet y llamadas telefónicas. Podrá por tanto, realizar todos los actos y contratos civiles y mercantiles, relacionados con el objeto social principal.

Art. 4.- El plazo de duración de la compañía es de **CINCO AÑOS**, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil, sin embargo, la junta general de socios podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPÍTULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL

Art. 5.- El capital social de la compañía es de Diez mil ciento veinte y un dólares, dividido en Diez mil ciento veinte y un aportaciones de un dólar. El capital está íntegramente suscrito y pagado conforme se especifica en las declaraciones.

Art. 6.- La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta general de socios. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital en proporción de sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

Art. 7.- El pago del aumento de capital podrá hacerse en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de utilidades, por capitalización del superávit proveniente de la revalorización de activos fijos o por los demás medios previstos en la ley.

Art. 8.- La compañía puede reducir el capital social por resolución de la Junta general de socios, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.

Art. 9.- Las aportaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello, el consentimiento unánime de los socios que la cesión o venta se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones legales. Los socios tienen derecho preferente para adquirir las aportaciones de los otros socios, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

Art. 10.- Las resoluciones de aumento y reducción del capital, se tomarán con el consentimiento unánime de los socios; y las modificaciones correspondientes a la escritura constitutiva, se harán sujetándose a las solemnidades previstas por la ley para la formación de la compañía en nombre colectivo.

CAPÍTULO TERCERO: DE LOS SOCIOS, OBLIGACIONES Y DERECHOS

Art. 11.- Son obligaciones de los socios:

- a) Tomar a su cargo las funciones que le fueren encomendadas por la Junta general de socios, por el presidente administrativo o el gerente, según sus atribuciones;
- b) Cumplir con las encomiendas y deberes que le asignaren la Junta general de socios, el presidente administrativo o el gerente;
- c) Cumplir con las obligaciones de los socios previstas en la Ley de Compañías;
- d) Las demás que le señalen estos estatutos.

Art. 12.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios y en las deliberaciones de la compañía, personalmente o mediante mandato a otro socio, con poder notarial o carta poder para cada sesión. El poder a un particular será necesariamente

- notariado. Cada socio tiene derecho a un voto cualquiera sea el monto de sus aportaciones;
- b) Elegir y ser elegido para cualquiera función en los organismos de administración y fiscalización;
 - c) A percibir utilidades y beneficios a prorrata de las aportaciones pagadas, salvo que la Junta general de socios decida hacerlo en otra forma;
 - d) Los demás previstos en la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 13.- La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales, es la que determine la ley. No se reconocerá a favor de los socios beneficios económicos especiales, ni intereses a sus aportes.

CAPÍTULO CUARTO: DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

Art. 14.- El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio de la Junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente.

SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Art. 15.- La Junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en número suficiente para formar quórum.

Art. 16.- Las sesiones de Junta general de socios son ordinarias y extraordinarias; se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de

socios en la modalidad de Junta universal; esto es, que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y todos los asistentes, quienes deberán suscribir el acta y bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose legalmente convocada y válidamente constituida.

Art. 17.- Las Juntas ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía: y, las extraordinarias en cualquier tiempo en que fueren convocadas, luego del referido lapso. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria; caso contrario, las resoluciones serán nulas.

Art. 18.- Las Juntas generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios y con ocho días por lo menos de anticipación al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, hora, orden del día y objeto de la sesión.

Art. 19.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del número de socios de la compañía; en segunda convocatoria se podrá sesionar con el número de

socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá continuar válidamente sin el quórum establecido.

Art. 20.- Con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías, las resoluciones se tomarán con los votos favorables de la mayoría absoluta de los socios concurrentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Art. 21.- Las resoluciones de la Junta general de socios, tomadas con arreglo a la ley y a lo que disponen estos estatutos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto, estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

Art. 22.- Las sesiones de Junta general de socios, serán presididas por el presidente administrativo de la compañía, y a su falta, por la persona designada en cada sesión de entre los socios. Actuará de secretario o el socio que la Junta elija en cada caso.

Art. 23.- Las actas de las sesiones de Junta general de socios, se llevarán escritas a mano, en libro de actas, cuyas hojas deberán estar debidamente numeradas, escritas en el anverso y el reverso, las mismas que llevarán las firmas del presidente y secretario y serán rubricadas por los mismos en cada página. El presidente administrativo de la compañía resolverá los demás aspectos formales sobre las actas, dejando constancia de ello. De cada sesión de Junta se formará un expediente, el

mismo que contendrá la copia del acta y de los documentos que adjudiquen que las convocatorias han sido hechas legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

Art. 24.- Son atribuciones privativas de la Junta general de socios:

- a) Resolver sobre el aumento o disminución del capital, la fusión o transformación de la compañía, la disolución anticipada, prórroga del plazo de duración; y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y estos estatutos;
- b) Nombrar al presidente administrativo y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y removerlos de sus funciones por causa debidamente justificada;
- c) Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
- d) Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- e) Acordar la exclusión de socios, de acuerdo con las causas establecidas en la ley;
- f) Resolver el establecimiento de sucursales, oficinas y agencias;
- g) Resolver cualquier asunto que no sea de competencia privativa del presidente administrativo o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- h) Interpretar con el carácter de obligatorio en los casos de duda que se presenten, sobre las disposiciones de estos estatutos y sobre las convenciones que rijan la vida de la compañía;

- i) Reglamentar los estatutos;
- j) Fijar la clase y monto de las cauciones que tengan que rendir los empleados que manejen bienes y valores, calificar esas fianzas, aceptarlas y ordenar su cancelación cuando llegue el caso;
- k) Aprobar el presupuesto de la compañía;
- l) Resolver sobre las adquisiciones, préstamos e inversiones de más de MIL DÓLARES;
- m) Las demás que señalen estos estatutos y la Ley de Compañías.

Art. 25.- Las resoluciones de la Junta general de socios, son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE ADMINISTRATIVO

Art. 26.- El presidente administrativo de la compañía será nombrado por la Junta general, de entre los socios; durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Percibirá la remuneración que señale la Junta general de socios.

Art. 27.- Son deberes y atribuciones del presidente administrativo de la compañía:

- a) Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma; e informar a la junta general de socios, anualmente o cuando se le solicite;
- b) Convocar, presidir la Junta general de socios y suscribir las actas;

- c) Vigilar la contabilidad y la preparación de los informes a la Junta general de socios, sobre el estado económico y movimiento financiero y contable de la compañía;
- d) Subrogar al gerente por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias, mientras dure su ausencia; o, hasta que la Junta general de socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento; esto, aunque no se le hubiere encargado por escrito;
- e) Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;
- f) Inscribir su nombramiento en el Registro Mercantil;
- g) Ejercer las demás funciones, deberes y atribuciones que le señalen la Ley de Compañías, estos estatutos y la Junta general de socios.

SECCIÓN TRES: DEL GERENTE

Art. 28.- El gerente será un socio de la compañía, nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Recibirá la remuneración que señale la Junta general de socios

Art. 29.- Son deberes y atribuciones de gerente de la compañía:

- a) Representará la compañía en forma legal, judicial y extrajudicialmente;
- b) Perseguir el cumplimiento del fin social de la compañía;

- c) Dirigir la cuestión económica financiera de la compañía;
- d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;
- e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía y suscribir los documentos correspondientes;
- f) Realizar inversiones y adquisiciones hasta por el monto de MIL DÓLARES, sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley de Compañías;
- g) Firmar el nombramiento del presidente administrativo y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- h) Nombrar al personal administrativo y contratar el personal técnico que requiera la compañía, conjuntamente con el presidente;
- i) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- j) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de Junta general de socios;
- k) Conferir copias y certificaciones de los actos de la Junta general de socios, del presidente y de la gerencia;
- l) Manejar cuentas bancarias de la compañía, según sus atribuciones;
- m) Hacer efectivos los ingresos de la compañía;
- n) Presentar a la Junta general de socios el informe administrativo y económico, balances, estado de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios, según lo dispuesto en estos

estatutos, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;

- o) Resolver las observaciones, peticiones y reclamos de los socios y de terceros, interpuestos a la compañía por los canales administrativos y legales pertinentes;
- p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley y estos estatutos; y, las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO: DE LA FISCALIZACIÓN Y ASESORÍA CONTABLE

Art. 30.- Los socios de la compañía nombrarán de entre ellos un interventor, para que vigile, inspeccione, controle y fiscalice los actos de los administradores y las operaciones sociales, con derecho ilimitado y sin dependencia de la administración. El interventor durará dos años en sus funciones y puede ser indefinidamente reelegido.

Art. 31.- Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, la Junta general de socios podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada.

CAPÍTULO SEXTO: DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Art. 32.- La disolución y liquidación de la compañía, se regla por las disposiciones pertinentes en la Ley de Compañías y estos estatutos.

Art. 33.- En la liquidación de la compañía, el remanente del patrimonio, será distribuido entre los socios, una vez cumplidas las obligaciones sociales, en proporción al aporte pagado de cada socio.

DISPOSICIÓN GENERAL

Todo lo no previsto en estos estatutos y en los reglamentos la compañía, será conocido y resuelto por la Junta general de socios.

SECCIÓN CUARTA: DECLARACIONES

- 1) El capital con que se constituye la compañía, ha sido suscrito y pagado en su totalidad. Los socios fundadores aportan a la compañía de las siguiente forma:
 - a) La señora AGUILAR QUEZADA ORFILA GRACIELA, suscribe y paga quinientas sesenta aportaciones de un dólar cada una , numeradas del cero uno (01) al quinientos sesenta cien (560)
 - b) La señorita BERRUZ TOAZA MIRIAN GREIS, suscribe y paga quinientos sesenta y un aportaciones de un dólar cada una, numeradas del quinientos sesenta y un (561) al mil ciento veinte y un (1121); y,

- 2) Los socios fundadores de la compañía, por unanimidad, nombran a la señora BERRUZ TOAZA MIRIAN GREIS, gerente de la compañía MULTICERVICIOS CYBER, para un período

determinado en este estatuto y la autorizan para que realice los trámites y gestiones necesarias, encaminadas a la legalización y aprobación de la escritura de formación de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil; y todos los trámites de rigor para que pueda operar la compañía. Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se dignará agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente:

Abogado

3.2 ESTRUCTURA EMPRESARIAL: La estructura organizacional es una estructura intencional de roles, en donde cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.⁴³

Nuestra Empresa contara con un organigrama estructural, funcional y de posición en donde se detalla los niveles jerárquicos de la misma.

3.2.1 NIVELES JERÁRQUICOS

Son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de la función que realicen. Dentro de los niveles tenemos:⁴⁴

⁴³GÓMEZ Ceja “Sistemas Administrativos”, México, Mc Graw Hill 1997

- **NIVEL DIRECTIVO.-** Su función básica es legislar y dirigir la política que debe seguir la organización. En nuestro proyecto la constituye la Junta General de Accionistas ya que es la encargada de normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones y decidir sobre aspectos de mayor importancia.

- **NIVEL EJECUTIVO.-** Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas ejerciendo autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

En el Multicervicios Cyber este nivel lo dirigirá el Gerente que a su vez será su representante legal y este también es el encargado de planear orientar, dirigir y controlar la vida administrativa y es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades encomendadas dentro de la empresa a su mando.

- **NIVEL OPERATIVO.-** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. La constituyen en este proyecto los departamentos de producción, marketing y Finanzas ya que tienen a su cargo la producción y explotación de bienes (producción), suministros de servicios (ventas), así como el personal destinado al envasado del arroz, como al encargado de la distribución

⁴⁴Folleto " Proceso Administrativo", Módulo III, Administración de Empresas

del producto. Este constituye el nivel técnico responsable de la vida misma de una organización que es su naturaleza o razón de ser.

- **NIVEL AUXILIAR.-** Ayuda a los niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia. Este nivel de apoyo en nuestra empresa la constituye la secretaria que realiza labores encomendadas tanto ejecutivas, asesoras y operacionales.

Todos estos niveles estarán reflejados en los organigramas que se detallan a continuación:

3.2.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Es un diagrama que representa jerárquicamente el cargo que ocupan en la compañía en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto de forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los que toman las decisiones.

El organigrama estructural de la empresa MULTISEVICIOS CYBER , constara con la junta general de accionistas, gerencia, secretaria Contadora, departamentos como de Auxiliar Técnico ,y Guardia , así como su respectiva asesoría legal como se lo muestra a continuación:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA MULTICERVICIOS CYBER



ELABORACION: Las Autoras

3.2.3 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Es el tipo de estructura organizacional que aplica el principio de la especialización de funciones para cada tarea, que separa, distingue y especializa.

En este organigrama se detallaran las funciones que deberán cumplir cada uno de los departamentos que existen en la empresa Delicia del Sur para cumplir los objetivos establecidos.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA MULTICERVICIOS CYBER



3.2.4 MANUALES DE FUNCIONES

Pretende dar a conocer las funciones que deben desempeñar dentro de la empresa. Consiste en detallar los puestos de trabajo y las funciones a cumplir. Esto le permitirá al empleado cumplir de forma adecuada su trabajo.

Para la empresa Multicervicios Cyber los manuales de funciones serán dirigidos al Gerente, Secretaria Contadora, Auxiliar Técnico Vendedor y Guardia, los mismos que estarán diseñados de la siguiente manera:

MULTISERVICIOS CYBER
MANUAL DE FUNCIONES
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO
<p>A) IDENTIFICACIONES</p> <p>Nombre del puesto: Junta General de Accionistas</p> <p>Número de Plazas: 3</p> <p>Código:001</p> <p>Ubicación: Sala de Reuniones</p> <p>Tipo de Contratación: Indefinido (Propietarios)</p> <p>Ámbito de Operación : Local</p> <p>B) RELACIONES</p> <p>Jefe Inmediato: Ninguno</p> <p>Subordinados: Todos</p> <p>Naturaleza del puesto</p> <p>Supervisa las actividades de la empresa, legisla, toma decisiones convenientes a favor de los accionistas y norma aspectos de mayor importancia.</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aportar con el capital necesario para la Constitución de la Empresa ➤ Constituir la Empresa Legalmente ➤ Establecer Normas y Políticas de la empresa ➤ Designar puestos para los Departamentos de la Empresa ➤ Mantener reuniones constantes con el Gerente ➤ Revisar y Constatar las inversiones realizadas por la Empresa ➤ Realizar evaluaciones en forma ocasional a los empleados que integran la empresa

Responsabilidad

- Personal
- Materiales
- Recursos Financieros
- Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- **Conocimientos**
 - Tener conocimiento en Administración de Empresas
 - Tener conocimiento en Administración de la Producción

- **Aptitudes**
 - Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - Que tengan Don de Gente
 - Que sean un buenos Lideres
 - Que posean ideas innovadoras de negocios
 - Que mantengan buenas relaciones con los miembros de la empresa
 - Ser de carácter activo y colaborador

- **Riesgos**
 - Estrés laboral
 - Dolores de cabeza
 - Cansancio físico y mental

MULTISERVICIOS CYBER
MANUAL DE FUNCIONES
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO
<p>A) IDENTIFICACIONES</p> <p>Nombre del puesto: Gerente</p> <p>Número de Plazas: 1</p> <p>Código:002</p> <p>Ubicación: Gerencia</p> <p>Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un dos años</p> <p>Ámbito de Operación : Local</p> <p>B) RELACIONES</p> <p>Jefe Inmediato: Junta General de Accionistas</p> <p>Subordinados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Secretaria Contadora ➤ Auxiliar técnico vendedor ➤ Guardia <p>Naturaleza del puesto</p> <p>Planifica, organiza, ejecuta, dirige y controla las actividades que se realicen en la empresa.</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planifica las actividades a realizar dentro de un plazo determinado en la empresa ➤ Ejerce la representación legal de la empresa ➤ Organiza y designa los puestos y actividades a cada uno de los subordinados de la empresa ➤ Dirige las actividades que se deben de realizar en los diferentes

departamentos de la empresa

- Controla el ingreso y la salida de los productos en la empresa
- Toma Decisiones sobre los posibles riesgos y beneficios que se le presentan a la empresa.
- Debe de estar presente en todas las reuniones ordinarias y extraordinarias que la empresa realice
- Busca proveedores de materia prima de calidad
- Vigila el proceso de producción conjuntamente con el Jefe de Producción
- Se encarga de contratar el personal
- Debe de estar presente en las actividades que realice la empresa
- Firmar documentos de las transacciones realizadas por la Empresa
- Administrar los recursos económicos de la Empresa

Responsabilidad

- Personal
- Materiales
- Recursos Financieros
- Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- Conocimientos
 - Tener conocimiento en Administración de Empresas
 - Tener conocimiento en Administración de la Producción
- **Experiencia**
 - Mínimo 2 años en otras empresas a fines

➤ **Aptitudes**

- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- Que tengan Don de Gente para tener buenas relaciones con los subordinados
- Que sean capaces de tomar decisiones en cualquier situación en que se encuentre la empresa
- Que sean un buen Líder
- Que posean ideas innovadoras de negocios
- Que mantengan buenas relaciones con los miembros de la empresa
- Ser de carácter activo y colaborador

➤ **Riesgos**

- Estrés laboral
- Dolores de cabeza
- Cansancio físico y mental

MULTISERVICIOS CYBER
MANUAL DE FUNCIONES
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO
<p>A) IDENTIFICACIONES</p> <p>Nombre del puesto: Secretaria Contadora</p> <p>Número de Plazas: 1</p> <p>Código:003</p> <p>Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año</p> <p>Ámbito de Operación : Local</p> <p>B) RELACIONES</p> <p>Jefe Inmediato: Gerente</p> <p>Subordinados:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Obreros <p>Naturaleza del puesto</p> <p>Coordinación, dirección y ejecución del proceso productivo.</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificar las actividades que se van a realizar en el proceso productivo ➤ Supervisar y controlar el proceso de producción ➤ Controlar que la materia prima y el producto final sea de calidad ➤ Controlar que los materiales y las maquinarias se encuentren en buen estado ➤ Controlar el ingreso de la materia prima y la salida de productos elaborados ➤ Designar actividades a las personas inmersas en el proceso de producción

- Instruir y capacitar a los operarios para el buen desarrollo del proceso productivo

Responsabilidad

- Personal
- Materiales
- Resultados

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- **Conocimientos**
 - Tener conocimiento en Administración de Empresas
 - Tener conocimiento en Administración de la Producción
- **Experiencia**
 - Mínimo 2 años en otras empresas a fines
- **Aptitudes**
 - Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - Que se adapte al ambiente laboral de Producción
 - Que el trato sea equitativo con sus obreros
 - Que trabaje conjuntamente con el personal de producción
- **Riesgos**
 - Estrés laboral
 - Dolores de cabeza
 - Cansancio físico y mental

MULTISERVICIOS CYBER
MANUAL DE FUNCIONES
DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO
<p>A) IDENTIFICACIONES</p> <p>Nombre del puesto: Secretaria Contadora</p> <p>Número de Plazas: 1</p> <p>Código:003</p> <p>Ubicación: Secretaría</p> <p>Tipo de Contratación: Fijo por un año</p> <p>Ámbito de Operación : Local</p> <p>B) RELACIONES</p> <p>Jefe Inmediato: Gerente</p> <p>Subordinados: Ninguno</p> <p>Naturaleza del puesto</p> <p>Realiza labores de Secretaria y asistencia directa al gerente</p> <p>Actividades del puesto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Redacta solicitudes, actas, memorándums, oficios y circulares cuando sean necesarias y cuando el gerente las requiera ➤ Atiende al público que solicite información y proporciona entrevistas con el gerente de la microempresa ➤ Mantiene archivos de la correspondencia enviada y recibida para que existan comprobantes de todas las actividades que la empresa realiza ➤ Llevar la agenda del Gerente al día para un mejor desempeño del trabajo ➤ Cita a reuniones con anticipación a cada uno de los miembros que integran la empresa

- Redacta actas correspondientes a cada una de las sesiones ordinarias y extraordinarias de la empresa para que exista constancia de las mismas
- Llevar la Contabilidad de la Empresa

Responsabilidad

- Materiales y documentos

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- **Conocimientos**

- Tener conocimiento en Secretariado

- **Aptitudes**

- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- Que sea amable al momento de atender a personas inmersas y ajenas a la empresa
- Que sea rápida al momento de realizar actas, oficios, etc.
- Que se adapte al ambiente laboral de la empresa

- **Riesgos**

- Estrés laboral
- Dolores de cabeza
- Cansancio físico y mental

MULTISERVICIOS CYBER

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

A) IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Auxiliar Técnico vendedor

Número de Plazas: 1

Código:004

Tipo de Contratación: Fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente,

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto

Interviene y colabora en el proceso de servicio técnico al usuario

Actividades del puesto:

- Controlar las maquinas
- Se encarga del buen mantenimiento de las computadoras.

Responsabilidad

- Computadoras

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- **Conocimientos**
 - Tener conocimiento en la utilización y mantenimiento de

computadoras

➤ **Aptitudes**

- Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
- Que sea rápido al momento de la selección de la materia prima
- Que se adapte al ambiente laboral de la empresa

➤ **Riesgos**

- Estrés laboral
- Cansancio físico
- Problemas de la columna

MULTISERVICIOS CYBER

MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PUESTO

A) IDENTIFICACIONES

Nombre del puesto: Guardia

Número de Plazas: 1

Código:005

Ubicación: Seguridad

Tipo de Contratación: Contrato Fijo por un año

Ámbito de Operación : Local

B) RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados: Ninguno

Naturaleza del puesto

Se encarga de la seguridad de la empresa y de los usuarios

Actividades del puesto:

- Vigilar la seguridad de la Empresa
- Seguridad a los usuarios

Responsabilidad

- Equipos de Trabajo

ANÁLISIS DEL CARGO

Requisitos del Puesto:

- **Conocimientos**
 - Tener conocimiento en Seguridad

- **Aptitudes**
 - Ser responsable en el cumplimiento de sus funciones
 - Que tengan Don de Gente
 - Que mantengan buenas relaciones con los miembros de la empresa
 - Ser de carácter activo y colaborador
 -
- **Riesgos**
 - Estrés laboral
 - Cansancio físico
 - Problemas de columna

4. ESTUDIO FINANCIERO

4.1 INVERSIONES

La implementación del proyecto genera tres clases de activos. Activos fijos, Activos Diferidos y Activos Circulante.

4.2 ACTIVO FIJO

Comprende todas aquellas inversiones que se utilizan el maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de oficina, instalaciones, entre otros los mismos que son indispensables para la puesta en marcha del proyecto, en el presente proyecto se puede considerar activos fijos a las siguientes inversiones:

Maquinaria y equipo

Este rubro abarca todos los costos por concepto de adquisición de los equipos destinados a prestar el servicio de Internet y Cabinas telefónicas.

Cuadro N° 33			
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Cantidad	Detalle	Valor unit	Total
4	Teléfonos pequeños	25,0	100,0
4	Visores net N° 300 marca bonus	25,0	100,0
4	Bases antena	200,0	800,0
1	Antena para internet	100,0	100,0
3	Filtros	0,3	0,9
1	Base Ruteador de 6 puertos	300,0	300,0
TOTAL			1.400,9

Fuente: Almacén de la ciudad

Elaborado: Las autoras

Muebles y Enseres

Dentro de este rubro se encuentra las inversiones destinadas al área administrativa.

Tabla N° 34			
MUEBLES Y ENSERES			
Cantidad	Detalle	Valor unit	Total
4	Cabinas telefónicas	200,0	800,0
6	Estantes de internet	120,0	720,0
1	Estand tipo escritorio	150,0	150,0
2	Escritorio	100,0	200,0
9	Sillones giratorias	60,0	540,0
6	Sillas de espera	30,0	180,0
1	Archivador	70,0	70,0
TOTAL			2.660,0

Fuente: Almacén de la ciudad

Elaborado: Las autoras

Equipo de oficina

Dentro de este rubro se encuentra las inversiones destinadas del servicio al cliente.

Tabla N° 35			
EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Detalle	Valor unit	Total
2	Grapadora	5,0	10,0
2	Perforadoras	5,0	10,0
1	Teléfono FAX	150,0	150,0
1	Sumadora	50,0	50,0
TOTAL			220,0

Fuente: Almacén de la ciudad

Elaborado: Las autoras

Equipo de Cómputo

Este rubro comprende todos los desembolsos realizados para la adecuación del centro de cómputo destinado para otorgar el servicio que se pretende brindar.

Tabla N° 36			
EQUIPOS DE COMPUTO			
Cantidad	Detalle	Valor unit.	Total
9	Computadoras	900,0	8.100,0
1	Impresora tipo CANNON	500,0	500,0
TOTAL			8.600,0

Fuente: Almacén de la ciudad

Elaborado: Las autoras

Como la vida útil de los equipos de cómputo es de tres años es importante que esos equipos sean cambiados después de haber cumplido su vida útil.

Tabla N° 37			
REPOSICIÓN EQUIPOS DE COMPUTO			
Cantidad	Detalle	Valor unit	Total
9	Computadoras	930,2	8.372,2
1	Impresora tipo CANNON	516,8	516,8
TOTAL			8.889,0

Fuente: Almacén de la ciudad

Elaborado: Las autoras

DEPRECIACIONES.- La depreciación es considerada como la pérdida de valor de un activo fijo, dado por el desgaste o la obsolescencia que sufre este a través del tiempo de uso. Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

✚ Depreciación Maquinaria y equipo

$Dp = (VA - VR) \% = (1400,90 - 0) 10\% = 140,09$			
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO			
Años	Dep. anual	Dep. acumulada	Valor en libros
0	0		\$ 1.400,90
1	140,09	140,09	1260,81
2	140,09	280,18	1120,72
3	140,09	420,27	980,63
4	140,09	560,36	840,54
5	140,09	700,45	700,45
6	140,09	840,54	560,36
7	140,09	980,63	420,27
8	140,09	1120,72	280,18
9	140,09	1260,81	140,09
10	140,09	1400,90	0,00

Fuente: Cuadro N° 31

Diseño: Las autoras

✚ Depreciación Muebles y enseres

$Dp = (VA - VR) \% = (2660,00 - 0) 10\% = 266,00$			
Tabla N° 39			
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES			
Años	Dep. anual	Dep. acumulada	Valor en libros
0	0		\$ 2.660,00
1	266,00	266,00	2394,00
2	266,00	532,00	2128,00
3	266,00	798,00	1862,00
4	266,00	1064,00	1596,00
5	266,00	1330,00	1330,00
6	266,00	1596,00	1064,00
7	266,00	1862,00	798,00
8	266,00	2128,00	532,00
9	266,00	2394,00	266,00
10	266,00	2660,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 32

Diseño: Las autoras

 **Equipo de oficina**

$$Dp = (VA - VR) \% = (220,00 - 0) 10\% = 22,00$$

Tabla N° 40			
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA			
Años	Dep. anual	Dep. acumulada	Valor en libros
0	0		\$ 220,00
1	22,00	22,00	198,00
2	22,00	44,00	176,00
3	22,00	66,00	154,00
4	22,00	88,00	132,00
5	22,00	110,00	110,00
6	22,00	132,00	88,00
7	22,00	154,00	66,00
8	22,00	176,00	44,00
9	22,00	198,00	22,00
10	22,00	220,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 33

Diseño: Las autoras

 **Equipo de Cómputo**

$$Dp = (VA - VR) \% = (220,00 - 0) 10\% = 22,00$$

Tabla N° 41			
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO			
Años	Dep. anual	Dep. acumulada	Valor en libros
0	0		\$ 8.600,00
1	2866,67	2866,67	5733,33
2	2866,67	5733,33	2866,67
3	2866,67	8600,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 34

Diseño: Las autoras

Tabla N° 42			
REPOSICIÓN DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTO			
Años	Dep. anual	Dep. acumulada	Valor en libros
0	0		\$ 8.888,96
1	2962,99	2962,99	5925,97
2	2962,99	5925,97	2962,99
3	2962,99	8888,96	0,00

Fuente: Cuadro N° 35

Diseño: Las autoras

4.3 ACTIVOS DIFERIDOS

Se agrupan los valores correspondientes a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, se incurre en estos costos por efectos de ciertos requerimientos de activos intangibles entre los que tenemos:

Tabla N° 43		
ACTIVOS DIFERIDOS		
Cantidad	Detalle	Valor unit
1	Estudios preliminares	1.000,0
1	Permisos de funcionamiento	1.200,0
1	Adecuaciones e instalaciones	3.000,0
TOTAL		5.200,0

Fuente: Municipio y grupo consultor

Elaborado: Los autores

4.4 ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Con esta denominación se designan los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible brindar el servicio durante un periodo de tiempo determinado.

Presupuesto de materia prima directa

Comprenden los insumos que están directamente relacionados con el proceso para otorgar el servicio, entre los cuales tenemos:

Tabla N° 44				
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA				
Cantidad	Detalle	Valor unit	Total mensual	Total anual
1	Plan de internet		380,0	4.560,0
1	Plan de llamadas telefónicas		250,0	3.000,0
TOTAL			630,0	7.560,0

Fuente: Claro, movistar y cnt

Elaborado: Las autoras

Presupuesto de Sueldos y Salarios

Corresponde al pago de honorarios a los empleados de la empresa multiservicios cyber.

Tabla N° 45			
PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS			
Cantidad	Detalle	Total mensual	Total anual
1	Mirian Berru	272,0	3.263,4
1	Orfila Aguilar	239,3	2.871,8
1	Jose Pata	239,3	2.871,8
1	Franklin Palacios	239,3	2.871,8
TOTAL		989,9	11.878,8

Fuente: La tablita dolarizada

Elaborado: Las autoras

Presupuesto de Arriendo

En este rubro se contempla el pago de arriendo por un local en el centro de la ciudad exactamente ubicado en las calles Alejandro Labaka entre Esteban Crespo y 2 de Febrero.

Tabla N° 46			
PRESUPUESTO DE ARRIENDO			
Cantidad	Detalle	Total mensual	Total anual
1	Local en el centro de la ciudad	450,0	5.400,0
TOTAL		450,0	5.400,0

Fuente: Dolores Berru

Elaborado: Las autoras

Presupuesto Servicios Básicos.

Los servicios básicos están constituidos por los siguientes rubros: Agua, Luz y Teléfono específicamente utilizados para el gasto administrativo.

Tabla N° 47			
PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS			
Cantidad	Detalle	Total mensual	Total anual
1	Agua	5,0	60,0
1	Luz	30,0	360,0
1	Teléfono	20,0	240,0
TOTAL		55,0	660,0

Fuente: Municipio y cnt

Elaborado: Las autoras

Presupuesto Útiles de oficina.

En este rubro están contemplados los valores correspondientes al gasto proveniente del uso de implementos para las oficinas.

Tabla N° 48				
PRESUPUESTO DE UTILES DE OFICINA				
Cantidad	Detalle	Valor unit	Total mensual	Total anual
1	Resma de papel boom	5,0	5,0	60,0
12	Esferos	0,3	3,0	36,0
2	Saca grapas	2,0	4,0	48,0
2	Regla	1,0	2,0	24,0
12	Lápiz	0,5	6,0	72,0
6	Borrador	0,5	3,0	36,0
2	Estiletes	1,0	2,0	24,0
TOTAL			25,0	300,0

Fuente: Librería de la ciudad

Elaborado: Las autoras

Presupuesto de Útiles de Aseo y limpieza.

En este rubro se incluyen todos los valores correspondientes al gasto por concepto de aseo y limpieza.

Tabla N° 49				
PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA				
Cantidad	Detalle	Valor unit.	Total mensual	Total anual
2	Toallas	2,0	4,0	48,0
1	Jabón de tocador	0,4	0,4	4,8
1	Escobas	1,0	1,0	12,0
1	Trapeador	1,0	1,0	12,0
2	Desinfectante	3,0	6,0	72,0
TOTAL			12,4	148,8

Fuente: Comercial Andrés

Elaborado: Las autoras

RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Tabla N° 50		
RESUMEN DE LA INVERSIÓN		
Detalle	Total	
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y equipo	1.400,9	
Equipo de computo	8.600,0	
Equipo de oficina	220,0	
Muebles y enseres	2.660,0	
Total activos fijos		12.880,9
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudios preliminares	1.000,0	
Permisos de funcionamiento	1.200,0	
Adecuaciones e instalaciones	3.000,0	
Total activos diferidos		5.200,0
ACTIVO CIRCULANTE		
Materia prima	630,0	
Servicios básicos	55,0	
Arriendo	450,0	
Útiles de oficina	25,0	
Útiles de aseo y limpieza	12,4	
Sueldos y salarios	989,9	
Total activos circulante		2.162,3
TOTAL DE LA INVERSIÓN	20.243,2	20.243,2

Fuente: Cuadros del 31 hasta el 47

Elaborado: Las autoras

4.4.1 FINANCIAMIENTO

Representa un análisis de las condiciones económicas financieras de que se dispone y que a su vez permitan determinar la capacidad para financiar la inversión sea con capital propio o mediante crédito. El presente proyecto requerirá de una inversión de \$ 20.243.20 el mismo que será financiado de la siguiente manera:

Tabla N° 51		
FINANCIAMIENTO		
Capital propio	50%	10.121,6
Capital externo	50%	10.121,6
TOTAL		20.243,2

Fuente: Cuadro N° 48

Elaborado: Las autoras

AMORTIZACIÓN

AMORTIZACIÓN DE CUOTA VARIABLE	
Total Inversión	\$ 20.243,20
Capital	\$ 10.121,60
Financiamiento	\$ 10.121,60
Interés	12%
Interés anual	0,12
Plazo / Años	5

TABLA N° 52					
TABLA DE AMORTIZACIÓN					
PERIODO	SALDO ANTERIOR	INTERES	AMORTIZACION	DIVIDENDOS	SALDO FINAL
0					10.121,60
1	10.121,60	1.214,59	2.024,32	3.238,91	8.097,28
2	8.097,28	971,67	2.024,32	2.995,99	6.072,96
3	6.072,96	728,76	2.024,32	2.753,07	4.048,64
4	4.048,64	485,84	2.024,32	2.510,16	2.024,32
5	2.024,32	242,92	2.024,32	2.267,24	0,00

Fuente: Fuente Banco de Guayaquil

Elaborado: Las autoras

4.4.2 PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS

COSTOS PRIMOS.- Son los siguientes rubros: las materias primas directas, la mano de obra directa relacionados directamente con la producción.

COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN.- Corresponde todos aquellos gastos que están formados por materia prima indirecta, mano de obra indirecta, etc.

GASTOS DE OPERACIÓN.- Están constituidos por: **Gastos de administración** que son los gastos incurridos específicamente para el sector administrativo, los **Gastos de ventas**, constituidos por los gastos que se generan para vender los productos o servicios, y los **Gastos financieros**, en este caso son los intereses que se pagaran a la institución financiera que otorgo el crédito.

Tabla N° 53					
PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	7.560,0	7.814,0	8.076,6	8.347,9	8.628,4
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Depreciación de Maquinaria y Equipo	140,1	140,1	140,1	140,1	140,1
TOTAL GASTOS DE FABRICACION	7.700,1	7.954,1	8.216,7	8.488,0	8.768,5
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Sueldos y Salarios	11.878,78	11.878,78	11.878,78	11.878,78	11.878,78
Agua	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Energía Eléctrica	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Teléfono	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Útiles de Oficina	300,00	310,08	320,50	331,27	342,40
Utiles de Aseo	148,80	153,80	158,97	164,31	169,83
Depreciación de Equipos de Oficina	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
Depreciación de Equipos de Computo	2.866,67	2.866,67	2.866,67	2.962,99	2.962,99
Depreciación de Muebles y Enseres	266,00	266,00	266,00	266,00	266,00
Amortizaciones de Activos Diferidos	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	17.182,24	17.197,32	17.212,91	17.325,34	17.341,99
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses por Préstamo	1.214,6	971,7	728,8	485,8	242,9
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.214,6	971,7	728,8	485,8	242,9
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	18.396,8	18.169,0	17.941,7	17.811,2	17.584,9
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	26.096,9	26.123,1	26.158,3	26.299,2	26.353,4

Fuente: Cuadros N° 31 - 48, 50

Elaborado: Las autoras

INGRESO POR VENTA

Es la cantidad de dinero que obtiene la empresa de la venta del servicio que se pretende brindar en un período determinado de tiempo, en este caso el precio de venta al público lo establece las empresas proveedoras del servicio.

Tabla N° 54							
INGRESO POR VENTAS							
Años	Horas vendidas Internet	Precio de venta	Ingreso por ventas	Minutos vendidos llamadas	Precio de venta	Ingreso por ventas	Ingreso Totales
1	12960	1,00	12.960,00	129600	0,25	32.400,00	45.360,00
2	12960	1,00	12.960,00	129600	0,25	32.400,00	45.360,00
3	12960	1,00	12.960,00	129600	0,25	32.400,00	45.360,00
4	12960	1,00	12.960,00	129600	0,25	32.400,00	45.360,00
5	12960	1,00	12.960,00	129600	0,25	32.400,00	45.360,00

Fuente: Costos Tabla N° 74- 75

Diseño: Grupo Investigación

CLASIFICACIÓN DE COSTOS, se clasifican en:

COSTOS FIJOS.- Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa.

COSTOS VARIABLES.- Son los que están directamente involucrados con la producción y venta de los artículos.

En la presente tabla se detallan los costos fijos y variables de los años 5 y 10 los mismos que servirán para el cálculo del punto de equilibrio y que detallan así:

Tabla N° 55						
CLASIFICACIÓN DE COSTOS						
DESCRIPCION	AÑO 1	C. FIJOS	C. VARIA	AÑO 5	C. FIJOS	C. VARIA
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa	7.560,0		7.560,0	8.628,4		8.628,4
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN						
Depreciación de Maquinaria y Equipo	140,1	140,1		140,1	140,1	
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Sueldos y Salarios	11.878,78	11.878,78		11.878,78	11.878,78	
Agua	60,00	60,00		60,00	60,00	
Energía Eléctrica	360,00	360,00		360,00	360,00	
Teléfono	240,00	240,00		240,00	240,00	
Útiles de Oficina	300,00	300,00		342,40	342,40	
Útiles de Aseo	148,80	148,80		169,83	169,83	
Depreciación de Equipos de Oficina	22,00	22,00		22,00	22,00	
Depreciación de Equipos de Computo	2.866,67	2.866,67		2.962,99	2.962,99	
Depreciación de Muebles y Enseres	266,00	266,00		266,00	266,00	
Amortizaciones de Activos Diferidos	1.040,00	1.040,00		1.040,00	1.040,00	
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses por Préstamo	1.214,6	1.214,6		242,9	242,9	
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	26.096,9	18.536,9	7.560,0	26.353,4	17.725,0	8.628,4

Fuente: Cuadro N° 51

Elaborado: Las autoras

PUNTO DE EQUILIBRIO.- Determina con exactitud el rendimiento mínimo que la empresa debe tener para no perder ni ganar, encontrándose en un equilibrio. Para nuestro proyecto se lo realizará en función de las ventas y de la capacidad instalada y se utilizan las siguientes fórmulas:

Representación matemática:

- En Función de las Ventas año 1

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

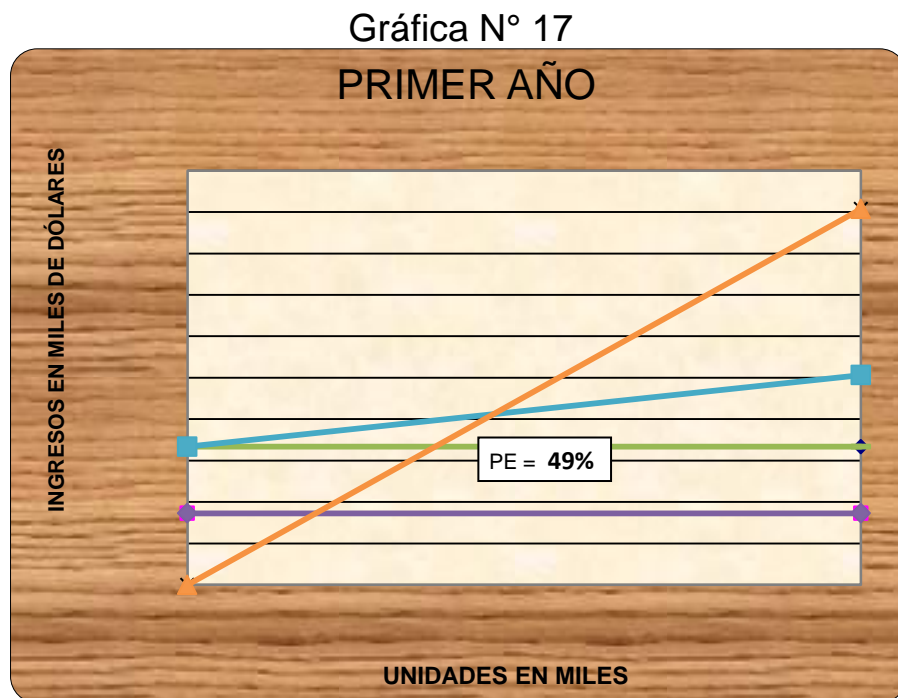
$$PE = \frac{18537}{1 - \left(\frac{7560}{45360}\right)} = 22.244,0$$

- En Función de la Capacidad Instalada Año 1

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{18537}{45360 - 7560} * 100 = 49\%$$

Representación gráfica:



- En Función de las Ventas año 1

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \left(\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}\right)}$$

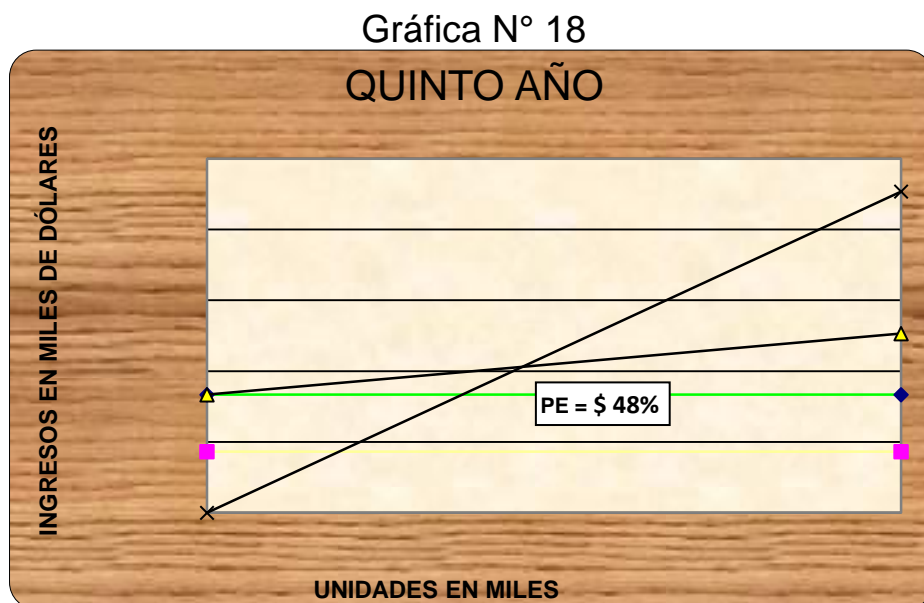
$$PE = \frac{17725}{1 - \left(\frac{8628,4}{45360}\right)} = 21889$$

- En Función de la Capacidad Instalada Año 1

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$PE = \frac{17725}{45360 - 8628} * 100 = 48\%$$

Representación gráfica:



ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

TABLA N° 56					
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	45.360,0	45.360,0	45.360,0	45.360,0	45.360,0
(+) Valor Residual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Valor Rescate	0,0	0,0	0,0	0,0	8.066,4
TOTAL INGRESOS	45.360,0	45.360,0	45.360,0	45.360,0	53.426,4
2. EGRESOS					
Costo de Producción	7.700,1	7.954,1	8.216,7	8.488,0	8.768,5
Costo de Operación	18.396,8	18.169,0	17.941,7	17.811,2	17.584,9
TOTAL EGRESOS	26.096,9	26.123,1	26.158,3	26.299,2	26.353,4
(1-2) Ganancias Gravables	19.263,1	19.236,9	19.201,7	19.060,8	27.073,0
(-) 15% Trabajadores	2.889,5	2.885,5	2.880,3	2.859,1	4.060,9
(=) Utilidad antes se Impuestos	16.373,6	16.351,4	16.321,4	16.201,7	23.012,0
(-) 25% Impuesto a la Renta	4.093,4	4.087,8	4.080,4	4.050,4	5.753,0
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	12.280,2	12.263,5	12.241,1	12.151,3	17.259,0
(-) 10% de Reservas	1.228,0	1.226,4	1.224,1	1.215,1	1.725,9
(=) UTILIDAD LIQUIDA	11.052,2	11.037,2	11.017,0	10.936,1	15.533,1

Fuente: Cuadros 52 - 53

Diseño: Las autoras

4.5 EVALUACIÓN DE PROYECTOS

La evaluación financiera permite medir la rentabilidad de un proyecto a través de los criterios de decisión tales como: Valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación de capital y análisis de sensibilidad.

4.5.1 FLUJO DE CAJA

El concepto de flujo de caja se refiere a la diferencia entre los ingresos y los egresos y estos flujos inciden directamente en la capacidad que tiene la empresa para pagar sus deudas o comprar activos, es importante aclarar que para su cálculo no se toman en cuenta como egresos las depreciaciones y las amortizaciones; como se demuestra en la siguiente tabla:

TABLA N° 57					
FLUJO DE CAJA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	45.360,0	45.360,0	45.360,0	45.360,0	45.360,0
Saldo Anterior	0,0	15.324,5	15.307,8	15.285,3	9.625,1
Valor Residual	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Otros ingresos					8.066,4
TOTAL INGRESOS	45.360,0	60.684,5	60.667,8	60.645,3	63.051,5
2. EGRESOS					
Costo de Producción	7.700,1	7.954,1	8.216,7	8.488,0	8.768,5
Costo de Operación	18.396,8	18.169,0	17.941,7	17.811,2	17.584,9
Reparto de Utilidades		15.324,5	15.307,8	15.285,3	9.625,1
Amortización del crédito	2.024,3	2.024,3	2.024,3	2.024,3	2.024,3
Reinversión				8.889,0	
TOTAL EGRESOS	28.121,2	43.471,9	43.490,4	52.497,8	38.002,9
(1-2)Ganancias Gravables	17.238,8	17.212,6	17.177,4	8.147,5	25.048,7
(-) 15% Trabajadores	2.585,8	2.581,9	2.576,6	1.222,1	3.757,3
(=) Utilidad antes se Impuestos	14.652,9	14.630,7	14.600,8	6.925,4	21.291,4
(-) 25% Impuesto a la Renta	3.663,2	3.657,7	3.650,2	1.731,3	5.322,8
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	10.989,7	10.973,0	10.950,6	5.194,0	15.968,5
(+) Depreciaciones	3.294,8	3.294,8	3.294,8	3.391,1	3.391,1
(+) Amortización de activos Diferidos	1.040,0	1.040,0	1.040,0	1.040,0	1.040,0
FLUJO DE CAJA	15.324,5	15.307,8	15.285,3	9.625,1	20.399,6

Fuente: Cuadro 54

Diseño: Las autoras

4.5.2 VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto es el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados y el desembolso inicial de la inversión. Por lo cual para el presente proyecto se hizo necesario actualizar los flujos netos del proyecto con un factor de actualización, el mismo que se lo obtuvo de la tasa de interés activa vigente en el mercado; para realizar este cálculo fue necesario aplicar las siguientes fórmulas:

INVERSION	\$ 20.243
CAPITAL FINANCIADO	\$ 10.122
CAPITAL PROPIO	\$ 10.122
TASA DE INTERES ACTIVA	0,112
TASA DE INTERES PASIVA	0,059
COSTO DE OPORTUNIDAD	0,10

$$F. A. = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$F. A. = \frac{1}{(1 + 0,10)^n}$$

TABLA N° 58			
VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	20.243,2		
1	15.324,5	0,912326	13.980,9
2	15.307,8	0,832338	12.741,2
3	15.285,3	0,759363	11.607,1
4	9.625,1	0,692786	6.668,1
5	20.399,6	0,632047	12.893,5
TOTAL			57.890,9
		VAN=	37.647,7

Fuente: Cuadro N° 55

Diseño: Las autoras

VAN = Sumatoria de flujos netos actualizados – Inversión

VAN = \$ 57.890,9 – 20.243,2

VAN = \$ **37.647,7**

4.5.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Representa la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada, razón por la cual en la empresa objeto de estudio se procedió a determinar este factor a través de la búsqueda de un factor de actualización que permita obtener como resultado negativo el VAN Mayor y como positivo el VAN Menor como se presenta a continuación:

TABLA N° 59					
TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTORES DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		69%		70%	
0	20243,20				
1	15324,46	0,591715976	9067,73	0,588235294	9014,39
2	15307,78	0,350127797	5359,68	0,346020761	5296,81
3	15285,32	0,207176211	3166,76	0,203541624	3111,20
4	9625,12	0,122589474	1179,94	0,119730367	1152,42
5	20399,61	0,072538150	1479,75	0,070429628	1436,74
TOTAL			20253,85		20011,55
			10,65		-231,64

Fuente: Cuadro 55

Diseño: Las autoras

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM} \right)$$

$$\text{TIR} = 69 + 1 \left(\frac{10,65}{10,65 - (-231,64)} \right)$$

$$\text{TIR} = 70,04\%$$

4.5.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

El periodo de recuperación de la inversión se refiere a los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce, es por ello que en el presente proyecto para determinar esta variable se hizo necesario extraer los resultados establecidos en el flujo de caja, así como también al igual que en el VAN se determinó el factor de actualización los cuales permitieron obtener los siguientes resultados como se indica en la tabla a continuación:

TABLA N° 60			
PERIODO RECUPERACION DE CAPITAL			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	20243		
1	15324	0,91	13981
2	15308	0,83	12741
3	15285	0,76	11607
4	9625	0,69	6668
5	20400	0,63	12894
TOTAL			57891

Fuente: Cuadro 55
Diseño: Las autoras

$$\text{PRI} = \text{Año que supera a la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$\text{PRI} = 2 + \frac{20.243 - 26.722}{12741}$$

$$\text{PRI} = 1,49$$

AÑOS	1,49	1
MESES	0,49*12	5
DIAS	0,88*30	26

4.5.5 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este indicador representa la cantidad obtenida por cada dólar invertido, se obtiene a través de la división de los ingresos actualizados para los egresos actualizados, como se presenta en la siguiente tabla:

TABLA N° 61					
RELACIÓN BENEFICIO COSTO					
AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	45.360,00	28.121,24	0,912326	41.383,09	25.655,73
2	60.684,46	43.471,89	0,832338	50.509,98	36.183,30
3	60.667,78	43.490,42	0,759363	46.068,87	33.025,02
4	60.645,32	52.497,81	0,692786	42.014,25	36.369,76
5	63.051,54	38.002,87	0,632047	39.851,51	24.019,58
TOTAL				219.827,69	155.253,38

Fuente:

Diseño:

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{RBC} = \frac{219.828,69}{155.253,38}$$

$$\text{RBC} = 1,42$$

4.5.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este análisis se efectúa con la finalidad de conocer el grado máximo de soporte que tendrá el proyecto ante posibles cambios en los costos e ingresos, que podrían ocurrir en el futuro puesto que se desconoce cuáles serán las condiciones económicas en las que se desenvolverá el proyecto una vez que entre en funcionamiento.

Para el proyecto en estudio el análisis de sensibilidad se determinará desde dos puntos de vista con el incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 17% EN LOS COSTOS

TABLA N° 62								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 17% EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
					41%		42%	
0	20.243,20							
1	28.121,24	32.901,86	45.360,00	12.458,14	0.709219858	8.835,56	0.704225352	8.773,34
2	43.471,89	50.862,11	60.684,46	9.822,36	0.502992807	4.940,58	0.495933347	4.871,23
3	43.490,42	50.883,79	60.667,78	9.783,99	0.356732487	3.490,27	0.349248836	3.417,05
4	52.497,81	61.422,44	60.645,32	(777,11)	0.253001764	(196,61)	0.245949884	(191,13)
5	38.002,87	44.463,35	63.051,54	18.588,19	0.179433875	3.335,35	0.173204144	3.219,55
TOTAL						20.405,14		20.090,04
Fuente: Cuadro 55						161,95		-153,16

Diseño: Las autoras

- **Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno**

$$\text{TIR} = T_m + D_t \left(\frac{\text{VAN } T_m}{\text{VAN } T_m - \text{VAN } T_M} \right)$$

$$\text{TIR} = 41 + 1 \left(\frac{161,95}{161,95 - (-153,16)} \right)$$

$$\text{TIR} = 41,51\%$$

- **Se encuentra la Tasa Interna de Retorno Resultante**

$$\text{TIR.R} = \text{TIRO} - \text{NTIR}$$

$$\text{TIR.R} = 70,04\% - 41,51\%$$

$$\text{TIR.R} = 28,53\%$$

- **Se calcula el porcentaje de variación**

$$\%V = (\text{TIR.R} / \text{TIRO}) \times 100$$

$$\%V = (28,53 / 70,04) \times 100$$

$$\%V = 40,73\%$$

- **Se calcula el valor de sensibilidad**

$$S = \%V / \text{N.TIR}$$

$$S = 40,73 / 41,51\%$$

$$S = 0,9811541$$

**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 11% EN LOS
INGRESOS**

TABLA N° 63								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 11% EN LOS INGRESOS								
AÑO S	COSTO ORIGINA L	INGRESO S TOTALES	INGRESO TOTAL ORIGINA L	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓ N	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓ N	VAN MAYOR
					44%		45%	
0	20.243,20							
1	28.121,24	45.360,00	40.370,40	12.249,16	0,6944444444	8.506,36	0,689655172	8.447,69
2	43.471,89	60.684,46	54.009,17	10.537,29	0,482253086	5.081,64	0,475624257	5.011,79
3	43.490,42	60.667,78	53.994,32	10.503,90	0,334897977	3.517,74	0,328016729	3.445,46
4	52.497,81	60.645,32	53.974,34	1.476,53	0,232568039	343,39	0,226218434	334,02
5	38.002,87	63.051,54	56.115,87	18.113,01	0,161505583	2.925,35	0,156012713	2.825,86
TOTAL						20.374,48		20.064,82
						131,28		-178,38

Fuente: Cuadro 55

Diseño: Las autoras

➤ **Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno**

$$\text{TIR} = T_m + Dt \left(\frac{\text{VAN } T_m}{\text{VAN } T_m - \text{VAN } T_M} \right)$$

$$\text{TIR} = 44 + 1 \left(\frac{131,28}{131,28 - (-178,38)} \right)$$

TIR = 44,42%

➤ **Se encuentra la Tasa Interna de Retorno Resultante**

TIR.R = TIRO - NTIR

$$\mathbf{TIR.R = 70,04\% - 44,42\%}$$

$$\mathbf{TIR.R = 25,62\%}$$

➤ **Se calcula el porcentaje de variación**

$$\%V = (TIR.R / TIRO) \times 100$$

$$\%V = (25,62 / 70,04) \times 100$$

$$\%V = \mathbf{36,58\%}$$

➤ **Se calcula el valor de sensibilidad**

$$S = \%V / N.TIR$$

$$S = 36,58 / 44,42\%$$

$$S = \mathbf{0,8233634}$$

CONCLUSIONES

h) CONCLUSIONES

El presente proyecto investigativo nos ha permitido las siguientes conclusiones:

- Por los resultados obtenidos en el estudio de mercado tiene una gran demanda.
- La implementación de empresa necesitará una inversión de la misma que será financiada por aportes equitativos de los socios y préstamo en la Cooperativa Ítalo Ltda.
- Respecto a lo financiero se pudo determinar que el proyecto es rentable en base a los resultados obtenidos con los indicadores financieros, los cuales reflejan la validez del proyecto.
- Según la proyección se obtuvo un Valor Actual Neto de 37.697.77 que indica que el valor de la inversión aumenta.
- La Tasa Interna de retorno es de 70.04%.
- La relación Beneficio Costo es de 1.42 que sustenta la rentabilidad del proyecto.
- El tiempo de recuperación de capital invertido es de 1 años, 5 meses y 26 días.

RECOMENDACIONES

i) RECOMENDACIONES

Al finalizar el trabajo de investigación podemos recomendar lo siguiente:

- Par la implementación de la empresa se debe considerar firmemente los condicionamientos técnicos de la empresa proveedora del servicio de internet y Cabinas telefónicas.
- El equipo de cómputo que se adquiriera deberá ser actualizado con la finalidad que al momento que el usuario requiera ingresar a la red informática ni exista contratiempo.
- El personal encargado de la atención directa del cliente deberá tener excelente relaciones Humanas, conocimiento de internet y el manejo de cabinas telefónicas.
- La empresa debe constituirse bajo las características de la compañía de responsabilidad limitada, porque ofrece mayor seguridad frente a los riesgos de la inversión.
- Finalmente se recomienda para la implementación de este proyecto desde el punto de vista financiero tal como se lo demuestra matemáticamente, aclarando que esto también depende de una buena administración del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

j) BIBLIOGRAFIA

- ♣ ACOSTA Alberto, curso de Administración de Empresas MERCADEO, Edit. Normas S.A.

- ♣ Clark, ROBERT y Leonard – Una Breve Historia de Internet – Documento consultado en junio del año 2006 y publicado en www.ati.es/DOCS/internet/histint/histint1.html

- ♣ El plan de empresa, ALFAOMEGA Marcombo, Boixareu Editores

- ♣ Estudio de la consultora Gallup citado, año 2004

- ♣ Historia de Internet – artículo publicado en www.albanet.com.mx/articulos/HISTORIA.htm

- ♣ Introducción a Internet – Informe publicado por la ONU – Documento consultado en mayo del año 2006 y Publicado en www.un.org/spanish/Depts/dpi/seminariomisiones/intro-internet.pdf

- ♣ La esencia de la Administración Estratégica, PRENTICE Hall Hispanoamericana S.A.

- ♣ Millán, José Antonio – Breve Historia de la Internet – El fruto caliente de la guerra fría – documento publicado en <http://jamillan.com/histoint.htm>

- ♣ MODULO sobre Iniciativa Empresarial, del curso Creación de Empresas, programa Desarrollo Empresarial de Coomeva (Cooperativa médica y de profesionales de Colombia), facilitador Sr. OSCAR Donneys.

- ♣ UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, GUIA DE APOYO, ADMINSTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

- ♣ UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, GUIA DE ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.

- ♣ UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, GUIA DE GESTIÓN TECNOLOGICA EMPRESARIAL.

- ♣ UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, GUIA DE MERCADOTECNIA ESTRATEGICAS.

ANEXOS

k) ANEXOS

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS CYBER EN EL CANTON LA JOYA DE LOS SACHAS PROVINCIA DE ORELLANA”

PROBLEMA

LOS INSUFICIENTES CONOCIMIENTOS TÉCNICO-CIENTIFICOS DE INVERSIÓN PRIVADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN LA CREACIÓN DE UN EMPRESA MULTISERVICIOS CYBER CON APLICACIÓN DE CONCEPTOS DE MODERNIDAD EN EL CANTÓN LA JOYA DE LOS SACHAS.

OBJETIVOS

- **Objetivo General**

Realizar un Proyecto de factibilidad de una empresa de Multiservicios Cyber de comunicación en la ciudad Joya de los Sachas Provincia de Orellana.

- **Objetivos específicos**

- ✓ Realizar un estudio de mercado para determinar el grado de aceptación del servicio Cyber

- ✓ Definir el estudio técnico, tamaño y localización y capacidad del proyecto
- ✓ Realizar el estudio financiero del proyecto para conocer su rentabilidad.
- ✓ Realizar la organización legal de la Empresa

HIPOTESIS

a. GENERAL

La creación de una empresa de Multiservicios cyber en la ciudad de La Joya de los Sachas, es factible debido a la demanda existente.

VARIABLES

a) EMPRESA DE SERVICIOS

Indicadores - Números de establecimientos de internet

- Numero de servicios

- Clases de servicios

b) COMERCIALIZACION DEL SERVICIO

Indicadores

Total de servicios prestados

Número de clientes

Total de ofertantes

% de utilidades

c) PRODUCCION DEL SERVICIO

Indicadores - Numero de servicios

INDICE

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	i
AUTORÍA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
1. ESTUDIO DE MERCADO.....	9
1.1. Objetivos del Estudio de Mercado.....	9
1.2. Investigación de Mercado.....	10
1.3. Determinación del Tamaño de la Muestra.....	11
1.4. Componente básicos del Estudio de Mercado.....	12
1.5. Identificación del Bien o Servicio.....	12
1.6. Demanda.....	14
1.7. Oferta.....	15
1.8. Los Precios.....	16
1.9. Comercialización.....	17
1.10. Promoción y Publicidad.....	19

2. ESTUDIO TÉCNICO	19
2.1. Tamaño.....	20
2.2. Capacidad del Proyecto.....	20
2.3. Reservas.....	21
2.4. Capacidad Financiera.....	22
2.5. Capacidad Administrativa.....	22
2.6. Localización.....	22
2.7. Microlocalización.....	23
2.8. Microlocalización.....	23
2.9. Factores de la Localización.....	23
2.10. Ingeniería del Proyecto.....	24
2.11. Componente tecnológico.....	24
2.12. Infraestructura física.....	25
2.13. Distribución de la Planta.....	26
2.14. Procesos de Producción.....	26
2.15. Diseño del Producto.....	26
2.16. Descripción del Producto.....	27
2.17. Diagrama del Proceso.....	27
3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	28
3.1. Base Legal de la Compañía.....	30
3.2. Estructura Empresarial.....	31
3.3. Niveles Jerárquicos.....	32
3.4. Organigramas.....	33

3.5.	Tipos de Organigramas.....	33
3.6.	Manual de Funciones.....	34
3.7.	Contenido del Manual de Funciones.....	34
4.	ESTUDIO FINANCIERO.....	35
4.1.	Inversiones.....	35
4.2.	Activos Fijos.....	36
4.3.	Activos Diferidos.....	37
4.4.	Capital de Trabajo.....	37
4.5.	Presupuesto de Producción.....	38
4.6.	Cálculo del Presupuesto de Producción.....	40
4.7.	Elementos del Costo de Producción.....	40
4.8.	Presupuesto de Materiales.....	40
4.9.	Presupuesto de Mano de Obra Directa (MOD).....	41
4.10.	Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación.....	42
4.11.	Presupuesto de Gastos de Administración.....	43
4.12.	Presupuesto de Gastos de venta o Comercialización...	44
4.13.	Presupuesto de Gastos Financieros.....	44
4.14.	Presupuesto de Inversiones a más de un año.....	45
4.15.	Presupuesto de Otros Egresos.....	45
4.16.	Presupuesto de Aplicación de Utilidades.....	46
4.17.	Depreciación.....	46
4.18.	Amortización.....	47
4.19.	Fuentes de Financiamiento.....	47

4.20. Presupuesto de Costos e Ingresos.....	48
4.21. Costos Totales.....	48
4.22. Costo Unitario de Producción.....	48
4.23. Costos Fijos.....	49
4.24. Costos Variables.....	50
4.25. Presupuesto de Ingresos.....	50
4.26. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	50
4.27. Punto de Equilibrio.....	51
4.28. Evaluación Financiera.....	52
4.29. Flujo de Caja.....	52
4.30. Importancia del Flujo de Caja.....	53
4.31. Valor Actual Neto.....	53
4.32. Periodo de Recuperación del Capital.....	53
4.33. Relación Costo Beneficio.....	54
4.34. La Tasa Interna de Retorno.....	54
4.35. Análisis de Sensibilidad.....	55
e. METODOLOGÍA UTILIZADA.....	57
f. RESULTADOS.....	62
g. DISCUSIÓN.....	72
1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	72
1.1. Demanda Potencial.....	72
1.2. Demanda Real.....	73
1.3. Demanda Efectiva.....	73

1.4. Comportamiento de la Oferta.....	76
1.5. Oferta Actual.....	76
1.6. Demanda Insatisfecha.....	78
1.7. Estrategias Comerciales.....	79
1.7.1. Servicio.....	79
1.7.2. Precio.....	79
1.7.3. Plaza.....	80
1.7.4. Promoción.....	81
2. ESTUDIO TÉCNICO.....	72
2.1. Tamaño.....	82
2.2. Capacidad Instalada.....	83
2.3. Capacidad Utilizada.....	85
2.4. Localización.....	86
2.5. Microlocalización.....	87
2.6. Microlocalización.....	87
2.7. Ingeniería del Proyecto.....	89
2.7.1. Distribución de la Planta.....	89
2.7.2. Proceso del Servicio.....	90
3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	93
3.1. Base Legal.....	93
3.2. Estructura Empresarial.....	106
3.2.1. Niveles Jerárquicos.....	106
3.2.2. Organigrama Estructural.....	108

3.2.3. Organigrama Funcional.....	109
3.2.4. Manuales de Funciones.....	110
4. ESTUDIO FINANCIERO.....	124
4.1. Inversiones.....	124
4.2. Activo Fijo.....	124
4.3. Activos Diferidos.....	129
4.4. Activo Circulante o Capital de Trabajo.....	129
4.4.1. Financiamiento.....	133
4.4.2. Presupuestos Proformados O Proyectados.....	135
4.5. Evaluación de Proyectos.....	141
4.5.1. Flujo de Caja.....	142
4.5.2. Valor Actual Neto.....	143
4.5.3. Tasa Interna de Retorno.....	144
4.5.4. Periodo de Recuperación de Capital.....	145
4.5.5. Relación Costo Beneficio.....	146
4.5.6. Análisis de Sensibilidad.....	147
h. CONCLUSIONES.....	151
i. RECOMENDACIONES.....	152
j. BIBLIOGRAFÍA.....	153
k. ANEXOS.....	156