



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**CREACIÓN DE UN CENTRO INFORMATICO EN LA  
COMUNA LAS BALSAS, PARROQUIA COLONCHE,  
PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2018.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL DEL TÍTULO DE:  
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**Rosa Viviana Rodríguez Holguín**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2019**



## **TEMA:**

**CREACIÓN DE UN CENTRO INFORMATICO EN LA COMUNA LAS BALSAS, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.**

### **Autora:**

Rodríguez Holguín Rosa Viviana.

### **Tutor:**

Econ. Solórzano Méndez Víctor.

## **Resumen.**

El emprendimiento es una de las alternativas que los profesionales en administración de empresas ponen en marcha para generar empleo y satisfacer a los clientes, el presente proyecto, tiene como objetivo la creación de un centro informático en la comuna Las Balsas, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena para satisfacer a los posibles clientes de la población, esta idea de negocio surge de una necesidad en el mercado del servicio del internet debido a la inexistencia de una microempresa dedicada a esta actividad en la comunidad. En segundo lugar, se procedió al desarrollo del marco teórico a través del cual se sustenta la investigación, además de la respectiva aplicación de un tipo de investigación Exploratoria-Descriptiva, utilizando los métodos deductivo-inductivo, analítico considerando una población en un rango de edad de 12-45 años para su respectiva extracción de una muestra representativa que proporcione información relevante entorno al negocio. Los resultados concluyen adecuado crear un centro informático, motivo por el cual se realizó un plan de negocios que permita obtener ventaja competitiva en el mercado.

**Palabras Clave:** internet, cliente, microempresa, mercado, ventaja competitiva



## **TITLE:**

**CREATION OF AN INFORMATIC CENTER IN LAS BALSAS COMMUNE,  
COLONCHE PARISH, SANTA ELENA PROVINCE, YEAR 2018**

### **Author:**

Rodríguez Holguín Rosa Viviana.

### **Advisor:**

Econ. Víctor Solórzano Méndez.

## **Abstract.**

Entrepreneurship is one of the alternatives that business administration professionals put in place to generate employment and satisfy customers. The present project aims to create a computer center in the commune Las Balsas, Colonche parish, province Santa Elena to satisfy the potential customers of the population, this business idea arises from a need in the market of internet service due to the absence of a micro-enterprise dedicated to this activity in the community. Secondly, the theoretical frame work through which the research is based was carried out, in addition to the respective application of a type of Exploratory-Descriptive research, using the deductive-inductive, analytical methods considering a population in a 12-45-year age range for their respective extraction of a representative sample that provides relevant information around the business. The results conclude adequately to create a computer center, which is why a business plan was made that allows to gain competitive in the market.

**Keywords:** internet, customer, microenterprise, market, competitive advantage

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación "CREACION DE UN CENTRO INFORMATICO EN LA COMUNA LAS BALSAS, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA SANTA ELENA , AÑO 2018", elaborado por la Srta. Rodríguez Holguín Rosa Viviana, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



**Econ. Víctor Solórzano Méndez.**

**TUTOR**

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el título de "CREACION DE UN CENTRO INFORMATICO EN LA COMUNA LAS BALSAS, PARROQUIA COLONCHE, PROVINCIA SANTA ELENA, AÑO 2018", elaborado por Rodríguez Holguín Rosa Viviana, declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

### **Transferencia de derechos autorales.**

Declaro que una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas carrera de Administración de Empresas pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente.



**Rodríguez Holguín Rosa Viviana.**

**C.I.: 2400317018**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la fortaleza brindada para continuar con esta meta en aquellos días de dificultad, a mi familia por creer y brindarme su apoyo, a mis compañeros por el apoyo en el proceso de aprendizaje y a los maestros de la carrera de Administración de Empresas por los conocimientos impartidos en todo este tiempo de preparación para lograr el anhelo deseado.

*Rosa Viviana Rodríguez Holguín*

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación es dedicado a Dios, porque gracias a las bendiciones y sabiduría que me brinda diariamente he logrado cumplir con esta etapa de mi carrera universitaria, a la memoria de mi padre quien hoy está en el manto de Dios al ser mi ejemplo para seguir por su constante lucha y dedicación alcanzar sus metas, a mi familia en general por contribuir en mi proceso de enseñanza.

*Rosa Viviana Rodríguez Holguín.*

**TRIBUNAL DE GRADO**



---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
**DECANA (E) DE FACULTAD  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



---

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.  
**DIRECTORA (E) CARRERA  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



---

Econ. Víctor Solórzano.  
**PROFESOR TUTOR**



---

Ing. Jairo Cedeño Pinoargote.  
**PROFESOR DE ÁREA**



---

Ab. Víctor Coronel Ortiz, MSc.  
**SECRETARIO GENERAL (E)**

## ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	i
Abstract.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
TRIBUNAL DE GRADO.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
INTRODUCCION.....	1
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1.1 Revisión de la literatura.....	10
1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos.....	18
1.2.1 Creación de empresa.....	18
1.2.1.1 Estudio de mercado.....	18
1.2.1.1.1 Segmentación.....	19
1.2.1.1.2 Aceptación de mercado.....	20
1.2.1.2 Procesos administrativos.....	21
1.2.1.2.1 Planificación.....	22
1.2.1.2.2 Organización.....	22
1.2.1.2.3 Dirección.....	23
1.2.1.2.4 Control.....	23
1.2.1.3 Estudio económico – financiero.....	24
1.2.1.3.1 Evaluación financiera.....	25

1.2.1.4	Impacto social.....	26
1.2.1.4.1	Calidad de vida.....	26
1.2.1.4.2	Educación.....	27
1.2.2	Satisfacción del cliente.....	28
1.2.2.1	Calidad de servicio.....	28
1.2.2.1.1	Expectativas.....	29
1.2.2.1.2	Percepciones.....	30
1.2.2.1.3	Fidelización.....	30
1.2.2.1.4	Valor agregado.....	31
1.2.2.2	Consumidores.....	31
1.2.2.2.1	Atención al cliente.....	32
1.3	Fundamento sociales, psicológicos, legales.....	33
1.3.1	Fundamentos sociales.....	33
1.3.2	Fundamentos psicológicos.....	34
1.3.3	Fundamentos filosóficos.....	34
1.3.4	Fundamentos legales.....	35
CAPÍTULO II.....		37
MATERIALES Y MÉTODOS.....		37
2.1	Tipo de investigación.....	37
2.2	Métodos de investigación.....	38
2.3	Enfoque de la investigación.....	39
2.4	Diseño de muestreo.....	40
2.5	Diseño de recolección de datos.....	43
2.5.1	Técnicas de la investigación.....	43
2.5.1.1	Encuesta.....	43

2.5.1.2	Entrevista .....	44
2.5.2	Instrumentos.....	44
2.5.2.1	Cuestionario .....	44
2.5.2.2	Guía de entrevista.....	45
2.5.3	Tratamiento de la información.....	45
CAPÍTULO III .....		46
PROPUESTA .....		46
3.1	Naturaleza del Proyecto .....	46
3.1.1	Descripción de la idea de negocio.....	46
3.1.2	Justificación de la empresa .....	46
3.1.3	Nombre de la empresa.....	47
3.1.4	Descripción de la empresa.....	48
3.1.5	Análisis FODA.....	51
3.1.6	Filosofía empresarial .....	51
3.1.7	Calificación del equipo emprendedor .....	52
3.1.8	Ventajas competitivas.....	53
3.2	Mercado .....	54
3.2.1	Tamaño del mercado .....	54
3.2.2	Consumo aparente.....	55
3.2.3	Participación de la competencia en el mercado. ....	55
3.2.4	Estudio de mercado .....	56
3.2.5	Análisis de los resultados .....	57
3.2.6	Marketing Mix .....	78
3.2.7	Plan de introducción al mercado (Plan de Marketing).....	85
3.3	Procesos de servicios .....	86
3.3.1	Objetivos del área de servicios. ....	86
3.3.2	Descripción del proceso de servicio.....	86

3.3.3	Diagrama de flujo del servicio .....	87
3.3.4	Identificación de proveedores .....	89
3.3.5	Equipos por utilizar y características .....	90
3.3.6	Diseño y distribución de la planta.....	92
3.4	Organización .....	93
3.4.1	Objetivos del área de organización .....	93
3.4.2	Estructura organizacional .....	93
3.4.3	Desarrollo de personal.....	97
3.4.4	Políticas Institucionales .....	97
3.4.5	Evaluación de desempeño .....	98
3.4.6	Marco legal de la organización .....	98
3.5	Finanzas .....	104
3.5.1	Objetivos del área de finanzas .....	104
3.5.2	Sistema contable de la empresa .....	105
3.5.3	Catálogo de cuentas.....	105
3.5.4	Costos y gastos.....	107
3.5.5	Capital social.....	109
3.5.6	Estados de Resultados Proyectados .....	113
3.5.7	Flujo de Caja Proyectado.....	117
3.5.8	Balance General Proyectado .....	118
3.5.9	Indicadores financieros.....	120
3.5.10	Resultados.....	123
	Conclusiones.....	125
	Recomendaciones .....	126
	Bibliografía.....	127
	Linkografía .....	131
	Anexos .....	132

## **INDICE DE CUADROS**

Cuadro 1: Población.....	41
Cuadro 2: Nombre del centro informático .....	47
Cuadro 3 Análisis FODA .....	51
Cuadro 4: Consumo aparente .....	55
Cuadro 5: Competencia.....	56
Cuadro 6: Segmentación del mercado .....	57
Cuadro 7: Servicios a ofertar el centro informático.....	78
Cuadro 8: Precios.....	82
Cuadro 9: Simbologías.....	87
Cuadro 10 Proveedores .....	89
Cuadro 11: Equipos a utilizar .....	90
Cuadro 12: Manual de Funciones del Administrador .....	95
Cuadro 13: Manual de Funciones del encargado de ventas-soporte técnico .....	96

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Localización del centro informático TecnoServ.....	50
Figura 3: Propuesta de Valor.....	53
Figura 4: Marca del centro informático TecnoServ.....	80
Figura 5: Hojas Volantes.....	84
Figura 6: tarjeta de presentación.....	84
Figura 7: Plan de introducción al mercado.....	85
Figura 8: flujograma del proceso.....	88
Figura 9: Diseño y distribución de la Planta .....	92
Figura 10: Organigrama .....	93
Figura 11: Objetivos del área de finanzas .....	105
Figura 12: Grupos de plan de cuentas.....	106
Figura 13: Plan de cuentas .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad.....	60
Tabla 2: Genero .....	61
Tabla 3: Nivel de estudio .....	62
Tabla 4: Internet en el domicilio.....	63
Tabla 5: Ocupación.....	64
Tabla 6: Utiliza internet .....	65
Tabla 7: Frecuencia de consumo .....	66
Tabla 8: Utilidad del centro informático.....	67
Tabla 9: Tiempo de uso del servicio .....	68
Tabla 10: Aceptación del servicio .....	69
Tabla 11: Medios de difusión del servicio .....	70
Tabla 12: Servicio en Comuna Las Balsas.....	71
Tabla 13: Satisfacción de clientes.....	72
Tabla 14: Percepción de precios.....	73
Tabla 15: Beneficios para el cliente por el servicio.....	74
Tabla 16: Desarrollo personal y profesional .....	75
Tabla 17: Desarrollo socioeconómico de la comuna.....	76
Tabla 18: Atributos para brindar un servicio que satisfaga necesidades .....	77
Tabla 19: Presupuesto de Costos y Gastos.....	108
Tabla 20: Inversión en activos fijos.....	110
Tabla 21: Capital de trabajo .....	110

Tabla 22: Capital Social centro informático TecnoServ .....	111
Tabla 23 Inversión total - centro informático TecnoServ .....	111
Tabla 24: Financiamiento- Centro informático .....	112
Tabla 25: Estructura de Financiamiento .....	113
Tabla 26: Presupuesto de Ingresos .....	114
Tabla 27: Estado de resultados- Centro informático TecnoServ.....	115
Tabla 28: Flujo de caja proyectado.....	117
Tabla 29: Balance General- centro informático TecnoServ.....	119
Tabla 30: Indicadores Financieros- centro informático TecnoServ .....	120
Tabla 31: Flujo neto de efectivo .....	123
Tabla 32: Estudio de viabilidad del negocio .....	123
Tabla 33: Periodo de recuperación de la inversión.....	124

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Edad.....	60
Gráfico 2: Genero .....	61
Gráfico 3: Nivel de estudios.....	62
Gráfico 4: Internet en el domicilio.....	63
Gráfico 5: Ocupación.....	64
Gráfico 6: utiliza internet .....	65
Gráfico 7: Frecuencia de consumo .....	66
Gráfico 8: Utilidad del centro informático.....	67
Gráfico 9: Tiempo de uso del servicio. ....	68
Gráfico 10: Aceptación del servicio .....	69
Gráfico 11: Medios de difusión del servicio .....	70
Gráfico 12: Servicio en la comuna Las Balsas.....	71
Gráfico 13: Satisfacción de clientes.....	72
Gráfico 14: Percepción de precios .....	73
Gráfico 15: Beneficios para el cliente por el servicio.....	74
Gráfico 16: Desarrollo personal y profesional .....	75
Gráfico 17: Desarrollo socioeconómico de la comuna .....	76
Gráfico 18: Atributos para brindar un servicio que satisfaga sus necesidades .....	77
Gráfico 19: Costos y Gastos - Centro Informático TecnoServ .....	109
Gráfico 20: Utilidades - Centro Informático TecnoServ .....	116

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1: Matriz de consistencia .....	132
Anexos 2: Formato de Encuesta .....	135
Anexos 3: Formato de entrevista .....	140
Anexos 4 Validación de la entrevista y encuesta. ....	141
Anexos 5: Evidencias fotográficas .....	142

## INTRODUCCION

El avance tecnológico de los mercados, la globalización, la integración de la sociedad, las tecnologías de información y comunicación, entre otros factores, obliga a que los servicios de telecomunicaciones en el Ecuador sean equivalente con la evolución y sus influencias en el medio, estableciendo políticas claras, elaborando planes, proyectos y acciones concretas que permitan vigorizar a los sectores marginales y rurales que por mucho tiempo se han encontrado en total desconocimiento de los recurso tecnológicos.

Los centros informáticos son áreas de nociones tecnológicas, en donde se busca suscitar la participación de los sectores populares, rurales y urbanos marginales, con el fin de aportar a la ciudadanía, reduciendo la brecha digital, que crean diferencias a la poblaciones, donde actualmente el uso de computadoras y sobre todo la utilización de servicio de internet se ha vuelto muy necesario aun cuando no se cuenta con una computadora personal, por esto el acceder a la red desde lugares públicos hoy en día es más común.

La presente investigación propone la creación de un centro informático en la Comuna Las Balsas, el cual permita alcanzar la democratización y el acceso a las tecnologías de información y comunicación, así como también contribuir al desarrollo productivo de la Comunidad, donde la problemática encontrada fue la inexistencia de este tipo de negocio generando una brecha tecnológica para la población.

Para el presente proyecto el **Planteamiento del Problema** se fundamenta, que la brecha tecnológica mundial hace referencia a la discrepancia socioeconómica que existen entre aquellas comunidades que tienen internet y aquellas que no poseen este servicio, describe las desigualdades que se refleja en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), tales como el computador personal, la tecnología móvil, la banda ancha y otros dispositivos.

Es evidente como cada día las TIC influyen en todas las personas, siendo un apoyo para el crecimiento personal y profesional, donde internet ha creado uno de los mercados más grandes del planeta, pero no solo es cantidad lo que hace a la red importante sino también la calidad del servicio. El primer centro informático que se abrió fue en Londres en septiembre de 1984, su precursora Eva Pascue a principios de los años 90, quien tuvo esa idea debido a que pasaba mucho tiempo lejos de su familia trabajando en sus estudios de PHD, en esa época pocas personas tenían acceso a una cuenta de correo electrónico, servicio que era puramente académico.

Este tipo de negocio ofrece varios servicios, entre los más comunes es el correo electrónico, comercio por internet, videoconferencias, música, juegos, educación, televisión, imágenes, radio y el acceso a una de las redes más grandes del mundo como Microsoft, debido a que la mayoría de las computadoras utilizan su sistema operativo Windows.

En Ecuador, los habitantes de las zonas rurales han sido excluidos de muchos servicios, siendo uno de ellos el acceso a las tecnologías de la información y comunicación, perdiendo así valiosas oportunidades de desarrollo y competitividad en comparación a las zonas urbanas, donde se ha centrado la mayor infraestructura de acceso. Nuestro País compite en el penúltimo lugar de Sudamérica con respecto al acceso a la información donde los microempresarios dueños de estos negocios deben estar innovando constantemente de acuerdo a las nuevas tendencias que se presenta en su entorno y a los factores externos que afectarán su empresa en el tiempo, como avances tecnológicos, cambios de precios, entre otros.

La puesta en marcha de un negocio hace que, durante los primeros años, la evolución de las ventas llegue a niveles óptimos de rentabilidad, pero debe transcurrir un tiempo hasta que esos fondos permitan disponer del capital suficiente para poder realizar nuevas aperturas, las inversiones iniciales en el negocio condicionan mucho la recuperación del capital y la posibilidad de seguir creciendo.

En la provincia de Santa Elena el negocio de un centro informático se da por la demanda del internet como herramienta de comunicación y trabajo por parte de los diferentes usuarios, motivo por el cual los centros informáticos se han extendido con rapidez debido a que son sedes de acceso a tecnologías digitales que tienen el fin de generar una ganancia para sus propietarios y con frecuencia ofrecen servicios combinados de computación, conectividad, navegación Web o juegos electrónicos, hasta servicio de llamadas de larga distancia, quemado de discos, escáner,

levantamiento de documentos, alquiler de equipos sin conexión, impresión y fotografía digital.

La creación de los centros informáticos se origina básicamente por dos fuentes:

1. Los adultos relacionados con migrantes que desean comunicarse con sus familias.
2. Los estudiantes que buscan información para cumplir con su quehacer de enseñanza-aprendizaje.

El acceso a las TIC, para los habitantes de las zonas rurales, resulta difícil y costoso, debido no solamente a sus condiciones socioeconómicas sino también a la falta de cobertura de este tipo de servicio. Esta situación ha ocasionado que los habitantes de estas poblaciones queden excluidos de las ventajas que proporcionan las tecnologías de la información y comunicación, perdiendo así oportunidades de desarrollo económico, social y productivo.

La Comuna Las Balsas es una Población perteneciente a la Parroquia Colonche, esta localidad cuenta con muchos estudiantes de diferentes niveles educativos que aún no tienen acceso a internet, limitando su aprendizaje y el interés a tener un conocimiento más alto, debido a la alta demanda que existe por el uso de internet para distintos fines y diferentes tipos de personas, se ha planteado el problema principal como “La inexistencia de un centro informático en la Comuna Las Balsas, perteneciente a la Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena”.

La **formulación del problema** plantea la siguiente pregunta: ¿De qué manera la creación de un centro informático lograra satisfacer las necesidades del acceso al internet en los habitantes de la Comuna Las Balsas, parroquia Colonche, provincia Santa Elena?

La **sistematización del problema**:

- ¿Cuál será el mercado meta para un centro informático?
- ¿Qué factores inciden en la creación de un centro informático?
- ¿Qué tan factible económica y financiera será la creación del centro informático en la comuna Las Balsas?
- ¿Cuáles son los indicadores que hacen factible la creación de un centro informático?

De acuerdo con la temática el **objetivo general** de este trabajo es:

Determinar la creación de un centro informático mediante una investigación exploratoria-descriptiva para satisfacer las necesidades del acceso al internet en la Comuna Las Balsas.

Las tareas científicas son las siguientes:

- Aplicar un estudio de mercado a través de encuestas para conocer la aceptación que se tendrá ante los posibles clientes potenciales.
- Identificar los factores que inciden en la creación de un centro informático.

- Evaluar la factibilidad económica y financiera de la creación de un centro informático en la comuna Las Balsas.
- Propuesta de creación de un centro informático en la comuna Las Balsas. Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena.

**La justificación** de esta investigación se concentra que un centro informático es un producto neto del auge del internet, donde las diversas tecnologías de información se usan de manera importante en estos espacios, este tipo de negocio conjuga diversos servicios, los que conducen que este emprendimiento sea un éxito en función del mercado que satisfacen, en el cual se consideran aspectos relevantes como estar al día en las tendencias tecnológicas.

El propósito de este proyecto es crear un centro informático en la Comuna Las Balsas, que proporcione servicios de fácil acceso a la información y comunicación, para el aprovechamiento de los recursos tecnológicos, donde la creación de este negocio permitirá que los estudiantes, padres y demás personas puedan realizar investigaciones, consultas, pagos de servicios, etc. Siendo de gran uso para la comunidad, debido a que el internet es una herramienta que se considera como un servicio principal que ha revolucionado en la sociedad y sus ventajas son innumerables.

Este proyecto beneficiara a más de 816 personas entre estudiantes, padres de familia y el resto de los habitantes de la comunidad, facilitando de este modo el acceso a la comunicación, realizar tareas e investigaciones e incluso optimizarían tiempo y recursos económicos, vale recalcar que actualmente los habitantes de la Comuna

Las Balsas deben trasladarse hacia otras poblaciones para tener acceso a internet. Además, esta idea de negocio contribuirá a la sociedad y a la superación de ciertos problemas dando así posibles soluciones o alternativas, es por esto que la presente investigación está encaminada a aprovechar una oportunidad de inversión, con la finalidad de contribuir al emprendimiento utilizando el mercado insatisfecho que está inclinado al servicio de internet.

En la indagación de información relevante que permita sustentar la presente investigación que será de tipo exploratoria descriptiva, sustentada en los métodos inductivo- deductivo y analítico, la aplicación de técnicas como encuestas y entrevistas, herramientas valiosas para la cuantificación de cualidades de la población objetiva para la creación de un centro informático en la Comuna Las Balsas, donde se busca conocer el grado de aceptación que tendrá el negocio, demanda, segmentación de mercado y su rentabilidad.

Para este tema de titulación se ha considerado plantear la siguiente **Idea a defender**:

“La creación de un centro informático permitirá satisfacer la necesidad del acceso al internet en los habitantes de la Comuna Las Balsas.”

En la idea a defender permite analizar el comportamiento de una variable con la otra, con el fin de obtener buenos resultados y avanzar de la mejor manera el estudio. Las variables involucradas en la presente investigación se mencionan a continuación:

- Variable Independiente: Creación de un centro informático.
- Variable Dependiente: satisfacción de necesidades.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se establece el siguiente **mapeo** que consta de tres capítulos que se mencionan a continuación con sus respectivos contenidos:

Capítulo I, que abarca el marco teórico, consiste en la revisión de literatura, el desarrollo de las teorías y conceptos de autores, en función a las variables existentes: creación de un centro informático (variable independiente) y satisfacción de las necesidades del acceso del internet en los habitantes de la comuna Las Balsas (variable dependiente), además se presenta, los fundamentos sociales, filosóficos, psicológicos y legales; información útil para el cimiento de la propuesta.

Capitulo II, en esta parte se establece la metodología de la investigación que consiste en los métodos y tipos de investigación, diseño de muestreo, la determinación de la población y muestra las técnicas de recolección de información, los mismos que permitieron direccionar el enfoque de manera adecuada en la presente investigación además incluye el análisis y resultados de los datos obtenidos mediante la utilización de técnicas como la encuesta y entrevista la misma que permitirán recoger información de suma importancia para soluciones adecuadas al problema planteado.

Capitulo III, se desarrolla la propuesta de la creación del centro informático en la Comuna Las Balsas está compuesta de la naturaleza del negocio, estudio de mercado, proceso de producción o servicios, organización y las finanzas, fundamentos que permitieron la visibilidad del proyecto. Por último, se especifica

las respectivas conclusiones, donde se puntualiza que la propuesta del presente proyecto es factible de la cual debe ser implementada en la población mencionada, debido a que contribuye a satisfacer las necesidades del acceso al internet de los habitantes de la Comuna Las Balsas.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 Revisión de la literatura.**

##### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE - IBARRA**

La tesis de la autora Chávez Guajan Sonia Margoth (2015) facultad de ciencias administrativas y económica, tesis para optar al grado del título de ingeniería en contabilidad y auditoría CPA, titulada como “estudio de factibilidad para la creación de un Infocentro”, en la comunidad de Perafan, Provincia de Imbabura.

#### **Objetivo General.**

Conocer la situación actual del entorno relacionado al Infocentro, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

#### **Metodología.**

Los métodos para utilizarse en el presente estudio son los siguientes:

- Método inductivo.
- Método deductivo.

#### **Conclusiones.**

- Mediante el estudio de diagnóstico situacional, se llegó a la conclusión de que la mayoría parte de la población se dedica a las actividades económicas

relacionadas a la agricultura y ganadería, dejando a un lado al sector de servicios por lo que se puede decir que existe escases en este sector económico y a la vez la oportunidad de invertir en este tipo de negocios que beneficiarían a toda la población.

- El estudio de mercado llevo a identificar deficiencias existentes en la oferta de los servicios a brindar en el Infocentro, lo que conlleva a tomar como oportunidad la demanda insatisfecha existente en el mercado.

#### **Recomendaciones.**

- Realizar el diagnostico situacional indagando aspectos relevantes que contribuyan a desarrollo del proyecto, utilizando herramientas adecuadas para la recolección de dato y poder generar una información sustentable, que demuestre la situación real del sector investigado.
- Efectuar un estudio de mercado constante, ya que de esto depende la oportunidad de llevar a cabo el desarrollo del proyecto y ser competitivos en el mercado.

#### **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.**

La tesis del autor Víctor Manuel Laínez Ramírez (2014) Facultad de ciencias administrativas, proyecto realizado con el fin de obtener el grado de licenciado en Administración Pública, con el tema de implementación de un centro tecnológico popular en el G.A.D. parroquial de Anconcito, cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, año 2014.

### **Objetivo General.**

Determinar la incidencia de la sostenibilidad de los proyectos de telecomunicación, en el acceso a las tecnologías de información y comunicación, mediante un análisis de sus programaciones para el diseño del estudio de creación de un centro tecnológico popular en la parroquia Anconcito, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2014.

### **Metodología.**

Los tipos de investigación que se utilizaron fueron los siguientes:

- Documental.
- Bibliográfica.
- Documental.
- Campo.

Los métodos de la investigación utilizados son:

- Método cualitativo.

### **Conclusiones.**

- La sostenibilidad de los proyectos de telecomunicación está directamente relacionada con la participación de toda la comunidad. si esta se apropia del

proyecto, de sus resultados, de la toma de decisiones entonces buscara la manera de mantenerlo en la Parroquia.

- El uso de las tecnologías de información y comunicación es importante para alcanzar el desarrollo productivo de la parroquia, ayuda también a fomentar la participación de toda la comunidad y garantiza tasi el goce de los derechos establecidos en la Constitución de la República.

### **Recomendaciones.**

- El GAD Parroquial deberá implementar mecanismos de participación ciudadana, de tal manera que la población se adueñe del proyecto e incida en la sostenibilidad del mismo.
- Se debe usar las tecnologías de información y comunicación no solo para aumentar la productividad de la Parroquia, sino también como instrumento para generar igualdad de oportunidades y fortalecer la identidad plurinacional.

### **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ MANUEL FÉLIX LÓPEZ.**

La tesis de los autores María Gabriela Bravo Solórzano y Winter Dionisio Loor Reyes (2014) carrera de administración pública, proyecto realizado con el fin de obtener el grado de ingeniero comerciales con mención especial en administración, el tema estudio socio económico del impacto que generan los servicios de los Infocentro en la zona centro norte de la provincia de Manabí.

### **Objetivo General.**

Proponer un estudio socio económico del impacto que genera los servicios de los Infocentro en la zona centro norte de la provincia de Manabí.

### **Metodología.**

Los tipos de investigación utilizados son la no experimenta, y de campo, considerando métodos como descriptivo, análisis documental.

### **Conclusiones.**

- Se recopiló la información que permitió la fundamentación de la investigación mediante la construcción del marco teórico de acuerdo con la temática de estudio, con respecto a los Infocentro.
- Al medir el impacto que generan los Infocentro mediante un estudio socio económico se pudo determinar que la mayoría de los usuarios que acuden a estos centros tecnológicos son los estudiantes de secundaria, indicando que siempre utilizan los servicios por motivos de estudio, generando un impacto positivo en las comunidades.

### **Recomendaciones**

- Es importante que la comunidad conozca la importancia de los Infocentro, el marco legal, modelos de Infocentro, y como estas instituciones ayudan a disminuir la brecha digital en el país.

- El estudio socio económico permite medir el impacto que generan en la comunidad estas organizaciones que brindan servicios estatales, de esta manera se puede apreciar la opinión del usuario que es un importante indicador para la mejora de la institución.

## **UNIVERSIDAD REGIONAL AUTÓNOMA DE LOS ANDES UNIANDES.**

La tesis de la autora Cueva Carvajal Alejandra Isabel, (2016), facultad de dirección de empresas, proyecto realizado con el fin de obtener el grado de ingeniero en empresas y administración de negocios, tema creación de la microempresa Cyber infonet y comercialización de servicios de internet en la urbanización Brasilia del Toachi, Ciudad de Santo Domingo.

### **Objetivo General.**

Diseñar un proyecto de inversión, para la creación de un Cyber dedicado a satisfacer una necesidad de un grupo de personas o un mercado respecto a este servicio, con el fin de cubrir la escasez existente.

### **Metodología.**

Los tipos de investigación son descriptiva, bibliográfica, de campo.

### **Conclusiones.**

- Se ha demostrado, que existe una limitada oferta de servicios de internet en la urbanización Brasilia del Toachi de la ciudad de Santo Domingo, con un importante crecimiento de la demanda insatisfecha referente a los servicios

proporcionados por un Cyber, lo cual sustenta el poder desarrollar esta actividad económica, que demuestra la factibilidad del proyecto de inversión en función a la existencia de demanda insatisfecha.

- Para lograr captar a los potenciales usuarios de servicios de internet brindados por un Cyber es primordial brindar un servicio de calidad con atención personalizada, que satisfaga plenamente las necesidades de los clientes, enmarcándose en todas las disposiciones legales y tributarias que demanden los organismos e instituciones responsables para este tipo de actividad económica.

#### **Recomendaciones.**

- En función a la demanda insatisfecha y la limitada oferta existente en el mercado de servicios de internet, se hace necesaria la implementación del Cyber INFONET, para satisfacer la demanda de este tipo de servicios en la urbanización Brasilia del Toachi de la ciudad de Santo Domingo.
- El Cyber INFONET, deberá garantizar constantemente la calidad del servicio de internet, así como la atención brindada a los usuarios, para lo cual es importante que direcciona sus esfuerzos hacia la determinación de estrategias que le permitan posicionarse en su mercado objetivo ubicada en la urbanización Brasilia del Toachi, alcanzando la fidelización de sus clientes a través de una excelente atención y servicio que satisfaga las necesidades y expectativas de sus clientes.

## **UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE**

La tesis de los autores Oscar Fabián Herrán Rengifo y Paola Alejandra Racines Medina (2015), carrera de redes y telecomunicaciones , proyecto realizado con el fin de obtener el grado maestría en gerencia de redes y telecomunicaciones , el tema estudio de factibilidad técnico-económica para la implementación de la infraestructura de Infocentros comunitarios del MINTEL, en las zonas rurales del Ecuador y su modelo de gestión.

### **Objetivo General.**

Determinar la factibilidad técnica-económica para la implementación de Infocentros comunitarios del MINTEL en las zonas rurales del Ecuador, y su modelo de gestión.

### **Conclusiones.**

- Al finalizar el presente estudio se ha cumplido el objetivo general planteado, puesto que se concluye que la implementación de Infocentros comunitarios en zonas rurales del Ecuador, en la actualidad y al corto plazo es factible tanto del punto de vista técnico como económico, lo que garantiza que el estado puede invertir en la implementación de Infocentros.
- En este estudio se presentó la situación actual del acceso y uso de las TIC, enfocado en las zonas rurales del Ecuador, los datos recopilados evidencian la brecha digital existente, tanto interna como externa, por esta razón los indicadores nacionales deben mejorar.

## **Recomendaciones.**

- El equipamiento necesario para el Infocentro, responde a las requerimientos de los diferentes servicios que se brinda a la comunidad, por lo que se recomienda revisar constantemente la evolución de las necesidades para determinar los nuevos requerimientos y atenderlos, de tal manera que el Infocentro se convierta en un referente de tecnología no constituya un limitante para la realización de actividades orientadas al desarrollo local, sino que se brinde un servicio de calidad que genere demanda por parte de la población.
- Un factor importante en la implementación de los Infocentros es la disponibilidad de servicios básicos, principalmente la energía eléctrica, por lo que previo a la implementación se recomienda asegurar este requerimiento, para evitar futuros inconvenientes.

## **1.2 Desarrollo de las teorías y conceptos.**

### **1.2.1 Creación de empresa**

#### **1.2.1.1 Estudio de mercado**

Los autores, David y David, (2017) en su libro “Conceptos de Administración Estratégica”, mencionan que el estudio de mercado:

Consiste en la recopilación, el registro y el análisis sistemático de datos acerca de los problemas relacionados con la comercialización de bienes y servicios.

Los investigadores de mercado emplean numerosas escalas, instrumentos, procedimientos, conceptos y técnicas para reunir información a fin de que la investigación de mercados ayude a descubrir fortalezas y debilidades fundamentales. (pág. 102)

Según Zúñiga, Montoya, y Cambronera, (2014) consideran que el estudio de mercado “es el primero que se realiza dentro del estudio de factibilidad y la información que este arroja define las condiciones de operación del proyecto y sienta las bases del estudio técnico” (pág. 124).

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos, se realiza con el objetivo de cuantificar la demanda potencial insatisfecha como base de una evaluación de proyectos.

#### **1.2.1.1.1 Segmentación.**

Según el autor Rey Moreno, (2017), acerca de la segmentación de mercado menciona “es una consecuencia del estudio del comportamiento del consumidor, profundizando en sus características individuales y en sus conductas de compra” (pág. 85).

Según lo que consideran los autores Jones y Schilling, (2014) la segmentación “es la forma en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en las diferencias importantes de sus necesidades con preferencias, a fin de obtener una ventaja competitiva” (pág. 154).

Continuando con el estudio de mercado, la segmentación es aquella actividad que divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o la utilización de marketing para obtener diferenciación.

#### **1.2.1.1.2 Aceptación de mercado.**

Según los autores, Kotler y Armstrong, (2015)

La manera en que los consumidores evalúan las alternativas de compra depende de cada individuo y de la situación de compra específica. En ciertos casos, los consumidores se valen de cálculos concienzudos y del pensamiento lógico. En otros, los mismos consumidores realizan poca o ninguna evaluación; en su lugar, compran por impulso o se basan en la mera intuición. Algunas veces los consumidores toman decisiones de compra por su cuenta; aunque en otras ocasiones acuden a los amigos, a las críticas en línea o a los vendedores para recibir consejos de compra. (pág. 153)

Por otra parte, Argote, Villada y Argote, (2012) definen la aceptación del mercado como “el recibimiento de forma voluntaria de un producto o servicio, en aprobación o conformidad” (pág. 21).

La aceptación de un producto o servicio se refiere a la obtención de la confirmación formal de que la oferta del negocio ha cumplido con las características, exigencias y necesidades presentadas por los consumidores en el mercado. Por lo que en esta

investigación también se evalúa la posible aceptación de los clientes frente a la oferta del servicio de internet.

#### **1.2.1.2 Procesos administrativos**

La autora del libro “Manejo del proceso administrativo”, Münch, (2015), efectúa la siguiente definición sobre el proceso administrativo:

La administración comprende una serie de fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento, cuyo conocimiento resulta esencial para aplicar el método, los principios, las técnicas y los enfoques de gestión. Existen diversos criterios acerca del número de etapas que constituyen el proceso administrativo, aunque, de hecho, los elementos de la administración son los mismos para todos los autores: planeación, organización, dirección y control. (págs. 14-15)

Por otro lado, Blandez Ricalde, (2016) expresa la siguiente conceptualización “el proceso administrativo es la herramienta principal para el trabajo que desarrollan los administradores dentro de una organización, comprendida por las etapas de: planeación, organización, dirección y control” (pág. 44).

Se puede definir el proceso administrativo como el proceso que se desarrolla en una organización dirigida a el logro y materialización de los objetivos planteados, a través de la relación ininterrumpida de las etapas que integran dicho proceso.

#### **1.2.1.2.1 Planificación**

Según los autores Robins y Coulter, (2018) la planeación “es la función de la administración en la que se definen las metas, se fijan las estrategias para alcanzarlas y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades” (pág. 144).

Para el autor Vargas Cueva, (2010) afirma que “la planeación es la determinación del curso concreto de acción a seguirse fijando los principios que los presiden y orientan, secuencias de operación, fijación de tiempo, unidades que son necesarias para su realización” (pág. 72).

La planeación es la primera etapa del proceso administrativo es considerada como la base para que se opere de la manera más adecuada y optima, donde si existe deficiencias en el proceso de planeación lo más probable es que las demás etapas del proceso sean afectadas, aunque no necesariamente funcionaran de manera equivocada cada etapa subsiguiente.

#### **1.2.1.2.2 Organización**

Los autores Jones y George, (2014) manifiestan que es el proceso de “estructurar las relaciones laborales para que los miembros de la organización colaboren en la consecución de metas que ésta imponga; es una de las cuatro funciones gerenciales principales” (pág. 11).

Según el autor Münch, (2015) considera que “consiste en el diseño y la determinación de estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, así como

establecimiento de métodos y la aplicación de técnicas tendientes a mejorar la productividad y el desempeño laboral” (pág. 51).

La organización es la segunda etapa del proceso administrativo a través del cual el sistema establece la división del trabajo y la estructura necesaria para su correcto funcionamiento de la empresa.

#### **1.2.1.2.3 Dirección**

Para los autores Robbins y Coulter (2018) la dirección es “la función de la administración que consiste en motivar a los subordinados, influir en los individuos y los equipos mientras hacen su trabajo, elegir el mejor canal de comunicación y ocuparse de cualquiera otra manera del comportamiento de los empleados” (pág. 162).

En cambio para él autor, Münch, (2015) afirma que “consiste en la ejecución de todas las fases del proceso administrativo mediante la conducción y orientación de los recursos, y el ejercicio del liderazgo” (pág. 68).

La dirección como etapa del proceso administrativo busca influenciar la participación del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva por parte de sus colaboradores mediante una comunicación, supervisión y motivación laboral.

#### **1.2.1.2.4 Control**

Chiavenato, (2017) Acerca de la etapa del control, realiza la siguiente definición:

Es la fase del proceso administrativo que coordina y reúne los esfuerzos de todas las personas a efecto de garantizar que desempeñen sus tareas de modo que la organización alcance sus objetivos. Algunos autores se refieren a esta función como liderazgo en la organización. (pág. 72)

Según Blandez Ricalde, (2016) manifiesta que esta etapa “consiste en la revisión de lo planeado y lo logrado; implica determinar; las actividades que necesitan ser controladas y los medios de control que se emplearán” (pág. 210).

En esta etapa se busca medir y corregir el desempeño laboral de los subordinados para asegurar una eficiente y eficaz respuesta que contribuyan al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

### **1.2.1.3 Estudio económico – financiero.**

Para Prieto Sierra, (2017) el estudio económico financiero “tiene por objetivo realizar un estudio de los diversos aspectos financieros de un negocio que proporcione suficientes elementos de juicio para apoyar la interpretación que se le dé a las decisiones, manejo y rentabilidad financiera del mismo” (pág. 158).

Por otra parte, Castro y Rufino, (2012) afirman que:

Es probablemente la parte más importante del plan de negocio, pues en él se recoge toda la información desarrollada en los planes anteriores, cuantificada en unidades monetarias, y se demuestra la viabilidad económica y financiera de la empresa a corto y medio plazo. (pág. 135)

El estudio económico financiero se considera como la parte fundamental en un estudio de factibilidad debido que proporciona información numérica a cerca de la rentabilidad del negocio a corto, medio plazo.

#### **1.2.1.3.1 Evaluación financiera.**

Prieto Sierra, (2017) expresa que:

La evaluación financiera de un plan de negocio es la herramienta que determina si éste es rentable, es decir, si agregará valor a la inversión inicial del mismo y en cuánto se elevará. Por lo que es necesario emplear una serie de variables operativas y macroeconómicas de inversión. (pág. 158)

Para Gómez Cardan, (2012) la evaluación financiera se emplea “para establecer resultados de los más importantes indicadores, el dato fundamental es la sucesión de valores por periodo (anual, semestral, trimestral, otros) de ingresos y gastos totales cuyas diferencias constituyen el ingreso neto positivo o negativo del proyecto” pág. 95.

En la evaluación financiera se considera lo que es el período de recuperación (PRI), si bien un negocio puede ser rentable, este debe ser atractivo para los inversionistas. Este atractivo se mide en base al tiempo de recuperación de la inversión, es decir mientras más rápido se recupere la inversión, más atractivo será el negocio.

#### **1.2.1.4 Impacto social.**

Los programas de inversión social buscan, en general, cambiar alguna realidad. Por ejemplo, aumentar el ingreso de los hogares, mejorar la calidad de la educación, reducir el crimen (Harker, Melendez, & Ocampo, 2017, pág. 9).

El desarrollo de recursos trae consigo cambios. Los proyectos tienen el potencial de impactar de manera negativa los ambientes, comunidades y economías en y alrededor de los desarrollos. Por el contrario, también pueden traer oportunidades a través de la conversión de recursos naturales en recursos financieros, el desarrollo de capacidades y habilidades sociales y el desarrollo de negocios; y la inversión de estos recursos en programas ambientales y sociales. (Franks, 2012, pág. 4)

Un impacto social suele expresarse como un beneficio de largo plazo, obtenido por la población objetivo del programa respecto a un grupo de control, para su respectiva evaluación de proyecto comunitarios se requiere de análisis y valoración de las transformación o cambios en el transcurso de su desarrollo, teniendo en cuenta la valoración de los efectos.

##### **1.2.1.4.1 Calidad de vida.**

De acuerdo con los siguientes autores la calidad de vida:

Trata de una relación estrecha entre el estado de salud biológico, económico, ambiental y psicológico de un individuo y en dependencia con lo que ocurre en su entorno a nivel comunitario. Otros determinantes que condicionan este

aspecto es la percepción que tiene una persona en el modo donde vive, en el contexto cultural y valores, además de sus objetivos, reglas, inquietudes y expectativas. (Perez, 2018)

Es un estado de satisfacción general, derivado de la realización de las potencialidades de la persona. Posee aspectos subjetivos y aspectos objetivos. Es una sensación subjetiva de bienestar físico, psicológico y social. Influye como aspectos subjetivos la intimidad, la expresión emocional, la seguridad percibida, la productividad personal y la salud objetiva. Como aspectos objetivos el bienestar material, las relaciones armónicas con el ambiente físico y social y con la comunidad, y la salud. (Ardila, 2013)

En el presente proyecto está basado en introducir al ciudadano en el conocimiento de las TIC con el fin de reducir la brecha y analfabetismo digital, motivándole a emplear la tecnología para su aprovechamiento, mejorando así su calidad de vida e impulsando el desarrollo productivo de la comunidad, propiciando el acceso a productos y servicios en línea, tanto locales como internacionales.

#### **1.2.1.4.2 Educación.**

Para (Bowen, 2012)

La educación es un proceso sociocultural orientado a la formación integral de las personas y perfeccionamiento de la sociedad. Como tal la educación contribuye a la socialización de las nuevas generaciones y los prepara para

que sean capaces de transformar y crear cultural de asumir roles y responsabilidades como ciudadanos. (pág. 22)

El proyecto prestara servicios de internet que ayude a los estudiantes a realizar sus investigaciones escolares y presentar trabajo de calidad que contribuya a su formación profesional y mejorando su enseñanza-aprendizaje.

### **1.2.2 Satisfacción del cliente.**

Para Gutiérrez Pulido, (2014), la satisfacción del cliente es “La clave es relacionar la satisfacción del cliente con el desempeño del producto o servicio” (pág. 52).

Carrasco Fernández, (2012) considera que “el grado de satisfacción de los clientes que compran un producto o reciben un servicio está en función de la diferencia existente entre sus percepciones y sus expectativas” (pág. 40).

La satisfacción del cliente se puede definir como el nivel de estado de ánimo que posee el individuo con respecto al rendimiento percibido del producto o servicio con las expectativas que posee del mismo.

#### **1.2.2.1 Calidad de servicio.**

Sobre el tema referido, Gutiérrez Pulido, (2014) manifiesta que:

La calidad la define el cliente, ya que es el juicio que este tiene sobre un servicio que por lo general es la aprobación o rechazo. Un cliente queda satisfecho si se le ofrece todo lo que él esperaba encontrar y más. Así, la

calidad es ante todo la satisfacción del cliente, la cual está ligada a las expectativas que tiene del servicio. (pág. 19)

Mientras que Omanchonu y Ross, (2014) expresa que definir y controlar la calidad del servicio resulta más difícil que asegurar la calidad de los productos. A diferencia de la manufactura, las industrias de servicios presentan características especiales que hacen el proceso de control más manejable, pero no menos importante. (pág. 24)

La calidad del servicio dentro de un negocio que produzca bienes o servicios es un factor muy importante a través del cual se debe acompañar la entrega con un conjunto de prestaciones accesorias agregadas a la principal donde lleve inmerso las necesidades, expectativas y deseos del cliente.

#### **1.2.2.1.1 Expectativas.**

De acuerdo con el criterio de Carrasco Fernández, (2012) “las expectativas acerca del servicio son elementos subjetivos que el cliente valora de manera personal. Cada cliente tiene sus propias expectativas y las percibe de un modo distinto” (pág. 39).

En cambio los autores, Montoya, Montoya y Rojas, (2012) expresan que “las personas hacen determinadas exigencias sobre servicios con base en sus normas, valores, deseos y necesidades personales, lo cual hace que este proceso sea bastante individualista” (pág. 8)

El conocimiento de las expectativas del cliente constituye el primer paso, y por ende el de mayor relevancia para brindar un servicio de calidad, las cuales funcionan

como estándares o puntos de referencia contra los cuales se juzga su desempeño del negocio.

#### **1.2.2.1.2 Percepciones.**

Sobre las percepciones, Jiménez, (2017) manifiesta que “Una percepción se origina en la mente de alguien. No tiene necesariamente ninguna conexión con hechos o datos. Las percepciones son simplemente creencias” (pág. 13).

Para los autores Prado y Pascual, (2018) las percepciones “se vinculan con la medición de los servicios que son prestados en un entorno tradicional. Esta puede ser medida a través de una herramienta que consideran cinco aspectos: fiabilidad, competencia, capacidad de respuesta, empatía y aspectos tangibles” (pág. 58).

La percepción del cliente se refiere a como los consumidores valoran la calidad del servicio y su grado de satisfacción frente a las características que posee el bien o servicio demandado.

#### **1.2.2.1.3 Fidelización.**

Los autores Peña, Ramírez y Osorio, (2015) manifiestan lo siguiente sobre la fidelización:

Fidelidad se considera como un constructo multidimensional más amplio y complejo que el de retención, ya que este último no es más que un indicador del primero, el cual está relacionado con el sentimiento de satisfacción del

cliente con el producto o servicio, e impacta positivamente en el comportamiento del cliente. (pág. 90)

Mientras que Carrasco Fernández, (2012) considera que “la fidelización consiste en lograr que los clientes se sientan satisfechos y, por tanto, fieles a la empresa durante un periodo de tiempo extenso” (pág. 105).

La fidelización o lealtad del cliente con nuestro negocio hoy en día es un factor muy importante para la buena marcha de la empresa, se basa en convertir cada venta en el principio de la siguiente a través de la satisfacción del consumidor.

#### **1.2.2.1.4 Valor agregado.**

En tanto que Kerin, Hartley y Rudelius, (2014) definen el valor agregado como “un conjunto de beneficios que una organización promete cumplir a sus clientes para satisfacer sus necesidades” (pág. 11).

El valor agregado es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial generalmente se trata de una peculiaridad poco común, o poco usado por los competidores y que porta cierta diferenciación.

#### **1.2.2.2 Consumidores.**

Para la revista web Economipedia por el autor Galán (2017)

El consumidor es una persona u organización que consume bienes o servicios, que los productores o proveedores ponen a su disposición y que decide demandar para satisfacer algún tipo de necesidad en el mercado. (pág. 1)

Cualquier agente económico en tanto consume Bienes y servicios. Todas las personas, sin excepción, son Consumidores, pues es inevitable que utilicen Bienes y servicios para satisfacer las necesidades que se presentan a lo largo de su vida. (Eco-finanzas, 2016)

Un consumidor de servicio es una persona u organización que compra el mismo, a cambio de dinero proporcionado por el intercambio de del bien o servicio, es un factor clave para la rentabilidad del negocio y su respectivo mantenimiento en el mercado.

#### **1.2.2.2.1 Atención al cliente.**

Según el autor Laza (2014) expresa que:

Es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o servicio. (pág. 10)

Por otra parte, el autor Fernández (2014) menciona que la atención al cliente: Es fundamental para la buena marcha de cualquier empresa, ya sea grande o muy pequeña. Tan fundamental es para la empresa, que constituye una gran

parte de su planificación estratégica. Muchas empresas se distinguen de sus competidores por realizar una buena estrategia de atención al cliente. (pág. 13)

Para dar un buen servicio al cliente hay que crear un vínculo con él, a fin de lograr una relación duradera, crear confianza, lograr que el cliente sea leal a nuestra marca, producto o servicio. Lo importante en este proceso es que el cliente salga satisfecho y que sus necesidades han sido satisfechas.

### **1.3 Fundamento sociales, psicológicos, legales**

#### **1.3.1 Fundamentos sociales.**

El hombre como elemento nuclear dentro de una estructura social influye y afecta con su accionar los hechos que en ella sucedan, salvador Giner en su obra sociología 2012 afirma que:

La conciencia y condiciones culturales de un hombre, así como su intervención en ámbitos políticos, económicos determina su protagonismo en la historia, debido a su permanencia como ser transformador y hacedor de las estructuras materiales y sociales, la inteligencia que lo diferencia de los demás seres y que le permite relacionarse, lo convierten en el protagonista de la historia y evolución del planeta, por encima de las demás especies existentes.

Desde el punto vista social, el ser humano desde su nacimiento siempre busca el hecho de actuar bajo una relación de independencia y eso lo explota frente a la sociedad, adaptándose a los ambientes por el simple hecho de satisfacer necesidades

prioritarias, y por ende aquello facilitara el desenvolvimiento en su entorno. Este proyecto ayudara a contribuir al desarrollo de la sociedad y la superación de ciertos problemas, dando así posibles soluciones o alternativas para la creación de un centro informático en la comuna Las Balsas.

### **1.3.2 Fundamentos psicológicos.**

El aspecto psicológico se describe como la parte de como recibe el ser humano un servicio y como responde a ese criterio, de ello va a depender mucho el éxito empresarial ya sea por la satisfacción o por la inconformidad.

(Lozano, 2017) En una opinión para la revista virtual afirma que “no hay mejor respuesta del ser humano que estar conforme de algo, que la parte psíquica no lo ordene, y aquello va a responder de acuerdo a como recibió y asimilo tal servicio” (pág. 34).

Toda empresa o negocio en la actualidad viven con la preocupación de poder satisfacer y cumplir las necesidades de los clientes otorgando una buena atención, puesto que, al obtener un cliente satisfecho nos refleja el resultado de un trabajo bien hecho, dado que la empresa es la única responsable de valorar las operaciones sino los usuarios y su percepción de la atención al cliente.

### **1.3.3 Fundamentos filosóficos.**

Tal y como lo cita Jaspers “el ser si mismo únicamente puede realizarse en comunicación con otro ser, me hundo en la sorda taciturnidad”. Este fundamento filosófico se refiere a que el ser humano está habituado para asociarse, comunicarse

y compartir información con el fin de alcanzar objetivos de tipo material y emocional.

Por otra parte, desde una concepción basada en la realidad actual que se vive, el emprendimiento se genere con el fin de satisfacer una necesidad, de tal manera aprovechar una oportunidad de negocio.

### **Teoría del emprendimiento.**

Se considera la manifestado en la teoría de Schumpeter “la posibilidad de generar ganancias, que puedan llegar a ser excepcionalmente grandes, es el señuelo que atrae a la actividad económica a un tipo particular de individuos. La acción de estos individuos está regida por lo que autor llamo espíritu emprendedor.

#### **1.3.4 Fundamentos legales.**

La presente investigación se sustenta en:

##### **1.3.4.1 Constitución de la República del Ecuador 2008.**

#### **Capítulo segundo.**

#### **Sección tercera.**

#### **Comunicación e información.**

La constitución de la República del Ecuador (2008), establece lo siguiente:

**Art. 16.-** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. el acceso universal de las tecnologías de información y comunicación.

**Art. 17.-** El estado fomentara la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

3. facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o estén limitadas.

#### **1.3.4.2 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO –TODA UNA VIDA (2017-2021).**

**Objetivo 1:** “Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas”. “El garantizar una vida digna en igualdad de oportunidades para las personas es una forma particular de asumir el papel del Estado para lograr el desarrollo; este es el principal responsable de proporcionar a todas las personas – individuales y colectivas–, las mismas condiciones y oportunidades para alcanzar sus objetivos a lo largo del ciclo de vida, prestando servicios de tal modo que las personas y organizaciones dejen de ser simples beneficiarias para ser sujetos que se apropian, exigen y ejercen sus derechos.”

## **CAPÍTULO II**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

El siguiente capítulo abarca los tipos de investigación y métodos utilizados acorde a la situación planteada, además de las técnicas para la recopilación de información que permitirán determinar y analizar las variables que desean conocer a fondo sobre el problema que se investiga.

#### **2.1 Tipo de investigación**

Uno de los tipos de investigación que se aplico es la exploratoria que consiste en examinar un tema o problema poco estudiado o que no ha sido abordado antes, con el propósito de acrecentar los conocimientos sobre el suceso. En la presente indagación permite que al observar los elementos del objeto de estudio se puedan emitir criterios fundamentales para tener una mejor perspectiva del estado del sector al que está dirigida la investigación como es el caso de la creación de un centro informático en la comuna Las Balsas.

De la misma manera se utilizó el tipo de investigación descriptiva en donde se mide la relación entre las cuestiones obtenidas en la exploratoria para su posterior interpretación y obtención de información relevante de las variables a través de la aplicación de fuentes primarias y/o secundarias.

## **2.2 Métodos de investigación**

Es fundamental en toda investigación usar diversos métodos que corroboren a la demostración de la información pertinente al tema. De esta manera se establece un proceso lógico que permite a través de la observación, explicación clara la realidad de la problemática planteada. Para el desarrollo de la investigación primero se llevó a cabo la identificación de los objetivos que se deben cumplir en la creación de un negocio y para ello se utilizaron:

### **Método inductivo.**

Este fundamental método permitió la argumentación o el análisis coherente de las situaciones problemáticas tratando de extraer conclusiones de carácter universal desde la acumulación de datos particulares a través del cual se recolecto la información para poder identificar el tema de estudio.

### **Método deductivo.**

Se utilizó este esencial método, porque complementa a la inducción, ya que permitió la identificación y explicación particular de las situaciones observadas, para establecerlas en un marco de problemática real, donde este procedimiento facilita la profundización del objeto de estudio, es decir, comparando las diversas manifestaciones del mismo con las teorías ya existentes, donde se define un orden lógico en la obtención de la información y las fuentes más adecuadas para aquello.

### **Método analítico.**

Este método se empleó con el fin de examinar la información recolectada de varias fuentes a través del cual se pueda identificar la realidad de una manera más amplia, para establecer la relación causa-efecto entre los elementos que comprenden el objeto de investigación seleccionado como la creación de un centro informático en la comuna Las Balsas.

### **2.3 Enfoque de la investigación**

El enfoque de la investigación reúne procedimientos que son aplicados al objeto de estudio con el objetivo de que la investigación tenga una estructura lógica que oriente al investigador hacia los resultados deseados mediante el procesamiento de los datos recolectados.

Según el tema de investigación, el enfoque que se definió en primer lugar es el cualitativo que consiste en describir las cualidades involucradas en el objeto de estudio detectadas durante el proceso de aplicación de los métodos, en este caso conocer la factibilidad al crear un centro informático en la comuna Las Balsas.

En consecuencia, también se menciona el enfoque cuantitativo que es un proceso en el cual se transforma la información numérica en datos interpretados y redactados, analizando los datos estadísticos que se obtienen en las encuestas que son aplicadas a la población de la comuna Las Balsas, con el fin de comprobar que la idea a defender planteada a través de los resultados obtenidos.

## **2.4 Diseño de muestreo**

### **Población para la entrevista**

Para la respectiva entrevista se consideró al Sr. Richard Minda, presidente de la comuna Las Balsas, con el objetivo de conocer su perspectiva a cerca de la necesidad del acceso al internet en la comunidad, para posteriormente la creación de un centro informático.

### **Población para la encuesta**

La población corresponde al conjunto de elementos respecto del cual se recaba información relevante, estos representan a las unidades del universo que por consiguiente son sometidos a medición a través de una encuesta.

Enfocándose en la Comuna las Balsas hay una población estimada de 1200 habitantes según datos proporcionados por el cabildo comunal , para el presente proyecto se consideró el rango de 12- 45 años ya que es el grupo etario al que están orientados los centros informáticos en base a estudios realizados con respecto a este tema, dándonos una cantidad de 816 habitantes (68%), a través del respectivo cálculo donde se considera como fuente el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Colonche 2015-2019 donde se menciona lo siguiente:

**Cuadro 1: Población**

<b>EDAD – AÑOS</b>	<b>%</b>	<b>HABITANTES</b>
10-19	19%	228
20-39	28,8%	346
40-59	20,2%	242
<b>Total</b>	<b>68%</b>	<b>816</b>

*Fuente: plan de desarrollo territorial de la parroquia colonche 2015-2019*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### **Muestra**

El muestreo es la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, para inferir el valor de una o varias características de un conjunto de personas, es decir, es parte de la población que se determinó para la realización de la encuesta. Se emplearon los siguientes métodos de muestreos, para establecer a aquel grupo selecto de la población determinada con anterioridad.

### **Muestreo probabilístico**

En el presente trabajo de investigación se utilizó la muestra probabilística, específicamente la muestra aleatoria simple, ya que este tipo de muestra se considera el criterio del investigador utilizando un porcentaje de margen de error y el respecto nivel de confianza, además por ser la más utilizada en trabajos de investigación científica. De esta manera las personas involucradas puedan dar su punto de vista con relación a la creación del centro informático que contribuya a satisfacer las necesidades del acceso al internet de los habitantes de la Comuna Las Balsas.

### **Determinación del tamaño de la muestra.**

$$n = \frac{z^2 \times P_x Q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times P_x Q}$$

n= tamaño de la muestra. - subgrupo de elementos de la población que se ha seleccionado para participar en el estudio con la finalidad de obtener información.

P= proporción de éxito. - probabilidad que se cumpla la hipótesis. Criterio del investigador.

Q= proporción de fracaso= Probabilidad que no se cumpla la hipótesis.

Z2= valor para confianza. -nivel de confianza o margen de confiabilidad.

E= error admisible= aquel que se determina según el investigador en cada estudio de acuerdo con el problema.

N= universo. - conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación de mercado.

### **Cálculo de la muestra.**

Se tomaron en cuenta los siguientes valores para reemplazar en la fórmula:

N= 816

Z= 1,96

P= 0,50

Q= 0,50

e= 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50 \times 816}{(0,05)^2(816 - 1) + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{783.6864}{2.9979}$$

$$n = 261$$

Al resolver la respectiva operación se obtuvo el valor de 261 que serán las encuestas aplicadas a los posibles usuarios del centro informático en la Comuna Las Balsas.

## **2.5 Diseño de recolección de datos**

### **2.5.1 Técnicas de la investigación**

Las técnicas de la investigación son elementales su utilización, puesto que facilita el procesamiento de toda la información obtenida en el sector donde se desarrolló la investigación, en este caso se utilizó la de campo, ya que fue menester sondear el medio en el cual se debió incursionar para obtener la mejor información posible.

#### **2.5.1.1 Encuesta**

Es una de las herramientas más importantes en la investigación, porque se recolecta información por medio de formularios, para conocer los requerimientos, opiniones y actitudes de los consumidores en relación con la creación de un centro informático, al ingresar como una microempresa nueva en la comuna Las Balsas, la misma que se aplicó a 261 personas.

### **2.5.1.2 Entrevista**

La entrevista es una de las técnicas más aplicadas en los proyectos de investigación, el objetivo de conocer la opinión de las personas, es decir, de aquellas que proporcionen datos importantes que ayuden en gran manera al avance de la investigación. En este caso se entrevista al presidente de la Comuna Las Balsas Sr. Richard Minda, quien aportó con criterios sobre el emprendimiento y su participación al desarrollo de la comunidad y a la satisfacción de las necesidades de los habitantes.

### **2.5.2 Instrumentos**

Los instrumentos que se aplicaron, de acuerdo con las técnicas de investigación señaladas fueron:

#### **2.5.2.1 Cuestionario**

Es una herramienta que el investigador utiliza para realizar la encuesta a los individuos que forman parte de la población, o en su defecto a quienes fueron seleccionados a través de la encuesta. Está diseñado con 15 preguntas que se elaboraron en base a factores relacionados al objeto de estudio y que fue dirigida a posibles clientes se consideran indicadores propuestos dentro de la matriz de operacionalización de variables.

### **2.5.2.2 Guía de entrevista**

Dentro de la guía de entrevista se elaboró un formato que establece seis preguntas directas y abiertas, con la oportunidad de expresar un punto de vista amplio y enfocado al objeto de estudio, como la creación de un centro informático, este instrumento de recolección de datos es aplicada a la persona antes mencionada.

### **2.5.3 Tratamiento de la información**

Los datos recolectados a través de la aplicación de la encuesta son procesados en el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), y su respectivo resumen de la encuesta a través de tablas y gráficos que posteriormente fueron analizados para la toma de decisiones sobre la creación de un centro informático en la comuna Las Balsas.

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA**

#### **3.1 Naturaleza del Proyecto**

##### **3.1.1 Descripción de la idea de negocio**

La idea de negocio surge como una necesidad para satisfacer las necesidades de la población de la Comuna Las Balsas perteneciente a la parroquia Colonche, debido a que es una comunidad que, actualmente no cuenta con una empresa, ya sea pequeña, mediana, microempresa o de la Economía Popular y Solidaria (EPS).

Por lo tanto, el centro informático propuesto para la Comuna Las Balsas aportará con el desarrollo y crecimiento formativo- profesional de quienes requieran del acceso a Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC'S).

##### **3.1.2 Justificación de la empresa**

En la actualidad la sociedad se encuentra inmersa en un desarrollo creciente de las nuevas tecnologías, que brindan las herramientas necesarias para impulsar el crecimiento de una comunidad hacia el conocimiento globalizado de las nuevas tendencias del mercado, la economía y los negocios en sí.

La creación de un centro informático nace como la idea de contribuir con el desarrollo de la Comuna Las Balsas, puesto que, hasta el momento no existen lugares donde estudiantes, profesionales y comunidad en general pueda acceder a internet y otros servicios que abarcan las TIC'S.

Por lo tanto, se pretende aprovechar esta debilidad y convertirla en una fortaleza para la idea de negocio generando fuentes de empleo y aportar con el crecimiento tecnológico en la comunidad antes mencionada.

### 3.1.3 Nombre de la empresa

Para la elección del nombre del centro informático, se utilizó la estrategia de ponderación a diferentes atributos considerados, de tal manera que se pueda calificar del 1 al 5 (1 es nada satisfactorio y 5 muy satisfactorio), a cinco diferentes nombres propuestos.

En el siguiente cuadro se podrá observar varios la calificación que cada nombre propuesto obtuvo y en base a los resultados obtenidos, definir el nombre que llevará la empresa.

**Cuadro 2: Nombre del centro informático**

<b>Nombres</b> \ <b>Atributos</b>	<b>Original</b>	<b>Atractivo</b>	<b>Claro</b>	<b>Significati vo</b>	<b>Agradabl e</b>	<b>TOTAL</b>
Infotec	3	3	4	3	4	17
<b>TecnoServ</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>21</b>
Máster Web	4	3	4	3	4	18
e-Tech	4	3	3	3	3	16
Enter	5	5	3	3	3	19

*Fuente: Investigación Directa.*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Los resultados obtenidos a través de la calificación a los 5 atributos muestran que el nombre que debe llevar el centro informático es “TecnoServ”, puesto que obtuvo la calificación más alta (21/25), mientras que en segundo lugar quedó el nombre

“Enter”. En tal virtud, el desarrollo de la presente investigación se realizará con el nombre propuesto.

**Nombre del centro informático:** TecnoServ.

**Actividad económica:** Prestación de servicio de internet, alquiler de computadoras, copias, impresiones y capacitaciones.

### **3.1.4 Descripción de la empresa**

#### **Tipo de empresa**

TecnoServ, es un emprendimiento que se regulará por lo que establece la Ley de la Economía Popular y Solidaria (EPS), (2019). Por lo tanto, se establecerá legalmente como tal. El objetivo social será brindar un servicio de calidad y calidez a los usuarios y clientes que requieran del servicio.

#### **Formas de organización de la Economía Popular y Solidaria.**

Art. 2.- Son formas de organización de la economía popular y solidaria, y, por tanto, se sujetan a la presente ley:

- a) las unidades Socioeconómicas populares, tales como, **los emprendimientos unipersonales**, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros, dedicados a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta al mercado, con el fin de autoempleo, generar ingresos para su auto subsistencia. (pág. 2)

El centro informático está considerado como una microempresa, debido a que en su apertura de funcionamiento contara con dos personas al mando del negocio, además que el propietario está inmerso en el ámbito laboral.

### **Localización de la empresa**

La parroquia Colonche, está ubicada en el norte de la provincia de Santa Elena, cuenta con una extensión de 1.147,4 km<sup>2</sup>. Según el Censo Poblacional del 2010. El sector hacia el interior de la parroquia es eminentemente rural, con una predominancia de las actividades agroalimentarias y cierto turismo incipiente de aventura y naturaleza, debido a la presencia del bosque siempre verde.

En la Parroquia Colonche se encuentran diferentes comunas como: Las Balsas que cuenta con 1.200 habitantes está integrada por los diferentes Recintos como: Ceibitos, Corozo, San Vicente. La cabecera comunal Las Balsas; es una zona de buena pluviosidad anual y permite el desarrollo agropecuario durante todo el año, cuenta con dos tipos de climas, la corriente fría de Humboldt y la cálida del Niño seco y temperatura promedio anual de 25 grados centígrados.

La localización de la comuna Las Balsas se encuentra de la siguiente manera:  
Provincia: Santa Elena; Cantón: Santa Elena; Parroquia: Colonche, Simón Bolívar;  
Provincia: Guayas; Cantón: Pedro Carbo; Parroquia: Pedro Carbo, Sabanilla;  
Sector: comuna Las Balsas.

El centro informático TecnoServ, estará ubicado en la comuna Las Balsa, por lo tanto, no se necesita realizar una Matriz de Evaluación de los Factores Críticos de

Éxito (FCI), el cual consiste en ponderar elementos como: materia prima, clientes, redes de comunicación, entre otros, y al final se escoge el lugar donde estará ubicada la empresa.

**Figura 1: Localización del centro informático TecnoServ**



*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

La figura anterior muestra puntos relevantes existente en el Recinto Las Balsas, lugar donde se llevará a cabo la creación del Centro Informático TecnoServ, para contribuir con el crecimiento socio económico de la localidad.

### 3.1.5 Análisis FODA.

**Cuadro 3 Análisis FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Acceso a TIC (internet).</li><li>➤ Precios accesibles.</li><li>➤ Comunicación efectiva.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Clientes potenciales.</li><li>➤ Generación de fuentes de empleos a los habitantes de la comuna.</li><li>➤ Programa de apoyo gubernamentales y de Ongs.</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS.</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Talento humano poco calificado en temas de Tic.</li><li>➤ Falta de algún servicio.</li><li>➤ Limitado presupuesto.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ingresos de nuevos competidores al mercado.</li><li>➤ Nuevas regulaciones legales para el funcionamiento de centros informáticos.</li><li>➤ Alza en tarifas eléctricas.</li></ul>

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### 3.1.6 Filosofía empresarial

La filosofía empresarial es el conjunto de elementos permiten la identificación de la empresa con lo que es y lo que quiere lograr que, a su vez, permita desarrollar un núcleo de trabajo organizacional que identifica a todas las partes integrantes de la organización.

En tal virtud, la filosofía empresarial del Centro Informático TecnoServ, se compone de tres elementos: misión, visión y valores corporativos, descritos a continuación:

## **Misión**

Brindar a nuestros clientes un servicio de calidad con los equipos más modernos del mercado y con un internet de alta velocidad.

## **Visión**

En cinco años ser líder en el mercado local, manteniendo los estándares de calidad en nuestros servicios.

## **Valores**

- Calidad.
- Atención.
- Respeto.
- Responsabilidad.
- Confianza.
- Generosidad.

### **3.1.7 Calificación del equipo emprendedor**

El equipo emprendedor que formará parte del Centro Informático TecnoServ, en la comuna Las Balsas de la parroquia Colonche, estará encabezado por la Srta. Rodríguez Holguín Rosa Viviana, quien realizó su formación profesional en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en la Carrera Administración de Empresas.

Por lo tanto, se garantiza que el emprendimiento tendrá un crecimiento sostenible en el tiempo y se obtendrán los beneficios que requiera para su funcionamiento. Adicionalmente, se incorporará un talento humano capacitado, con los conocimientos necesarios para satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

### 3.1.8 Ventajas competitivas

A continuación, se describe la propuesta de valor que ofrece TecnoServ.

**Figura 2: Propuesta de Valor**



*Fuente: investigación directa.*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Calidad de Servicio:** Un principio fundamental para genera valor al cliente y, por ende, generar una ventaja competitiva, es la calidad de servicio, basado en el principio del Ciclo PHVA o Círculo de Mejora Continua de Edward Deming, donde se pretende fortalecer la calidad del servicio a través de estrategias de mejora continua.

**Innovación:** Como se ha mencionado anteriormente, la comuna Las Balsas no cuenta con un centro informático que brinde las facilidades necesarias para tener acceso a internet de alta velocidad, por lo tanto, se pretende innovar el servicio a través del servicio que ofrece TecnoServ, con herramientas innovadoras como Power BI, MiniTab, Cuadros de Mando, entre otras herramientas útiles.

**Valor Agregado:** El valor agregado que TecnoServ ofrece a sus clientes el que se garantiza una experiencia única, por la velocidad del internet, las instalaciones y el servicio recibido.

## **3.2 Mercado**

### **3.2.1 Tamaño del mercado**

La microempresa TecnoServ considera que su población para la entrevista en el presente estudio consta de 1 sola persona el presidente de la comuna Las Balsas, mientras que la población está compuesta por 816 personas en un rango de edad de 12 a 45 años, género masculino y femenino de los cuales se extrajo una muestra de 261 consumidores, a los cuales se les aplico un cuestionario estructurado y los datos proporcionados fueron examinados a través de una estadística descriptiva.

En la comuna Las Balsas los consumidores del servicio del internet se caracterizan por ser estudiantes y jóvenes-adultos que acceden a este, con el fin de buscar información pertinente para sus trabajos diarios, con una frecuencia alta, además de conectarse a sus redes sociales, entretenimiento, jugar, entre otros.

### 3.2.2 Consumo aparente

**Cuadro 4: Consumo aparente**

<b>Consumo Aparente de Módulos-Capacitaciones.</b>			
<b>Módulos</b>	<b>Capacidad/clientes</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Tiempo</b>
Módulo Básico	40	2 veces	Trimestral
Módulo Intermedio	40		Trimestral
Módulo Avanzado	40		Trimestral

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

<b>Consumo Aparente de Uso de Cyber</b>			
<b>Tiempo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Personas</b>
1 a 30 minutos	4,21%	324	384
31 a 60 minutos	7,66%	294	384
61 a 90 minutos	30,65%	785	384
91 a 120 minutos	57,47%	11.034	384
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>12437</b>	<b>1536</b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

<b>Consumo Aparente de Copias e Impresiones</b>			
<b>Servicios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>Diario</b>
Copias	3919	327	14
Impresiones	3919	327	14

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### 3.2.3 Participación de la competencia en el mercado.

En la comuna Las Balsas no existen centros informáticos o algún negocio que oferte el servicio de internet, por lo tanto, no existiría competencia directa, para el presente proyecto se establece un listado de posibles competidores de manera indirecta que se consideran así por factores como distancia, transporte y gastos.

**Cuadro 5: Competencia**

<b>Nombre del Negocio</b>	<b>Ubicación</b>
Cyber Méndez	Comuna Manantial de Guangala.
Cyber El arbolito	Comuna Manantial de Guangala.
Cyber 12 de octubre	Comuna Manantial de Guangala, población 12 de octubre

*Fuente: investigación directa.*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### **3.2.4 Estudio de mercado**

#### **Objetivos del estudio de mercado**

- Conocer las necesidades, tendencias y comportamientos de los clientes potenciales con la finalidad de obtener el mercado meta del servicio.
- Determinar las características del servicio que se brindará al mercado para satisfacer las necesidades de los posibles clientes considerando sus requerimientos.
- Analizar el precio adecuado que los clientes estarían dispuestos a pagar por los servicios del centro informático.

#### **Establecimiento de la estrategia global corporativa**

- **Servicio al cliente**

El cliente es el que aprueba que un negocio pueda mantenerse en el mercado, motivo por el cual el trato que se le brinde a los usuarios es un factor importante en toda microempresa, debido a estos los colaboradores estarán inmersos a capacitaciones que vayan acorde a las nuevas tendencias que se presente en el

mercado tecnológico y servicio al cliente con el fin de fidelizar a los consumidores del mercado del internet.

**Cuadro 6: Segmentación del mercado**

<b>Segmentación geográfica</b>	Provincia Parroquia Comuna	Santa Elena Colonche Las Balsas
<b>Segmentación demográfica</b>	Tipo Edad Genero	Estudiantes, profesionales y personas en general. 15 a 45 años Masculino femenino
<b>Segmentación psicográfica</b>	Clase social	Media-baja
<b>Segmentación conductual</b>	Beneficios otorgados:	Aprendizaje (trabajo) y ocio.

*Fuente: Investigación Directa*  
*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### 3.2.5 Análisis de los resultados

#### **Análisis de los resultados de la entrevista a experto.**

La entrevista se la realizó al Sr. Richard Minda presidente de la Comuna Las Balsas, con la finalidad fin de conocer su perspectiva a cerca de la creación de un centro informático en la comunidad.

**1.- ¿Qué periodo lleva como líder comunal?**

La respuesta del sr. presidente de la comuna Las Balsas, es que tiene un periodo de seis años, 2013-2014-2015-2016-2017-2018-2019.

**2.- ¿Qué criterio tiene acerca de la importancia de los centros informáticos?**

Con lo que respecta a esta pregunta manifestó que, conforme a la época, los centros informáticos en las zonas rurales nos ayudan a saber qué mismo está sucediendo en las zonas urbanas, además de poder obtener las mismas ventajas tecnológicas que otras poblaciones.

**3.- ¿Considera que es necesario la capacitación tecnológica a los pobladores de la Comuna?**

La persona entrevistada manifestó que, si es necesario, que nuestros jóvenes especialmente tengan estas capacitaciones, y se han ellos los que tengan informados a la población de los últimos acontecimientos.

**4.- Usted como representante de la comuna Las Balsas ¿estaría dispuesto a adquirir el financiamiento por parte de alguna organización, por el servicio de capacitaciones a la población?**

El presidente de la comuna indico que si, como líder comunal realizaría las gestiones necesarias para financiar estas capacitaciones por medio de algunas organizaciones como el: GAD Parroquial, Plan Internacional entre otros, debido a

que estos cursos contribuirán al crecimiento personal y por ende al desarrollo socio económico de nuestra comuna.

**5.- ¿Está de acuerdo que se implemente un centro informático en la comuna Las Balsas?**

Totalmente de acuerdo, porque de esta manera nuestra población romperá esa brecha tecnológica que existe en la actualidad, además los habitantes podrán tener las mismas ventajas que existen en la zona urbana, donde nuestros estudiantes y personas en general puedan acudir a este negocio a realizar sus trabajos, reduciendo sus gastos en transporte y optimizando tiempo.

**6.- ¿La creación de un centro informático en la comunidad contribuirá al desarrollo socioeconómico del sector?**

La respuesta del entrevistado fue, ayudaría mucho, en especial a los estudiantes del sector en sus investigaciones escolares y de esta manera no acudirían a otras poblaciones para adquirir el servicio del internet.

## Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a clientes potenciales

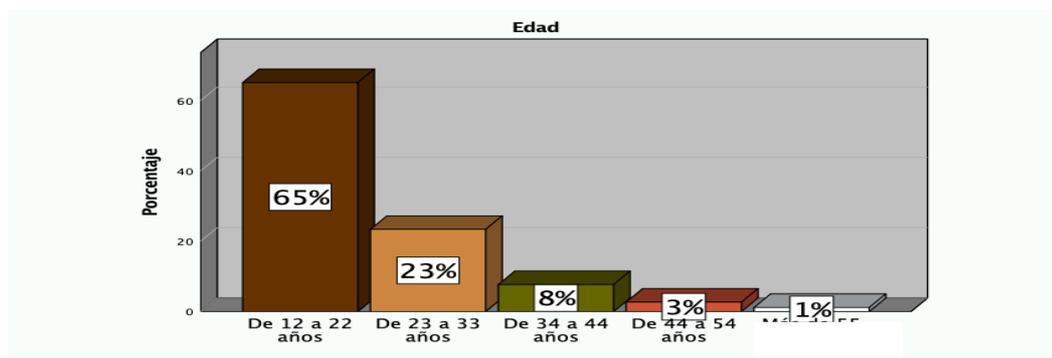
### a. Edad

**Tabla 1: Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
A	De 12 a 22 años	170	65,1	65,1
	De 23 a 33 años	61	23,4	88,5
	De 34 a 44 años	23	7,7	96,2
	De 44 a 54 años	7	3,4	100
	Total	261	100,0	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 1: Edad**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

De los resultados obtenidos a través del gráfico podemos observar que tenemos una mayor aceptación en el rango de edades de 12 a 22 años debido a que los jóvenes son aquellos que accede de manera vertiginosa a los equipos tecnológicos y lo utilizan con una frecuencia cada vez más alta, de la misma manera con un rango considerable se encuentran las edades de 23 a 33 años, mientras que con una categoría inferior se encuentra las edades de 34 años en adelante.

## b. Género

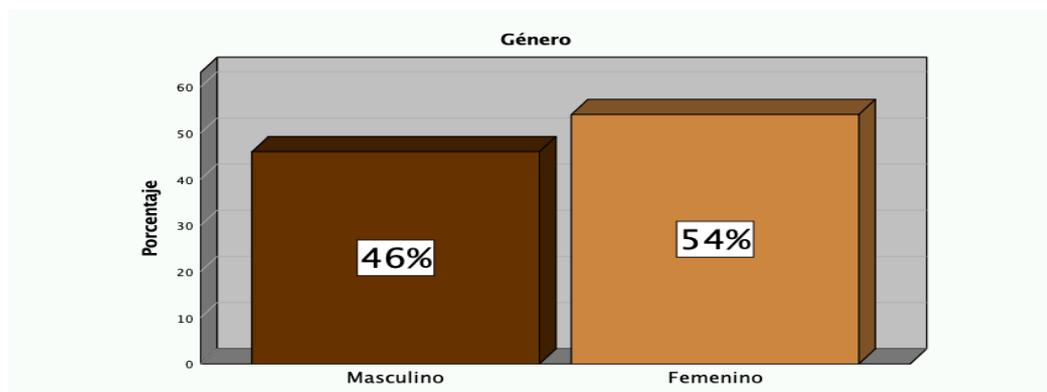
**Tabla 2: Género**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
B	Masculino	120	46,0	46,0
	Femenino	141	54,0	100,0
	Total	261	100,0	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 2: Género**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Se realizó esta pregunta para conocer el género de los encuestados ya que uno de los objetivos de los Infocentros es contribuir a que la equidad de género en el acceso a las tecnologías de la información, donde podemos observar que existe una aceptación del 54% del género femenino debido a que las mujeres utilizan el internet para socializar, tareas revisar temas que les interesan o para recurrir a la interminable lista de recetas y tradicionales de cocinas, mientras que con un 46 % está el género masculino que acuden a la tecnología para video juegos, fútbol, investigaciones y socialización.

### c. Nivel de estudios

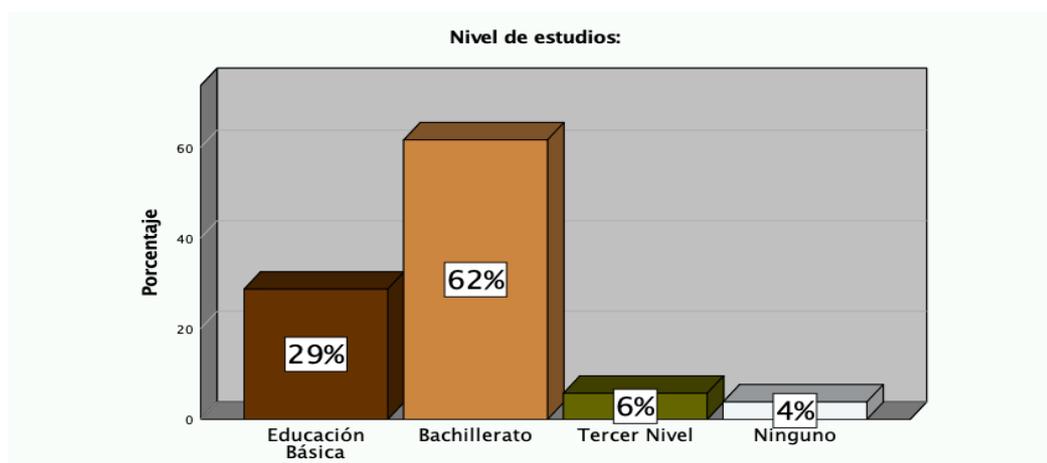
**Tabla 3: Nivel de estudio**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	
C	Educación Básica	75	28,7	28,7
	Bachillerato	161	61,7	90,4
	Tercer Nivel	15	5,7	96,2
	Ninguno	10	3,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 3: Nivel de estudios**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

En la encuesta realizada en la comuna Las Balsas se puede evidenciar que el 62% de la población tiene un nivel de estudio secundario o bachiller debido a que en su mayoría se encuentra cursando el colegio lo que sustenta el nivel de aceptación basada en el rango de edad de 12 a 22 años antes mencionado, seguido por un 29% con un nivel de educación básica, por otra parte están los porcentajes menores con un 6% tercer nivel y 4% ningún nivel de educación.

## 1.- ¿Posee internet en su domicilio?

**Tabla 4: Internet en el domicilio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Sí	0	0,00	00,0
	No	261	100,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,00</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 4: Internet en el domicilio**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

A través de los resultados proporcionados por la encuesta muestra que el 100% de los encuestados no cuentan con la facilidad de acceder a internet desde su domicilio, por lo que deben acudir a centros públicos a realizar sus actividades, este resultado de alguna manera corresponde a la realidad de las zonas rurales, donde existe una brecha en el uso de la tecnología de la información y la comunicación.

## 2.- ¿Qué ocupación tiene?

**Tabla 5: Ocupación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
2	Estudiante	241	92,3	92,3
	Profesional	15	5,7	98,1
	Trabajo Independiente	5	1,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 5: Ocupación**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

La mayor parte de las personas encuestadas (92%) manifestaron que son estudiantes dentro de la comuna Las Balsas en su mayoría están en colegios, con un porcentaje menor (6%) son profesionales, de la misma manera un 2 % tiene trabajo independiente entre los cuales esta comerciante de productos agrícolas y venta de productos de primera necesidad.

### 3.- ¿En sus actividades diarias utiliza el internet?

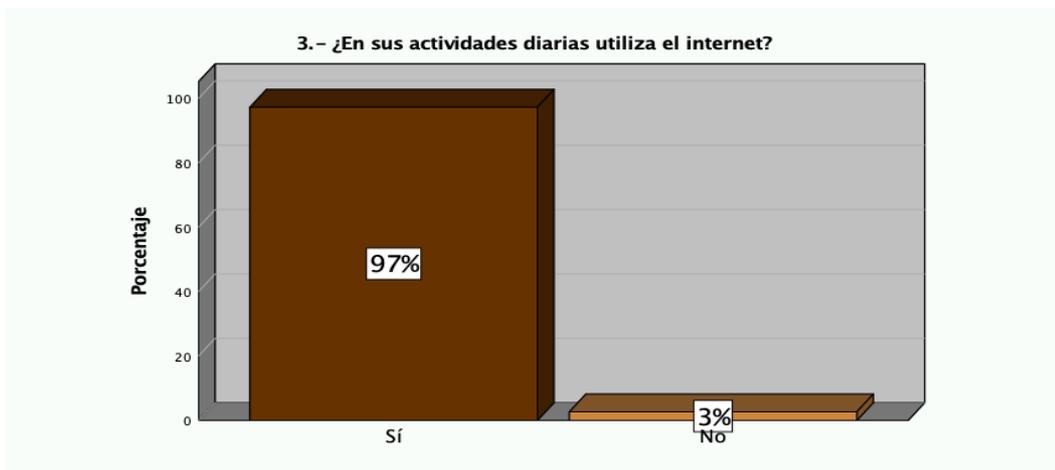
**Tabla 6: Utiliza internet**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
3	Sí	254	97,3	97,3
	No	7	2,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 6: utiliza internet**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana*

Según los resultados proporcionados por la encuesta realizada se puede evidenciar que el 97% respondieron que hacen uso de las herramientas de internet en sus actividades diarias, mediante este resultado se puede afirmar que el internet tiene gran acogida en las comunidades donde se procura llevar a cabo el proyecto, es por esto que se tiene la oportunidad de invertir en la creación del centro informático.

#### 4.- ¿Con que frecuencia acude a un centro informático?

**Tabla 7: Frecuencia de consumo**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
4	Diario	236	90,4	90,4
	Semanal	25	9,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 7: Frecuencia de consumo**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

El resultado obtenido a través de esta pregunta demuestra que el 90% de las personas encuestadas utilizan el internet diariamente debido a que en su mayoría son estudiantes que acuden a un centro informático a realizar investigaciones, socializar u otras actividades, mientras que un 10% manifestó que asisten semanalmente.

#### 5.- ¿Por qué utiliza un centro informático?

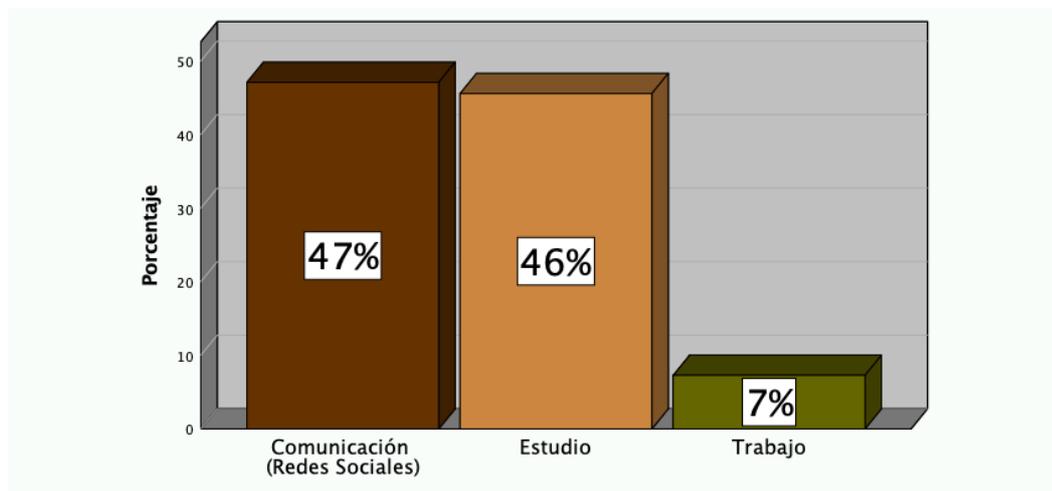
**Tabla 8: Utilidad del centro informático**

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
5	Comunicación (Redes Sociales)		123	47,1	47,1
	Estudio		119	45,6	92,7
	Trabajo		19	7,3	100,0
<b>Total</b>			<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 8: Utilidad del centro informático**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

A través de los resultados proporcionados por la encuesta se puede evidenciar que el 47% de las personas hacen uso del internet para comunicación (redes sociales) mientras que con un 46% lo utilizan para estudio es decir realizar investigaciones y utilizar plataformas educativas, un 7 % por trabajo, estos porcentajes nos demuestra que existe un mercado al cual se puede ofrecer los servicios del centro informático.

**6.- ¿Cuál es el tiempo diario aproximado que utiliza el servicio de internet en un centro informático?**

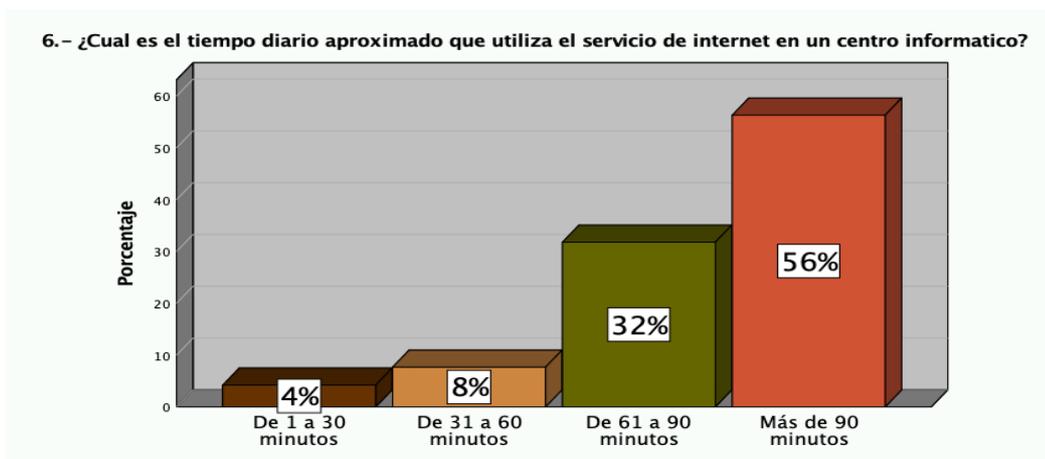
**Tabla 9: Tiempo de uso del servicio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
6	De 1 a 30 minutos	11	4,2	4,2
	De 31 a 60 minutos	20	7,7	11,9
	De 61 a 90 minutos	83	31,8	43,7
	Más de 90 minutos	147	56,3	100,0
	Total	261	100,0	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 9: Tiempo de uso del servicio.**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

El 70% de las personas encuestadas respondieron que el tiempo diario aproximado que utilizan el internet en un centro informático es de más de 90 minutos para realizar actividades de interés común, con un 32% manifestó que usa este servicio de 61 a 90 minutos, con un porcentaje promedio de 12 % dedica de 1 a 60 minutos. Esto demuestra la cantidad de tiempo que demandaran los usuarios del negocio.

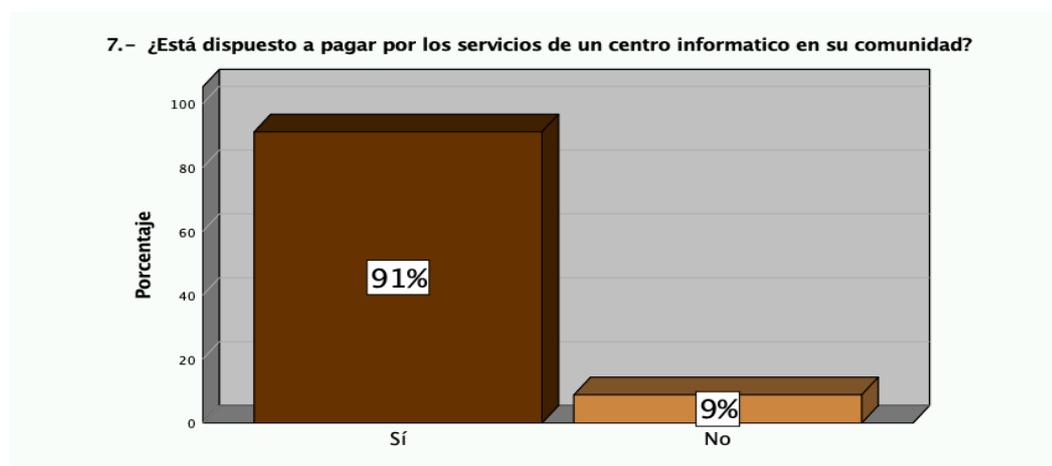
**7.- ¿Está dispuesto a pagar por los servicios de un centro informático en su comunidad?**

**Tabla 10: Aceptación del servicio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
7	Sí	238	91,2	91,2
	No	23	8,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 10: Aceptación del servicio**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Según los resultados proporcionados por la encuesta se puede evidenciar que un 91% está dispuesto a pagar por los servicios de un centro informático en la comuna Las Balsas porque a través de la ejecución de este proyecto los beneficiara al reducirles gastos y por factores de seguridad, mientras que un mínimo porcentaje de 9% manifestó que no está de acuerdo.

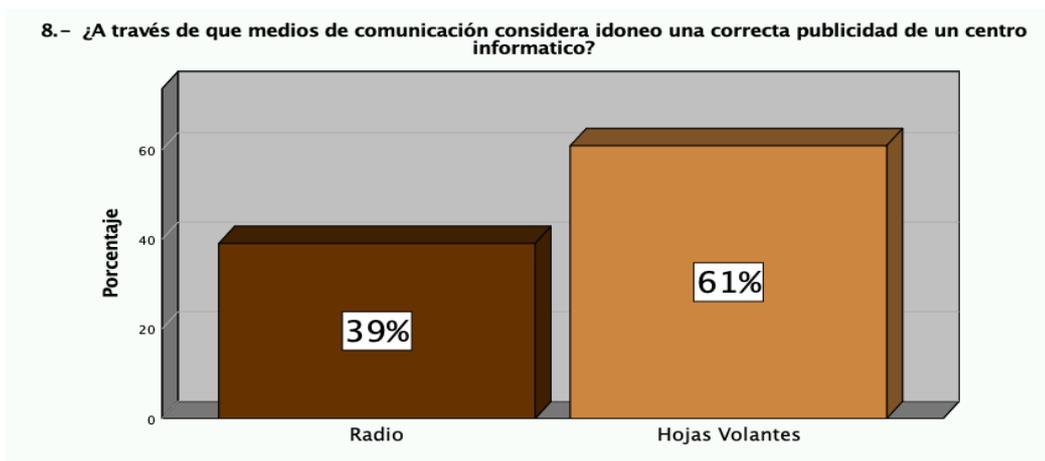
**8.- ¿A través de que medios de comunicación considera idóneo una correcta publicidad de un centro informático?**

**Tabla 11: Medios de difusión del servicio**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
8	Radio	102	39,1	39,1
	Hojas Volantes	159	60,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 11: Medios de difusión del servicio**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

El 61% de los encuestados manifestó que les gustaría recibir información sobre los servicios del centro informático a través de las hojas volantes debido a que están diseñados para llamar la atención, despertar el interés y conseguir que el cliente adquiera el servicio, mientras que con un 39% considera que la publicidad debe ser por radio debido a que tiene un gran alcance y aceptación en las zonas rurales, por lo que cuenta con mucho público que la sintonizan cada día.

**9.- Le gustaría que exista un centro informático en la comuna Las Balsas?**

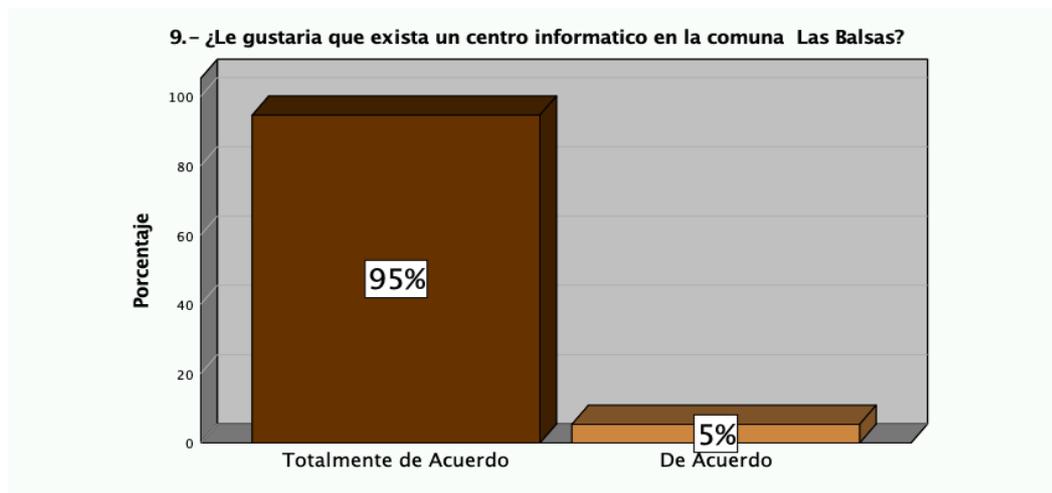
**Tabla 12: Servicio en Comuna Las Balsas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
9	Totalmente de Acuerdo	247	94,6	94,6
	De Acuerdo	14	5,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 12: Servicio en la comuna Las Balsas**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

En gran mayoría con un 95% del total de las personas encuestadas manifestaron que están totalmente de acuerdo que exista un centro informático en la comuna Las Balsas, este resultado se debe a que no existen negocios de esta actividad en la comunidad, motivo por el cual este proyecto ayudara a reducir costos en cuanto al traslado de las personas a otras comunas en donde pueden hacer uso de los servicios de internet, impresiones y copias.

**10.- ¿La creación de un centro informático en la Comuna Las Balsas satisfará sus necesidades del acceso al internet?**

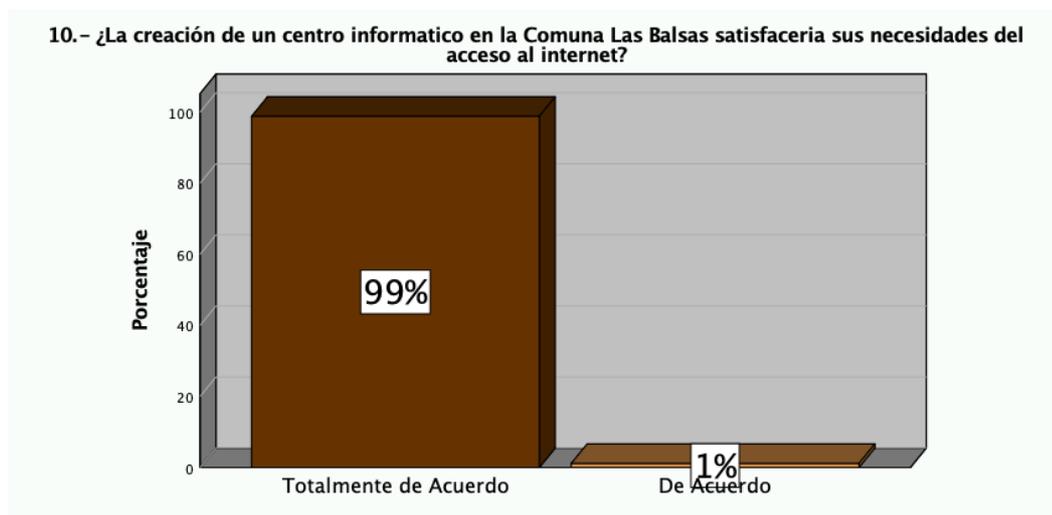
**Tabla 13: Satisfacción de clientes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
10	Totalmente de Acuerdo	258	98,9	98,9
	De Acuerdo	3	1,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 13: Satisfacción de clientes**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Según los resultados proporcionados por los encuestados el 99% está totalmente de acuerdo que la creación de un centro informático contribuirá a satisfacer sus necesidades, debido a que contarían con un lugar dentro de la comunidad a través del cual puedan acceder por motivos de comunicación, estudio o algún tema de interés.

**11.- ¿Considera que los servicios que brindará el centro informático tienen que ser a precios accesibles?**

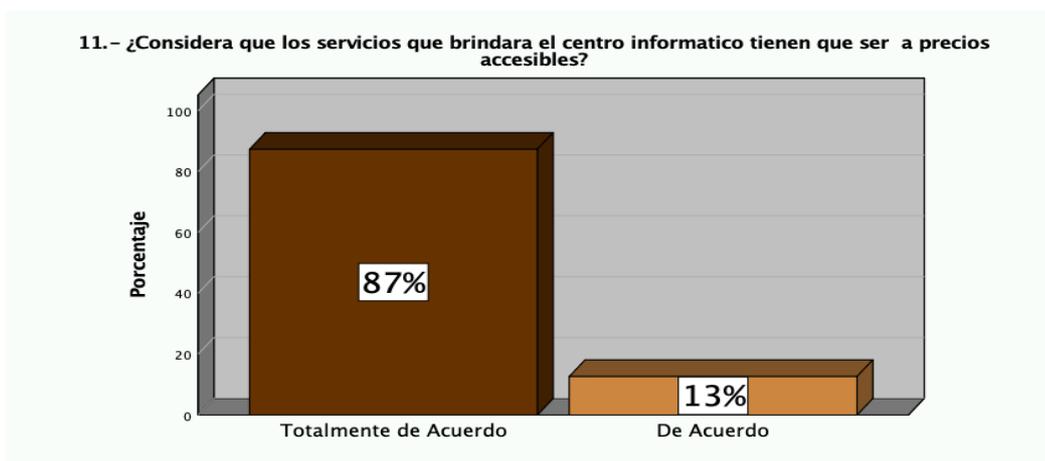
**Tabla 14: Percepción de precios**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
11	Totalmente de Acuerdo	228	87,4	87,4
	De Acuerdo	33	12,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 14: Percepción de precios**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

La información de esta pregunta contribuye a conocer la percepción de los precios, donde el 87% manifestó estar totalmente de acuerdo y un 13% de acuerdo que los precios deben ser accesibles, además se puede observar la acogida que tiene en el mercado actual; puesto que no se debe estimar montos de forma empírica, sino teniendo una base confiable.

**12.- ¿La creación de un centro informático en la comuna Las Balsas generara beneficios a la comunidad?**

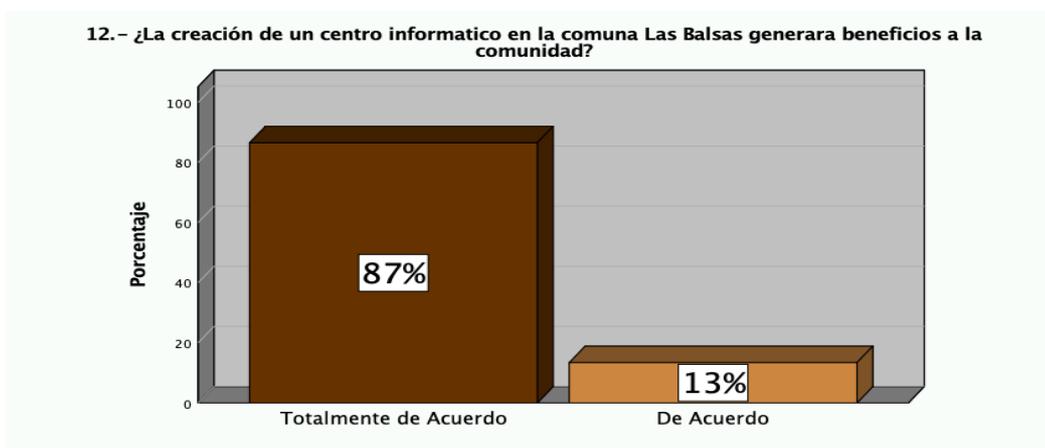
**Tabla 15: Beneficios para el cliente por el servicio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
12	Totalmente de Acuerdo	226	86,6	86,6
	De Acuerdo	35	13,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 15: Beneficios para el cliente por el servicio**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Los habitantes de la comuna Las Balsas consideran que la creación de un centro informático generará beneficios en la comunidad, debido a que estas áreas tecnológicas se concierten en el principal espacio para realizar consultas, revisar contenidos educativos digitales y capacitarse en relación a las TIC, además contribuirá a la reducción de la brecha digital de las zonas rurales de la provincia de Santa Elena.

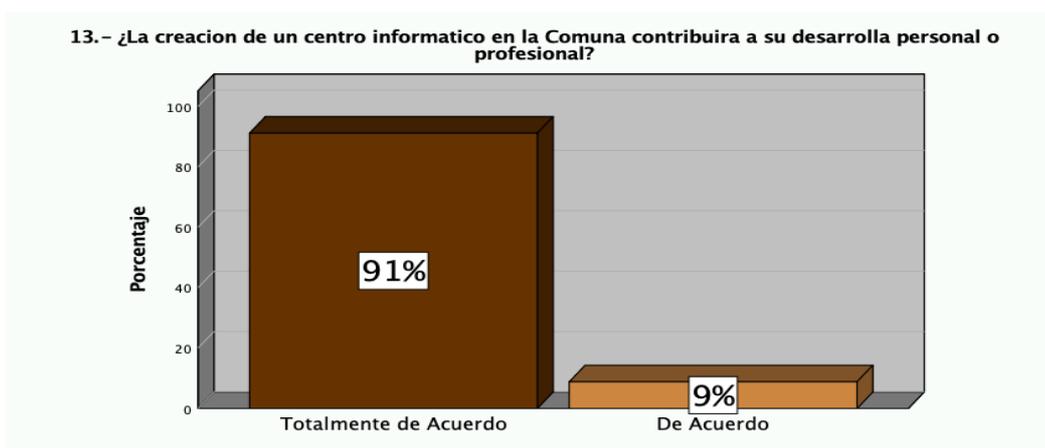
**13.- ¿La creación de un centro informático en la Comuna contribuirá a su desarrolla personal o profesional?**

**Tabla 16: Desarrollo personal y profesional**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
13	Totalmente de Acuerdo	238	91,2	91,2
	De Acuerdo	23	8,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 16: Desarrollo personal y profesional**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas  
Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Los resultados muestran que la mayoría de encuestados están totalmente de acuerdo que la creación de un centro informático contribuirá a su desarrollo personal y profesional, una pequeña parte está de acuerdo en que este tipo de negocio son espacios de participación e intercambio de conocimientos para el desarrollo individual y social, además de que en este tipo de negocio se puede resolver necesidades de información y comunicación sobre diferentes aspectos.

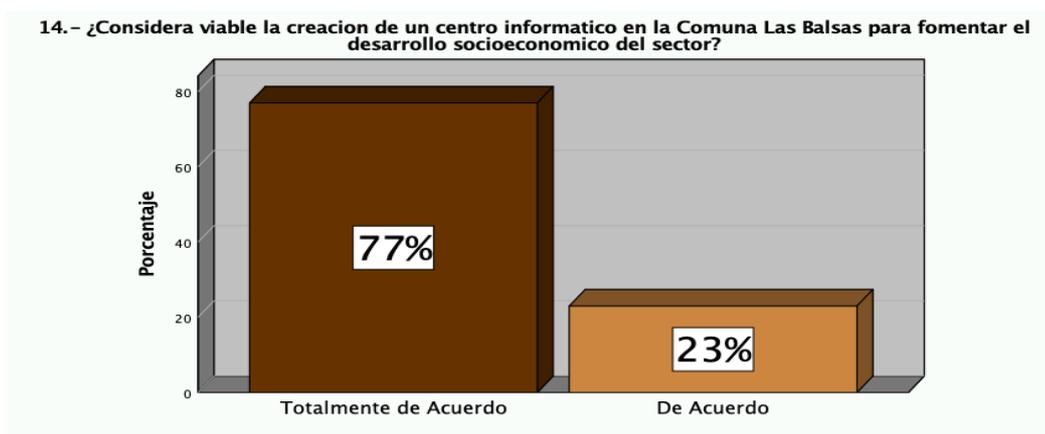
**14.- ¿Considera viable la creación de un centro informático en la Comuna Las Balsas para fomentar el desarrollo socioeconómico del sector?**

**Tabla 17: Desarrollo socioeconómico de la comuna**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
14	Totalmente de Acuerdo	201	77,0	77,0
	De Acuerdo	60	23,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*  
*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 17: Desarrollo socioeconómico de la comuna**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*  
*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Los resultados de la encuesta realizada generan como resultado que la creación de un centro informático en la comuna Las Balsas contribuye al desarrollo socioeconómico de la comunidad debido a que el objetivo principal es acerca las tecnologías hacia las personas que no poseen esta opción, así como contribuir a la erradicación del analfabetismo digital.

15.- ¿De los siguientes atributos, para poder brindar un servicio del centro informático que satisfaga sus necesidades ¿Cuál considera que es más importante?

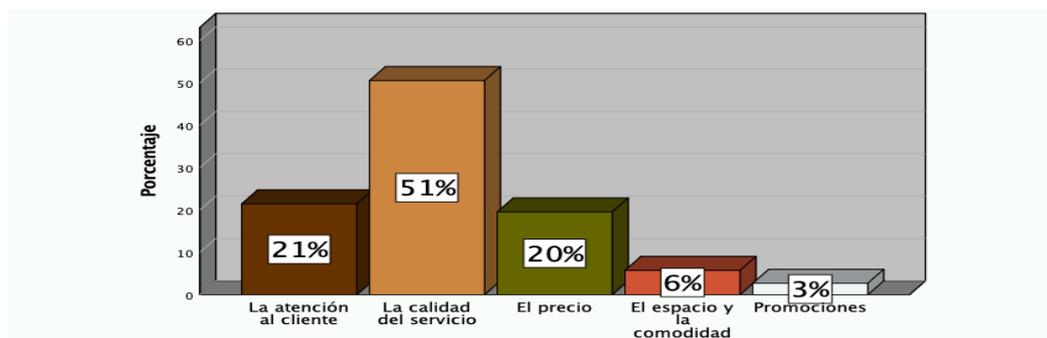
**Tabla 18: Atributos para brindar un servicio que satisfaga necesidades**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
La atención al cliente	56	21,5	21,5
La calidad del servicio	132	50,6	72,0
El precio	51	19,5	91,6
El espacio y la comodidad	15	5,7	97,3
Promociones	7	2,7	100,0
<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Gráfico 18: Atributos para brindar un servicio que satisfaga sus necesidades**



*Fuente: Encuesta a los habitantes de la Comuna Las Balsas*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

La mayor parte de los encuestados consideran que la calidad del servicio de un centro informático es un factor fundamental para satisfacer sus necesidades, este factor puede garantizar la rentabilidad y el éxito de cualquier negocio, contribuye a la lealtad del consumidor en el servicio dentro del mercado competitivo, por otra parte (21%) consideran que la atención al cliente es un elemento esencial pues es

el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de venderles o atender sus inquietudes y reclamos, mientras que un 20% manifiesta que es el precio.

### 3.2.6 Marketing Mix

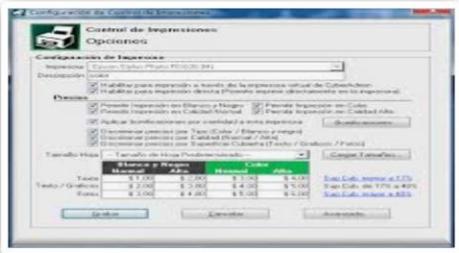
El marketing mix para el centro informático está compuesto por un conjunto de herramientas y variables utilizadas para cumplir con los objetivos organizacionales entre ellos esta: Producto/servicio, Precio, Plaza y Promoción.

#### Servicio

Los servicios que ofrece la microempresa TecnoServ, está enfocada a utilizar equipos de última tecnología, para satisfacer de manera eficaz y eficiente cada una de las necesidades de nuestros clientes.

Entre los servicios que ofrece el centro informático esta:

**Cuadro 7: Servicios a ofertar el centro informático**

<p><b>Navegación – internet</b></p>	
<p><b>Impresiones</b></p>	

<p><b>Copias color – B/N</b></p>	
<p><b>Capacitaciones.</b></p>	

*Fuente: Investigación Directa.*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

A los servicios anteriores se incluirán adicionales según los requerimientos de los clientes una vez instalado el centro informático.

### **Marca**

La marca en un producto o servicio es una representación gráfica capaz de distinguirse frente a la competencia, además es utilizada con el objetivo que los clientes puedan reconocerlos en el mercado.

Considerando como antecedente la elección del nombre a través de diferentes calificaciones, se conoce que el nombre del centro informático es TecnoServ, esta microempresa busca posicionarse mediante:

**Figura 3: Marca del centro informático TecnoServ**



*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### **Descripción de la Marca**

#### **Colores**

Los colores elegidos para la creación del IMAGOTIPO del centro informático TecnoServ están basados en la teoría de colores.

- **Verde:** este color está asociada con tranquilidad y naturaleza se utiliza esta tonalidad debido a la ubicación del negocio, además incita la armonía en el cerebro y proporciona el balance entre el cuerpo y las emociones.
- **Rojo:** el color rojo es muy estimulante genera aumento de energía y agiliza la concentración.

#### **Eslogan**

El eslogan es una frase o texto corto que acompaña la marca, se realiza con el objetivo de que le proporcione al posible cliente el valor que posee el servicio y los beneficios que este ofrece. Para el centro informático TecnoServ utilizara la frase persuasiva “¡Tecnología a tu alcance!”

## **Tipografía**

Las letras de la marca se seleccionaron “Avenir Next”, una fuente nueva que están utilizando los nuevos negocios con el objetivo de dar un enfoque de elegancia a su marca.

## **Imagotipo**

El Imagotipo que nos identificara está basado en la naturaleza del proyecto que es la creación de un centro informático para satisfacer las necesidades del acceso de internet a los habitantes de la comuna Las Balsas.

## **Precio**

Los aspectos competitivos para entrar en el mercado del internet serian con un precio bajo y alcance de todos, calidad, comodidad que nos permita satisfacer las necesidades de nuestros clientes y por ende su fidelización.

Para la determinación del precio se aplicará el método pricing donde se considera el valor establecido por los negocios de servicios similares que existen dentro del mercado, los mismos que son utilizados para el cálculo de las diferentes proyecciones que requiere el presupuesto.

Las condiciones de pago, está en efectivo debido a que este tipo de servicio no se presta para determinar otra forma de pago. Se ha estimado el precio de los servicios.

**Cuadro 8: Precios**

<b>Tipo de servicios</b>	<b>P.V. P</b>
Navegación – internet	
1 a 30 minutos	<b>\$ 0,50</b>
31 a 60 minutos	<b>\$ 1,00</b>
61 a 90 minutos	<b>\$ 1,50</b>
91 a 120 minutos	<b>\$ 2,00</b>
Copias	
B/N	<b>\$ 0,10</b>
Color	<b>\$ 0,25</b>
Impresiones	
B/N	<b>\$ 0,20</b>
Color	<b>\$ 0,30</b>
Capacitaciones	
Nivel básico	<b>\$ 40,00</b>
Nivel intermedio	<b>\$ 45,00</b>
Nivel avanzado	<b>\$ 50,00</b>

*Fuente: Investigación Directa.*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

## **Plaza**

El centro informático TecnoServ, al comienzo de sus actividades contará con un punto de venta que estará ubicado en la comunidad de Las Balsas, específicamente en el centro de la población, en lo que refiere a los beneficios que ofrece establecer el negocio en este lugar se observa lo siguiente: este servicio es percibido por los usuarios como algo que ha pasado a ser una necesidad para poder ejecutar diversas actividades como tareas, entretenimiento.

Existen algunas condiciones que posibilitan el establecimiento de un centro informático en la comuna Las Balsas como:

- Demanda insatisfecha.
- La obsolescencia del servicio por parte de competidores.

La idea del negocio está enfocada a expandirse y lograr tener varios puntos de ventas dentro de la parroquia Colonche.

### **Promoción**

TecnoServ para su introducción como microempresa nueva en el mercado del servicio del internet, a través de un análisis de la demanda que existe en el sector, considerara ciertas estrategias de promoción entre las cuales están:

- Con la presentación de la hoja volante accedes al servicio de internet por 15 minutos gratis.
- Ingresa en grupo de tres a utilizar el servicio y uno de ellos accede a 30 minutos de internet gratis.
- Si imprimes más de 25 hojas te obsequiamos 5 hojas de impresiones gratis (puedes acumular)

### **Publicidad**

Para dar a conocer los servicios que brindara el centro informático TecnoServ se hará una publicidad mediante hojas volantes, la mismas que se van a entregar el material en lugares donde exista mayor concentración de público, colegios y así promocionar el servicio, donde se dará a conocer la ubicación y los servicios que ofrece el negocio.

Figura 4: Hojas Volantes



Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.

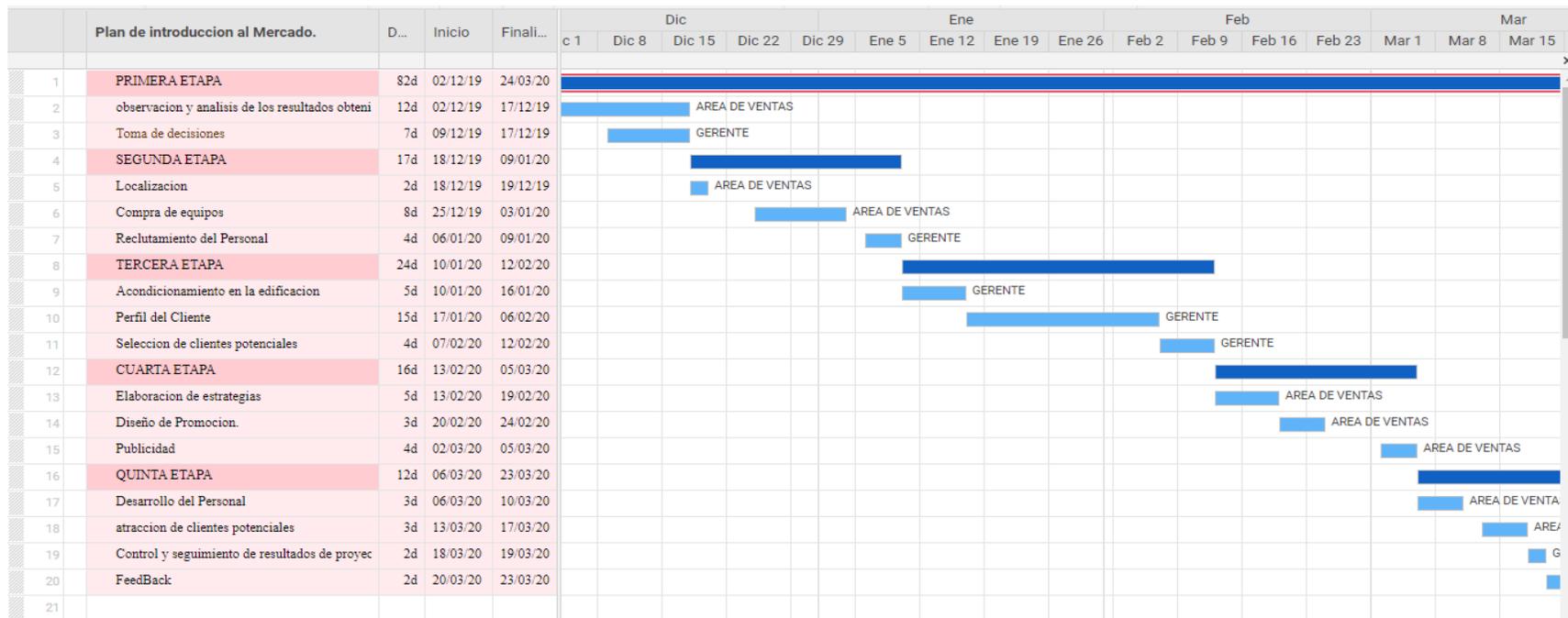
Figura 5: tarjeta de presentación



Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.

### 3.2.7 Plan de introducción al mercado (Plan de Marketing)

**Figura 6: Plan de introducción al mercado**



*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### **3.3 Procesos de servicios**

#### **3.3.1 Objetivos del área de servicios.**

- Describir el proceso principal que implica el desarrollo del servicio mediante un diagrama.
- Definir los lineamientos para la elección de proveedores de bienes y servicios que cumplan con las expectativas de la empresa.
- Determinar las principales maquinarias y equipos que se utilizaran para la prestación del servicio.
- Establecer un cronograma de actividades para la prestación del servicio.

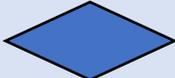
#### **3.3.2 Descripción del proceso de servicio.**

- 1.- Ingreso del cliente al centro informático.
- 2.- El administrador da a conocer los servicios
- 2.- El cliente decide adquirir o no el servicio.
- 3.- El administrador atiende el requerimiento.
- 4.- El cliente solicita o no asesoramiento para el uso del servicio.
- 5.- El cliente cancela el valor del servicio al encargado de venta.
- 6.- El administrador del servicio recibe el dinero.
- 7.- El administrador emite la factura.
- 8.- el administrador entrega la factura al cliente.
- 9.- El administrador archiva la factura para la declaración.

### 3.3.3 Diagrama de flujo del servicio

Para el diseño de los procesos se usan flujogramas que consiste en exponer gráficamente situaciones mediante símbolos, que permitan realizar un análisis de manera sencilla considerando las diferentes etapas y secuencias de las operaciones que comprende el servicio. Las simbologías para usar en los flujogramas son las siguientes:

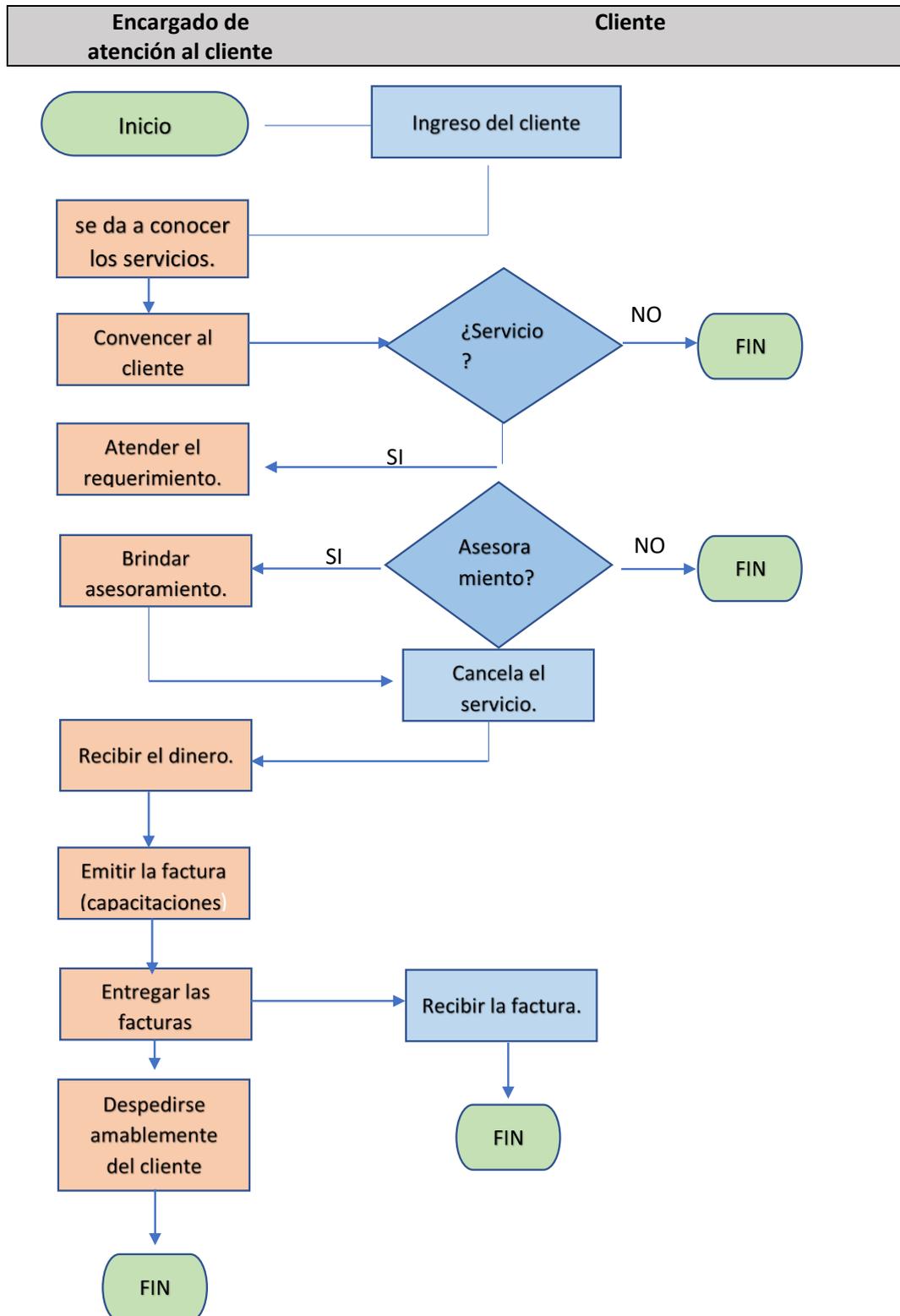
**Cuadro 9: Simbologías**

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones.
	Entrada/Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación.
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso

*Fuente: Investigación Directa.*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Figura 7: flujograma del proceso**



*fuelle: Investigación directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### 3.3.4 Identificación de proveedores

TecnoServ determinara sus proveedores de los insumos necesarios para el funcionamiento del centro informático, considerando algunos criterios fundamentales para una decisión acertada, entre los cuales están:

- El menor precio, se analizará quien de las diferentes empresas proveerá del bien o servicio al negocio dependiendo de las características de los mismo.
- Quien tenga repuestos o la mayor cantidad de repuestos en stock.
- Aquel que proporcione un servicio técnico la zona, en caso de problemas con los equipos y garantía.

**Cuadro 10 Proveedores**

PROVEEDORES	SERVICIO/PRODUCTOS	UBICACION
<b>SERVICIO DE INTERNET</b>		
Corporación Nacional de Telecomunicaciones	Internet, velocidad 4G, 10000 Mb.	Barrio Rocafuerte y AV. 23, La Libertad, Sta. Ele.
<b>SUMINISTROS</b>		
Grupo IMAR S.A.	Carpetas, hojas A4, esferos, perforadoras, grapadoras, papeleras, archivadores.	Mapasingue este, vía a Daule Km 4.5 calle 3era y callejón.
<b>EQUIPAMIENTO</b>		
Novicompu	Computadoras, impresoras, proyectores	Frente al banco Amazonas, Av. Francisco de Orellana.
Masisa	Escritorios ejecutivos, escritorios para PC, podio.	La Libertad, 12 de octubre "a" s/n y calle 16
Aceros y Aluminios	Vitrinas	La Libertad, Barrio Rocafuerte AV 25 diagonal a Dercocaucho
Negoventas	Sillas ejecutivas, sillas de plástico	Urdesa Central Calle Bálsamos Norte 510 Entre Monjas Y, Ébanos

*fuente: Investigación directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### 3.3.5 Equipos por utilizar y características

**Cuadro 11: Equipos a utilizar**

Cantidad	Descripción
<p data-bbox="347 555 368 584">8</p> 	<p data-bbox="660 521 1356 555"><b>Equipos de computación.</b></p> <p data-bbox="660 555 1356 629"><b>Toshiba LX83 All la One touch, Procesador CORE 13-3110M/23 FHD LD</b></p> <ul data-bbox="715 640 1356 898" style="list-style-type: none"> <li>• Bocinas stereo internas.</li> <li>• Pantalla de 23.0”, touch screen.</li> <li>• Webcam y micrófono integrados.</li> <li>• Ranura para candado de seguridad.</li> <li>• Memoria RAM expandible max. 16GB.</li> <li>• Blu-ray Disc regradable DVD SuperMulti con Labelflash.</li> </ul>
<p data-bbox="320 958 341 987">1</p> 	<p data-bbox="660 925 1356 999"><b>Impresora EPSON L355 Inyección de tinta Multifuncional.</b></p> <ul data-bbox="715 1037 1356 1529" style="list-style-type: none"> <li>• Multifunción número de inyección Monocromática: 180 boquillas (K).</li> <li>• Monocromática: 180 boquillas (K) Capacidad 5000 impresiones diarias.</li> <li>• Color: 59 boquillas x 3 (CMY)</li> <li>• 1 botella de tinta negra y 3 botellas de tinta a color (cian, magenta y amarilla) de 70 ml cada una.</li> <li>• Cable de alimentación.</li> <li>• Cable USB.</li> <li>• Guía rápida de instalación.</li> <li>• CD con drivers, manuales, software OCR y para edición de fotos.</li> </ul>
<p data-bbox="320 1579 341 1608">1</p> 	<p data-bbox="660 1568 1356 1601"><b>Impresora Multifunción Hp 8610 Tóner</b></p> <ul data-bbox="715 1624 1356 1960" style="list-style-type: none"> <li>• Cada impresión tiene un estilo profesional al usar tintas de pigmentos HP originales para obtener paginas multicolor.</li> <li>• Los cartuchos HP originales de tinta alta capacidad 5.</li> <li>• Velocidad alta de impresiones: hasta 19 ppm en blanco y negro, y 14,5 ppm a color.</li> <li>• Material de marketing sin bordes a doble cara.</li> </ul>

1		<b>Estación de trabajo</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad permanente 24/7</li> <li>• Gráficos de alto rendimiento.</li> <li>• diseño que soporta el rendimiento.</li> <li>• Refrigeración.</li> <li>• certificación ISV en las Workstation DELL</li> </ul>

*fuelle: Investigación directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

<b>EQUIPOS DE COMPUTACION-CAPACITACIONES</b>	
2.	
	<b>PROYECTOR LCD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubican todos los colores al mismo tiempo.</li> <li>• Imágenes claras y saturadas.</li> <li>• Resolución de imagen de 1024 por pixeles y 2600 lúmenes de emisión de luz.</li> </ul>

*fuelle: Investigación directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

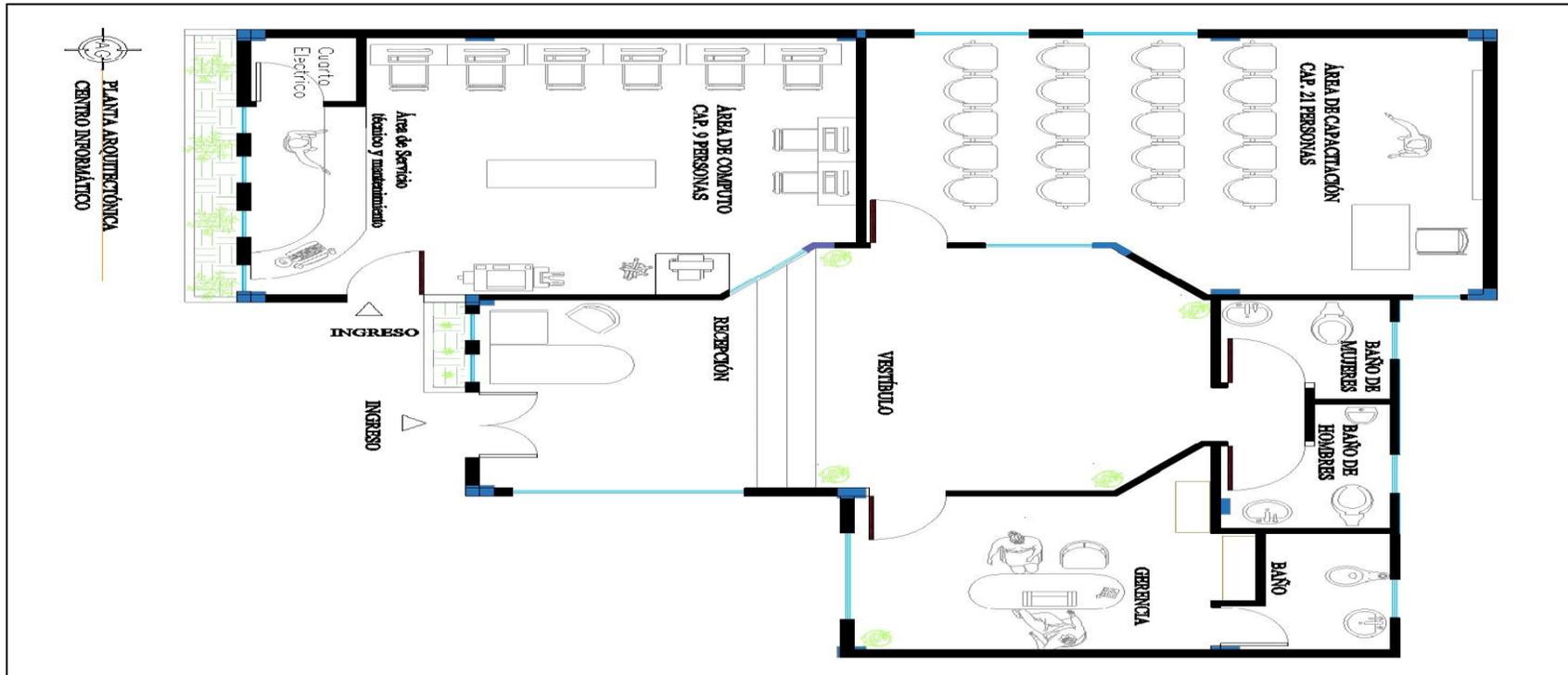
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción.</b>
2.	
	<b>Equipo de computación.</b>
	<b>Laptop Inspiron 15" 3567</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soporte hasta 16 GB de memoria.</li> <li>• Rendimiento sólido.</li> <li>• Opte por una unidad de DVD.</li> <li>• Lector de tarjetas SD, Fichas para auriculares, bloqueo Kensington, entrada de alimentación, apertura de ventilación, HDMU 1. 4ª, Dos USB 3.1Gen 1.</li> </ul>

*fuelle: Investigación directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### 3.3.6 Diseño y distribución de la planta

Figura 8: Diseño y distribución de la Planta



fuelle: Investigación directa

Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana

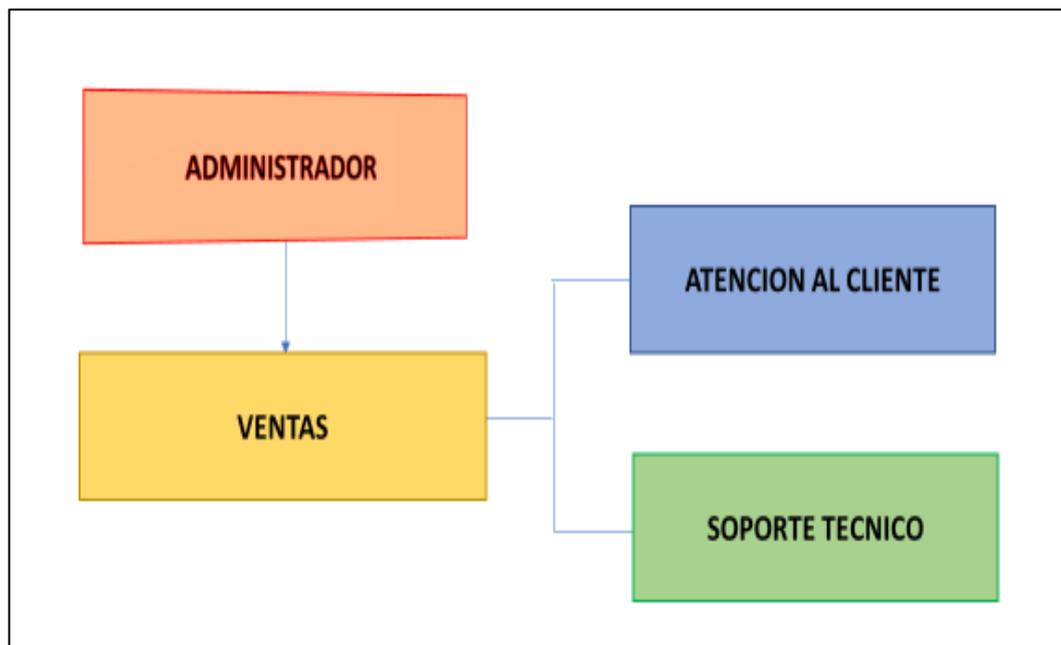
### 3.4 Organización

#### 3.4.1 Objetivos del área de organización

- Fomentar el trabajo en equipo entre los colaboradores del negocio con la finalidad que se logre cumplir los objetivos organizacionales.
- Promover la comunicación asertiva y el sentido de pertinencia entre las áreas que constituyen la microempresa.
- Conservar un clima laboral adecuado con el objetivo de que cumplan las funciones a cabalidad.

#### 3.4.2 Estructura organizacional

*Figura 9: Organigrama*



*Fuente: Investigación Directa.*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Nivel ejecutivo.**

El nivel ejecutivo está representado por el propietario del centro informático, quien será el responsable de tomar decisiones acertadas, supervisar las actividades y orientar al personal a la ejecución de las políticas establecidas en el negocio.

**Nivel operativo.**

El nivel operativo está conformado por el encargado de ventas quien ejercerá la atención al cliente y el soporte técnico de los equipos de computación del centro informático, se debe recalcar que será por inicios del negocio debido al limitado presupuesto.

## Manual de Funciones

**Cuadro 12: Manual de Funciones del Administrador**

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>CÓDIGO:</b> MFC-01
		<b>A PARTIR DE:</b> 1 ENERO 2020
		<b>VERSIÓN:</b> 01
		<b>PÁG:</b> 1/1

<b>1. DENOMINACIÓN DEL CARGO</b>	<b>ADMINISTRADOR</b>
No. Cargos (1)	
<b>ROL ESPECÍFICO: ASISTENTE</b>	
<b>2. NIVEL:</b> Directivo	<b>3. UBICACIÓN:</b> Administración
<b>4. EDUCACIÓN:</b> Título profesional en Administración de Empresas, Ingeniero Comercial, Ingeniero en Marketing y Título de postgrado en la modalidad de Especialización o Título de Maestría.	
<b>5 EXPERIENCIA:</b> Cinco (5) años de experiencia profesional.	
<b>6 FUNCIONES DEL CARGO:</b> Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieren su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por la función.	
<b>7 FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir y coordinar las labores del personal.</li> <li>• Planificar los gastos e inversiones.</li> <li>• Capacidad para la toma de decisiones inmediatas, velando por los intereses organizacionales.</li> <li>• Analizar los distintos aspectos administrativos de la empresa.</li> <li>• Capacidad para comunicar los resultados alcanzados en un tiempo determinado, sean estos favorables o desfavorables.</li> </ul>	
<b>9. HABILIDADES Y DESTREZAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad analítica</li> <li>• Capacidad de resolución de conflictos</li> <li>• Toma de decisiones.</li> <li>• Liderazgo.</li> </ul>	

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Cuadro 13: Manual de Funciones del encargado de ventas-soporte técnico**

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	<b>CÓDIGO:</b> MFC-02
		<b>A PARTIR DE:</b> 1 ENERO 2020
		<b>VERSIÓN:</b> 01
		<b>PÁG:</b> 2/2

<b>1. DENOMINACIÓN DEL CARGO</b>	<b>ATENCION AL CLIENTE</b>
No. Cargos (1)	
<b>ROL ESPECÍFICO: ASISTENTE</b>	
<b>2. NIVEL:</b> Operativo	<b>3. UBICACIÓN:</b> Ventas
<b>4. EDUCACIÓN:</b>  Bachiller	
<b>5 EXPERIENCIA:</b> Mínima de 1 año en atención al cliente y manejo de equipos y sistemas de cómputo	
<b>6 FUNCIONES DEL CARGO:</b> Iniciativa, responsable, disposición de trabajo fuera de la jornada laboral	
<b>7 FUNCIONES ESPECÍFICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender consultas de clientes y proporciona información según procedimientos</li> <li>• Elaborar documentación para tramites (recibos, requisitos según el procedimiento correspondiente)</li> <li>• Capacidad para comunicar los resultados alcanzados en un tiempo determinado, sean estos favorables o desfavorables.</li> <li>• Uso de equipos de oficina, equipo de cómputo, audiovisuales.</li> <li>• Programador de aplicaciones tanto escritorio, web y móviles.</li> <li>• Conocimientos en el manejo de software.</li> <li>• Conocimiento y experiencia en mantenimiento y reparación de equipo de cómputo.</li> </ul>	
<b>9. HABILIDADES Y DESTREZAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Relaciones interpersonales.</li> <li>• Organización.</li> <li>• Laborar con metas de trabajo</li> </ul>	

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### **3.4.3 Desarrollo de personal**

TecnoServ además de brindar un servicio de calidad a sus clientes y la atención al cliente, también está comprometida con el desarrollo del personal que en ella labora para cumplir con los objetivos organizacionales, motivo por el cual se impartirán capacitaciones que logren aportar a su crecimiento personal y profesional.

- Capacitación de Atención al cliente y servicio de calidad, taller dirigido a todos los niveles.
- Capacitación de motivación laboral, taller dirigido a todos los niveles organizacionales, con el objetivo de mejorar el nivel de satisfacción de los clientes.

### **3.4.4 Políticas Institucionales**

Las políticas institucionales permiten enfocar las acciones dentro del negocio, a través del establecimiento de lineamientos generales que se toman en cuenta al momento de tomar decisiones acertadas, en el caso del centro informático TecnoServ son:

- Brindar un servicio de calidad para lograr la fidelización de los clientes.
- Tratar a los clientes con amabilidad y calidez.
- Brindar ayuda a los clientes para el desarrollo de las investigaciones u otras actividades dentro del centro informático.
- Realizar el mantenimiento de los equipos para brindar un servicio de calidad.

- Realizar actualizaciones constantes de los programas.

### **3.4.5 Evaluación de desempeño**

El centro informático TecnoServ evaluara los resultados de desempeño mediante una evaluación de 360°, debido a que es una de las herramientas más utilizadas en las organizaciones modernas, donde los principales usos que dan son los siguientes:

- Medir el desempeño laboral.
- Medir las competencias.
- Diseñar programas de desarrollo personal y profesional.

La evaluación de 360 grados pretende dar a los empleados una perspectiva de su desempeño al obtener aportes desde los ángulos: jefes- subordinados, considerando aspectos relevantes como: puntualidad, compromiso y responsabilidad, resistencia al cambio y trabajo individual.

### **3.4.6 Marco legal de la organización**

El marco legal de la organización es aquel proceso donde se debe efectuar la documentación respectiva para conseguir los permisos de funcionamiento del negocio.

**Razón Social:** TecnoServ.

**Figura Jurídica:** Empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

**Propietario:**

Srta. Rodríguez Holguín Rosa Viviana

Nacionalidad: ecuatoriana.

Domicilio: Comuna Las Balsas.

El centro informático en sus inicios va a funcionar como un emprendimiento, sin embargo, a medida que se tenga un crecimiento en el mercado, es necesario cambiar su figura jurídica a responsabilidad limitada, donde se considera el cumplimiento de ciertos requisitos legales.

**1.- Reservar un nombre:** este tipo de trámite es realizado en la Superintendencia de Compañías, a través del cual se constata que no exista alguna otra microempresa con el mismo nombre.

**2.- Elaborar los estatutos:** es un contrato que se realiza en el cual se registrará a la sociedad y es validado por parte de un abogado.

**3.- Elevar a escritura pública:** en esta fase se debe acudir a un notario público, presentando ciertos requisitos como:

- Copia de cedula y papeleta de votación del dueño de la empresa o socios.
- Reservar el nombre de la empresa.
- Minuta de constitución.
- Realizar pago de derechos en la Notaria.

**4.- Aprobar el estatuto:** la escritura pública se debe llevar a la Superintendencia de Compañías, para su correspondiente revisión y aprobación, a través de una resolución.

## **5.- Obtener permiso municipal**

**Patente Municipal:** este documento otorga el derecho para una persona que crea un producto o brinda un servicio. En este proyecto para su respectiva obtención hay que acudir al GAD de Santa Elena, recopilando algunos requisitos:

- Solicitud para la patente.
- Registro Único de contribuyentes (RUC).
- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Formulario de declaración para la obtención de la patente.
- Copia de una plantilla de servicios básicos.
- Copia del permiso de funcionamiento dada por el cuerpo de bomberos.

**Permiso Único de funcionamiento Anual:** este tipo de documentos se obtiene en el Municipio de Santa Elena, presentando ciertos requisitos:

- Dirección donde estará ubicada la empresa.
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal del negocio.

### **Permiso de la dirección de higiene Municipal**

Este tipo de documento es obtenido a través del Hospital General Liborio Panchana debido a que la comuna Las Balsas pertenece a este cantón, para su respectiva obtención se debe presentar los siguientes requisitos:

- Registro Único de contribuyentes.
- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal.

**Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública:** se debe acudir a la Dirección Provincial de Salud Pública de Santa Elena, portando los requisitos anteriores y presentando la siguiente información:

- Permiso de la Dirección de Higiene del cantón Santa Elena.
- Registro Único de contribuyentes (RUC).
- Copia de cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal de la empresa.
- Carnet de salud ocupacional de cada uno de los colaboradores.

**Permiso de funcionamiento del cuerpo de Bombero:** este tipo de documento se basa en la inspección del establecimiento en el cual se van a realizar las actividades laborales, testificando que se cuenta con las herramientas necesarias para prevenir y contrarrestar incendios.

#### **6.- inscribir la compañía**

En este proceso se debe obtener los documentos antes mencionados, el siguiente paso es acudir al Registro Mercantil del cantón donde será constituida la empresa, presentando la razón social, el capital, los estatutos, entre otros documentos necesarios. Se debe mostrar los siguientes requisitos:

- Copias de las escrituras de constitución de la empresa (tres).
- El pago de la patente municipal.
- Copias de cédulas y papeletas de votación de las personas inmersas en el negocio.
- Certificado de inscripción otorgado por el Municipio de Santa Elena.

**8. Obtener los documentos:** la Superintendencia de Compañías entregara los documentos para obtener el RUC de la empresa.

**9.- Inscribir el nombramiento del representante:** esta fase se realiza en el Registro Mercantil y se basa en la inscripción del administrador de la empresa, se debe realizar en un plazo de 30 días presentando las siguientes exigencias:

- Copias de los nombramientos (tres).
- Copia de la escritura de constitución (una).
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.

**10.- Obtener el RUC:** Este documento permite registrar e identificar a los contribuyentes suministrando información de la empresa ante de la Administración Tributaria, este trámite se realiza en el Servicio de Rentas Internas, presentando los siguientes requisitos:

- Formulario debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.

**Permiso de funcionamiento del cuerpo de Bombero:** este tipo de documento se basa en la inspección del establecimiento en el cual se van a realizar las actividades laborales, testificando que se cuenta con las herramientas necesarias para prevenir y contrarrestar incendios.

#### **7.- inscribir la compañía.**

En este proceso se debe obtener los documentos antes mencionados, el siguiente paso es acudir al Registro Mercantil del cantón donde será constituida la empresa, presentando la razón social, el capital, los estatutos, entre otros documentos necesarios. Se debe mostrar los siguientes requisitos:

- Copias de las escrituras de constitución de la empresa (tres).
- El pago de la patente municipal.
- Copias de cédulas y papeletas de votación de las personas inmersas en el negocio.
- Certificado de inscripción otorgado por el Municipio de Santa Elena.

**8. Obtener los documentos:** la Superintendencia de Compañías entregara los documentos para obtener el RUC de la empresa.

**9.- Inscribir el nombramiento del representante:** esta fase se realiza en el Registro Mercantil y se basa en la inscripción del administrador de la empresa, se debe realizar en un plazo de 30 días presentando las siguientes exigencias:

- Copias de los nombramientos (tres).
- Copia de la escritura de constitución (una).

- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.

**10.- Obtener el RUC:** Este documento permite registrar e identificar a los contribuyentes suministrando información de la empresa ante de la Administración Tributaria, este trámite se realiza en el Servicio de Rentas Internas, presentando los siguientes requisitos:

- Formulario debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.

### **3.5 Finanzas**

Llevar el área de finanzas para el Centro Informático TecnoServ, será de gran importancia, ya que implicará realizar una correcta planificación financiera para la toma de decisiones y cumplimiento de los objetivos prospectos.

#### **3.5.1 Objetivos del área de finanzas**

Los objetivos del área de finanzas en el Centro Informático TecnoServ recaen en la administración correcta de los recursos financieros, entre ellos tenemos:

**Figura 10: Objetivos del área de finanzas**



*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### **3.5.2 Sistema contable de la empresa**

El sistema contable del Centro Informático TecnoServ está supervisado y regulado por el Administrador del negocio, en la cual está basado dentro de sus responsabilidades y funciones de acuerdo a las necesidades y requerimiento. Por consiguiente, el sistema contable se centrará en el control de sus actividades y operaciones sustentados en documentos, formularios, proformas, estados financieros y demás fines; los cuales garantizará un manejo y funcionamiento correcto dentro de la misma.

### **3.5.3 Catálogo de cuentas**

El objetivo principal de un Catálogo o Plan de Cuentas es brindar al administrador o empresas la nomenclatura de las cuentas según sus necesidades, por lo cual la elaboración del catálogo de cuentas del Centro Informático TecnoServ se sujetará

bajo el diseño y elaboración de presupuestos anuales y clasificados en grupos de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

**Figura 11: Grupos de plan de cuentas**



*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

**Plan de Cuentas – Centro Informático TECNOSERV**

**Figura 12: Plan de cuentas**

1.	<b>Activo</b>
1.1.	<b>Activo Corriente</b>
1.1.1.	Caja
1.1.2.	Bancos
1.1.2.1.	Banco Bolivariano
1.2.	<b>Activo Fijo</b>
1.2.1.	Equipo Auxiliar
1.2.1.1.	Depreciación Acumulada de Equipo Auxiliar
1.2.2.	Equipo de Cómputo
1.2.2.1.	Depreciación Acumulada de Equipo de Cómputo
1.2.3.	Muebles y Enseres
1.2.3.1.	Depreciación Acumulada de Muebles y Enseres
1.2.4.	Edificio
1.3.	<b>Activo No Corriente</b>
1.3.1.	Gastos de Constitución
2.	<b>Pasivo</b>
2.1.	<b>Pasivo Corriente</b>
2.1.7.	Participación de Trabajadores por Pagar
2.1.8.	Impuesto a la Renta por Pagar
2.2.	<b>Pasivo a Largo Plazo</b>

2.2.1.	Préstamo Bancario
3.	<b>Patrimonio</b>
3.1.	Capital
3.2.	Reserva Legal
3.3.	Utilidad del Ejercicio
4.	<b>Ingresos</b>
4.1.	Ingresos por Servicios
5.	<b>Gastos</b>
5.1.	<b><i>Gastos Administrativos</i></b>
5.1.1.	Sueldos y Salarios
5.1.2.	Décimo Tercer Sueldo
5.1.3.	Décimo Cuarto Sueldo
5.1.4.	Fondos de Reserva
5.1.5.	Vacaciones
5.1.6.	Gasto Aporte Patronal
5.1.7.	Suministros de Oficina
5.1.8.	Gastos de Depreciación
5.1.9.	Servicios Básicos
5.2.	<b><i>Gastos de Ventas</i></b>
5.2.1.	Sueldos y Salarios
5.2.2.	Décimo Tercer Sueldo
5.2.3.	Décimo Cuarto Sueldo
5.2.4.	Fondos de Reserva
5.2.5.	Vacaciones
5.2.6.	Gastos de Depreciación
5.2.7.	Servicios Básicos
5.2.8.	Gastos de Publicidad
5.3.	<b><i>Gastos Financieros</i></b>
5.3.1.	Intereses Bancarios
5.4.	<b><i>Costo de Venta</i></b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

### **3.5.4 Costos y gastos**

A continuación, se detalla en la siguiente tabla los costos y gastos realizados por el Centro Informático TecnoServ en cada período determinado:

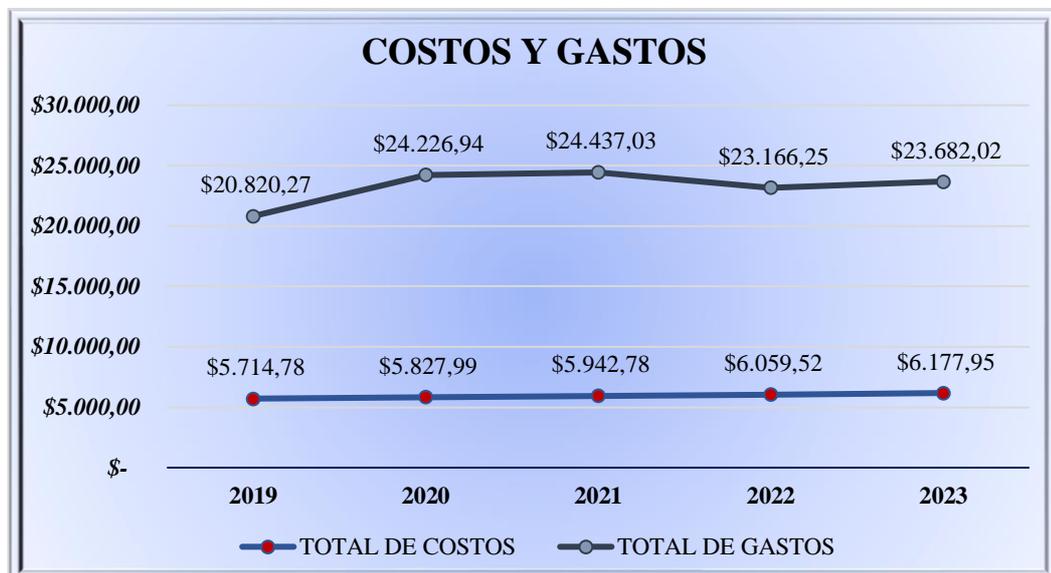
**Tabla 19: Presupuesto de Costos y Gastos**

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>COSTOS</b>					
<b>Costo de Venta</b>	<b>\$5.714,78</b>	<b>\$5.827,99</b>	<b>\$5.942,78</b>	<b>\$6.059,52</b>	<b>\$6.177,95</b>
<b>GASTOS</b>					
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$9.727,07</b>	<b>\$11.664,77</b>	<b>\$11.941,30</b>	<b>\$12.219,52</b>	<b>\$12.499,46</b>
Sueldos Administrativos	\$5.956,65	\$7.825,65	\$8.031,83	\$8.238,01	\$8.444,19
Gastos de Depreciación	\$905,40	\$905,40	\$905,40	\$905,40	\$905,40
Servicios Básicos	\$1.662,62	\$1.702,49	\$1.743,32	\$1.785,12	\$1.827,93
Suministros de Oficina y Limpieza	\$1.202,40	\$1.231,23	\$1.260,76	\$1.290,99	\$1.321,95
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$8.905,51</b>	<b>\$10.649,66</b>	<b>\$10.883,24</b>	<b>\$9.506,73</b>	<b>\$9.742,55</b>
Sueldos de Ventas	\$5.415,14	\$7.114,23	\$7.301,66	\$7.489,10	\$7.676,53
Gastos de Depreciación	\$1.611,19	\$1.611,19	\$1.611,19	\$-	\$-
Servicios Básicos	\$1.689,18	\$1.729,69	\$1.771,16	\$1.813,64	\$1.857,13
Gastos de Publicidad	\$190,00	\$194,56	\$199,22	\$204,00	\$208,89
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$1.440,00</b>	<b>\$1.440,00</b>	<b>\$1.440,00</b>	<b>\$1.440,00</b>	<b>\$1.440,00</b>
Sueldos Operativos	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$747,70</b>	<b>\$472,51</b>	<b>\$172,49</b>	<b>\$-</b>	<b>\$-</b>
Intereses Financieros	\$747,70	\$472,51	\$172,49	\$-	\$-
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>\$5.714,78</b>	<b>\$5.827,99</b>	<b>\$5.942,78</b>	<b>\$6.059,52</b>	<b>\$6.177,95</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>\$20.820,27</b>	<b>\$24.226,94</b>	<b>\$24.437,03</b>	<b>\$23.166,25</b>	<b>\$23.682,02</b>
<b>TOTALES COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$26.535,05</b>	<b>\$30.054,93</b>	<b>\$30.379,81</b>	<b>\$29.225,77</b>	<b>\$29.859,97</b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

De acuerdo con la tabla presentada anteriormente, se sintetiza aquellos desembolsos realizados por el Centro Informático TecnoServ, en la que se detalla el costo de venta, gastos administrativos, de ventas, operativos y gastos financieros, los cuales permitirá hacer un contraste con el Estado de Resultados a fin de determinar la utilidad neta o líquida frente a sus ingresos operacionales.

**Gráfico 19: Costos y Gastos - Centro Informático TecnoServ**



*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Además, en la gráfica se puede indicar el crecimiento de los costos y gastos del negocio en cada año proyectado, lo cual se fundamenta en un nivel de crecimiento tomando en cuenta aspectos internos y externos, tales como prima de riesgo, tasa de inflación y políticas internas del Centro Informático TecnoServ.

### 3.5.5 Capital social

Para determinar el capital social del Centro Informático TecnoServ, se debe considerar el plan de inversiones de activos fijos y capital de trabajo que requerirá

el negocio al momento de iniciar sus actividades u operaciones en la comuna Las Balsas. Por esta razón a continuación, se presenta la inversión requerida activos fijos de acuerdo con las NIIF:

**Tabla 20: Inversión en activos fijos**

<b>INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS</b>		
Muebles y Enseres	\$ 5.000,00	19,94%
Equipos de Computación	\$ 7.250,00	28,91%
Equipos auxiliares	\$ 30,00	0,12%
Edificio	\$ 12.800,00	51,04%
<b>Total</b>	<b>\$ 25.080,00</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

La inversión de activos fijos al momento de adquirir para el centro informático será de un valor de \$25.080,00; lo cual se hace referencia la adquisición de mobiliarios, equipos de computación, equipos auxiliares y la construcción o edificación del centro que será ubicado en la comuna Las Balsas de la provincia de Santa Elena.

De igual manera, se detalla en la siguiente tabla el capital de trabajo para el centro:

**Tabla 21: Capital de trabajo**

<b>CENTRO INFORMÁTICO CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
Gastos Administrativos	\$ 855,14	33%
Gastos De Ventas	\$ 607,86	23%
Gastos De Constitución	\$ 1.150,00	44%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 2.613,00</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

El capital de trabajo del Centro Informático TecnoServ se constituye en el monto inicial requerido para sus operaciones, donde está sujeto en un monto valorado de

\$2.613,00 mensual; tal como se visualiza la tabla sintetizada en gastos administrativos, de ventas y de constitución.

Por consiguiente, se procede a determinar el financiamiento requerido, de acuerdo con el capital disponible o aportación del centro para su constitución, tal como se puede apreciar en la siguiente tabla:

**Tabla 22: Capital Social centro informático TecnoServ**

<b>Aportación del Socio</b>	<b>\$ 17.693,00</b>
*Aportación en efectivo	\$ 500,00
Dinero en efectivo	\$ 500,00
*Aportación en bienes	\$ 17.193,00
Terreno	\$ 15.793,00
Laptop	\$ 1.400,00

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

El Centro Informático TecnoServ para su constitución bajo reglamento interno, se aportará tanto en bienes y dinero en efectivo, tal como se mostró en la tabla. El valor de su capital será de \$17.693,00; el mismo que permitirá determinar el financiamiento necesario para el negocio. El financiamiento para el negocio será en base a la inversión total que se necesitaría al momento de iniciar sus actividades, por lo cual se presenta la inversión total:

**Tabla 23 Inversión total - centro informático TecnoServ**

<b>INVERSION INICIAL</b>	
Inversión en Activos Fijos	\$ 25.080,00
Inversión en Capital de trabajo	\$ 2.613,00
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>\$ 27.693,00</b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

La inversión del Centro Informático TecnoServ en la que contemplan inversión de activos fijos y capital de trabajo, será por un monto de \$27.693,00; cuyo valor predeterminado será en contraste con el capital social a fin de establecer cuánto dinero se necesitaría para inicio de sus operaciones.

**Tabla 24: Financiamiento- Centro informático**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>DÓLARES</b>
Aportación de Capital	64%	\$ 17.693,00
Préstamo Bancario	36%	\$ 10.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 27.693,00</b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Con una inversión total de \$27.693,00 y capital disponible de \$17.693,00; el Centro Informático TecnoServ, requiere realizar un préstamo de \$10.000,00; cuyo valor será mediante un crédito bancario otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), las mismas se fijan bajo las políticas internas de la entidad con una tasa de interés del 8,678% y con fecha de vencimiento a 3 años plazo y pagos mensuales.

A continuación, se presenta la estructura de financiamiento es una combinación entre los recursos financieros propios y ajenos para la respectiva toma de decisiones en un proyecto de inversión, además ayuda a determinar el costo de Oportunidad o Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP), el cual será determinante en el análisis de factibilidad del negocio:

**Tabla 25: Estructura de Financiamiento**

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>					
<b>Capital Propuesto</b>	<b>Dólares</b>	<b>%</b>	<b>Aportación</b>	<b>TMAR</b>	<b>Ponderación</b>
Accionista	\$17.693,00	63,89%	63,89%	13,90%	8,88%
<b>Total capital propuesto</b>	<b>\$17.693,00</b>			<b>TMAR</b>	<b>0,088794</b>
<b>Capital Financiado</b>	<b>Dólares</b>	<b>%</b>	<b>Aportación</b>	<b>TMAR</b>	<b>Ponderación</b>
CFN	\$10.000,00	36,11%	36,11%	8,67%	0,031308
<b>Total capital financiado</b>	<b>\$10.000,00</b>			<b>TMAR</b>	<b>0,031308</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$27.693,00</b>			<b>TMARX</b>	<b>0,120102</b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Bajo la estructura de financiamiento en la que se hace referencia el capital propuesto por parte del accionista y el capital financiado de la entidad, se determina un costo de capital del 12,02%, tomando en cuenta factores como riesgo del negocio, tasa de interés, tasa de inflación. El costo de capital permitirá analizar a través de indicadores financieros la viabilidad del negocio en la comuna Las Balsas.

### **3.5.6 Estados de Resultados Proyectados**

El presente Estado de Resultados nuestros los ingresos, gastos y ganancias o pérdidas del negocio durante un periodo de tiempo específico. Para su respectiva determinación, se debe hacer énfasis el presupuesto de ingresos del Centro Informático TecnoServ, la cual se presenta a continuación:

**Tabla 26: Presupuesto de Ingresos**

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	\$31.748,78	\$32.377,70	\$33.015,45	\$33.664,00	\$34.321,95
<b>Servicios de Capacitaciones</b>	\$7.100,00	\$7.235,00	\$7.370,00	\$7.505,00	\$7.640,00
<b>Servicios de Cyber</b>	\$23.081,00	\$23.543,50	\$24.014,25	\$24.495,00	\$24.984,75
<b>Servicios Varios</b>	\$1.567,78	\$1.599,20	\$1.631,20	\$1.664,00	\$1.697,20

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

El presente presupuesto de ingreso del centro informático se desarrolla a partir de las previsiones de ingresos y egresos monetarios para un cierto periodo de tiempo considerando el rango del 2019-2023, es decir de los ingresos totales que obtendrá el negocio, se debe descontar los costos de producción de los diferentes servicios a ofertar y los diferentes gastos para así conocer el respectivo beneficio que generara el negocio.

**Tabla 27: Estado de resultados- Centro informático TecnoServ.**

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	\$31.748,78	\$32.377,70	\$33.015,45	\$33.664,00	\$34.321,95
<b>Servicios de Capacitaciones</b>	\$7.100,00	\$7.235,00	\$7.370,00	\$7.505,00	\$7.640,00
<b>Servicios de Cyber</b>	\$23.081,00	\$23.543,50	\$24.014,25	\$24.495,00	\$24.984,75
<b>Servicios Varios</b>	\$1.567,78	\$1.599,20	\$1.631,20	\$1.664,00	\$1.697,20
<b>COSTOS DE VENTAS</b>	\$5.714,78	\$5.827,99	\$5.942,78	\$6.059,52	\$6.177,95
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	\$26.034,00	\$26.549,71	\$27.072,67	\$27.604,48	\$28.144,00
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	\$9.727,07	\$11.664,77	\$11.941,30	\$12.219,52	\$12.499,46
Sueldos Administrativos	\$5.956,65	\$7.825,65	\$8.031,83	\$8.238,01	\$8.444,19
Gastos de Depreciación	\$905,40	\$905,40	\$905,40	\$905,40	\$905,40
Servicios Básicos	\$1.662,62	\$1.702,49	\$1.743,32	\$1.785,12	\$1.827,93
Suministros	\$1.202,40	\$1.231,23	\$1.260,76	\$1.290,99	\$1.321,95
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00	\$1.440,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	\$8.905,51	\$10.649,66	\$10.883,24	\$9.506,73	\$9.742,55
Sueldos de Ventas	\$5.415,14	\$7.114,23	\$7.301,66	\$7.489,10	\$7.676,53
Gastos de Depreciación	\$1.611,19	\$1.611,19	\$1.611,19	\$-	\$-
Servicios Básicos	\$1.689,18	\$1.729,69	\$1.771,16	\$1.813,64	\$1.857,13
Gastos de Publicidad	\$190,00	\$194,56	\$199,22	\$204,00	\$208,89
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$7.401,42	\$4.235,28	\$4.248,13	\$5.878,23	\$5.901,98
Gastos Financieros	\$747,70	\$472,51	\$172,49	\$-	\$-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.</b>	\$6.653,73	\$3.762,77	\$4.075,64	\$5.878,23	\$5.901,98
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$1.562,47	\$611,35	\$881,73	\$885,30
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	\$6.653,73	\$2.200,30	\$3.464,29	\$4.996,49	\$5.016,69
22% IMPUESTOS A LA RENTA		\$484,07	\$762,14	\$1.099,23	\$1.103,67
<b>UTILIDAD ANTES RL</b>	\$6.653,73	\$1.716,23	\$2.702,15	\$3.897,26	\$3.913,02
10% RESERVA LEGAL		\$171,62	\$270,21	\$389,73	\$391,30
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	\$6.653,73	\$1.544,61	\$2.431,93	\$3.507,54	\$3.521,71

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

El Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias, se constituye en unos de los Estados Financieros de una empresa, por esta razón este reporte financiero del Centro Informático TecnoServ sintetiza el detalle de los ingresos recibidos por parte de los servicios que ofrecerá en la comuna. De igual manera, se hace énfasis aquellos costos y gastos realizados por el negocio en cada período determinado. Así mismo, se enfatiza aquellos importes como Impuesto a la Renta, Participación de Trabajadores y Reserva Legal a fin de determinar la utilidad líquida o neta.

Cabe mencionar que el Estado de Resultados permitirá conocer la Utilidad Bruta, Utilidad Operativa y Líquida del Centro Informático TecnoServ tal como se visualiza en la siguiente ilustración:

**Gráfico 20: Utilidades - Centro Informático TecnoServ**



*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*

Como se puede apreciar el crecimiento de Utilidad Bruta, Operativa y Neta del Centro Informático TecnoServ, esto se debe el volumen de ingresos proyectados por los servicios a brindar.

### 3.5.7 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 28: Flujo de caja proyectado

PRESUPUESTO DE TESORERÍA						
RUBRO	AÑO 0	2019	2020	2021	2022	2023
saldo inicial de efectivo		\$1.463,00	\$7.583,45	\$10.537,76	\$13.504,91	\$20.288,54
préstamo	\$10.000,00					
<b>(más entradas de efectivo)</b>		<b>\$31.748,78</b>	<b>\$32.377,70</b>	<b>\$33.015,45</b>	<b>\$33.664,00</b>	<b>\$34.321,95</b>
*ingresos x servicio		\$31.748,78	\$32.377,70	\$33.015,45	\$33.664,00	\$34.321,95
<b>(=) efectivo disponible</b>	<b>\$10.000,00</b>	<b>\$33.211,78</b>	<b>\$39.961,15</b>	<b>\$43.553,21</b>	<b>\$47.168,91</b>	<b>\$54.610,49</b>
<b>inversión</b>	<b>\$27.693,00</b>					
(-) salidas de efectivo		<b>\$25.628,33</b>	<b>29.423,39</b>	<b>\$30.048,29</b>	<b>\$26.880,37</b>	<b>\$27.514,57</b>
pago por servicios básicos		\$3.351,80	\$3.432,18	\$3.514,48	\$3.598,76	\$3.685,06
pago de salarios administrativos		\$5.956,65	\$7.825,65	\$8.031,83	\$8.238,01	\$8.444,19
pago de salarios de ventas		\$5.415,14	\$7.114,23	\$7.301,66	\$7.489,10	\$7.676,53
pago por oblig. financieras		\$3.797,56	\$3.797,56	\$3.797,56	\$-	\$-
pago gastos operacionales administrativos		\$1.202,40	\$1.231,23	\$1.260,76	\$1.290,99	\$1.321,95
pago gastos operacionales de ventas		\$190,00	\$194,56	\$199,22	\$204,00	\$208,89
pago por costo de venta		\$5.714,78	\$5.827,99	\$5.942,78	\$6.059,52	\$6.177,95
<b>efectivo neto</b>	<b>\$(17.693,00)</b>	<b>\$7.583,45</b>	<b>\$10.537,76</b>	<b>\$13.504,91</b>	<b>\$20.288,54</b>	<b>\$27.095,92</b>
aportación de capital	\$17.693,00					
<b>flujo acumulado</b>	<b>\$-</b>	<b>\$7.583,45</b>	<b>\$18.121,21</b>	<b>\$31.626,12</b>	<b>\$51.914,66</b>	<b>\$79.010,58</b>

Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.

El Flujo de Caja o Presupuesto de Tesorería es un Estado Financiero que se analiza y examina para una correcta toma de decisiones dentro de un negocio ya que se sintetiza las entradas y salidas de efectivos netos durante un período.

El reporte financiero del Centro Informático TecnoServ, sintetiza los ingresos recibidos por los servicios frente a las entradas de efectivos ocasionado en cada año proyectado, tales como sueldos, suministros, servicios básicos, publicidad, obligaciones financieras, entre otros rubros. Así mismo, permite contrastar la inversión efectuada en los flujos acumulados y netos tomar decisiones a través de indicadores financieros como VAN, TIR, IR y PRI, los cuales se presentan en los resultados obtenidos.

### **3.5.8 Balance General Proyectado**

Finalmente, se presenta el Balance General o Estado de Situación Final del Centro Informático TecnoServ, donde es aquel reporte en que permite medir el nivel de crecimiento y rentabilidad del negocio en cada año determinado, como también el movimiento y cambio de sus cuentas intervinientes, tal como se presenta en el siguiente reporte o esquema:

**Tabla 29: Balance General- centro informático TecnoServ**

<b>Activo</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Caja	\$3.337,53	\$4.637,74	\$5.943,61	\$8.929,14	\$11.925,12
Bancos	\$4.245,92	\$5.900,01	\$7.561,30	\$11.359,40	\$15.170,81
<b>total activo corriente</b>	<b>\$7.583,45</b>	<b>\$10.537,76</b>	<b>\$13.504,91</b>	<b>\$20.288,54</b>	<b>\$27.095,92</b>
<b>propiedad planta y equipo</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
equipo auxiliar	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Depreciación	\$5,40	\$10,80	\$16,20	\$21,60	\$27,00
equipo de computación	\$7.250,00	\$7.250,00	\$7.250,00	\$7.250,00	\$7.250,00
Depreciación	\$1.611,19	\$3.222,38	\$4.833,58	\$4.833,58	\$4.833,58
muebles y enseres	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00	\$5.000,00
Depreciación	\$900,00	\$1.800,00	\$2.700,00	\$3.600,00	\$4.500,00
Edificio	\$12.800,00	\$12.800,00	\$12.800,00	\$12.800,00	\$12.800,00
<b>total activos fijos</b>	<b>\$22.563,41</b>	<b>\$20.046,82</b>	<b>\$17.530,23</b>	<b>\$16.624,83</b>	<b>\$15.719,43</b>
<b>activos diferidos</b>	<b>\$1.150,00</b>	<b>\$1.150,00</b>	<b>\$1.150,00</b>	<b>\$1.150,00</b>	<b>\$1.150,00</b>
<b>total, de activo</b>	<b>\$31.296,86</b>	<b>\$31.734,57</b>	<b>\$32.185,14</b>	<b>\$38.063,37</b>	<b>\$43.965,35</b>
<b>Pasivo</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
préstamo bancario	\$6.950,13	\$3.625,07	\$0,00	\$-	\$-
15% particip. Trabajadores	\$-	\$1.562,47	\$2.173,82	\$3.055,55	\$3.940,85
22% impuesto a la renta	\$-	\$484,07	\$1.246,21	\$2.345,44	\$3.449,11
<b>total pasivo corriente</b>	<b>\$6.950,13</b>	<b>\$5.671,62</b>	<b>\$3.420,03</b>	<b>\$5.400,99</b>	<b>\$7.389,96</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Capital	\$17.693,00	\$17.693,00	\$17.693,00	\$17.693,00	\$17.693,00
reserva legal	\$-	\$171,62	\$441,84	\$831,56	\$1.222,87
utilidad del ejercicio	\$6.653,73	\$8.198,34	\$10.630,27	\$14.137,81	\$17.659,52
<b>total, patrimonio</b>	<b>\$24.346,73</b>	<b>\$26.062,96</b>	<b>\$28.765,11</b>	<b>\$32.662,37</b>	<b>\$36.575,39</b>
<b>total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$31.296,86</b>	<b>\$31.734,57</b>	<b>\$32.185,14</b>	<b>\$38.063,37</b>	<b>\$43.965,35</b>

Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.

### 3.5.9 Indicadores financieros

**Tabla 30: Indicadores Financieros- centro informático TecnoServ**

INDICADORES FINANCIEROS						
Indicadores	Fórmula	2019	2020	2021	2022	2023
1. Circulante	$\frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	1,09	1,86	3,95	3,76	3,67
2. Ácida	$\frac{\text{Activos Corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	1,09	1,86	3,95	3,76	3,67
3. Deuda	$\frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total Activos}}$	22%	18%	11%	14%	17%
4. Capacidad Pago Intereses	$\frac{\text{Utilidad antes Interés e Impuestos}}{\text{Intereses}}$	8,90	1,79	2,89	3,55	3,55
5. Margen Utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ingresos}}$	82%	82%	82%	82%	82%
6. Margen Utilidad Operativa	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ingresos}}$	23%	13%	13%	17%	17%
7. Margen Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos}}$	21%	5%	7%	10%	10%
8. Rendimiento de Capital	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	27%	6%	8%	11%	10%
9. Rendimiento de Activos	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$	21,26%	4,87%	7,56%	9,21%	8,01%
10. Relación Costo-Beneficio	$\frac{\text{VAN} - \text{Inversión}}{\text{ABS(Inversión)}}$	1,2177				

Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana

- 1) **Razón Circulante:** Conocido como un indicador de liquidez bajo un el parámetro ideal que está entre 1 y 2 para ser aceptable un proyecto, de acuerdo con los resultados obtenidos se indica que el centro informático mantiene una holgura financiera mayor que 2, lo cual permite medir su capacidad de pago a su deuda a corto plazo, en este caso por cada dólar de deuda se tiene \$2,00 con \$0,86 centavos para hacer frente a su obligación.
  
- 2) **Prueba Ácida:** Se constituye en la disminución de los inventarios que maneja una organización. En su efecto el centro informático no cuenta con inventarios ya que es un negocio de prestación de servicios informáticos. Bajo este precedente se indica que el negocio se encuentra en un nivel estable en los años proyectados, considerando el parámetro ideal entre 1 y 2.
  
- 3) **Razón de Endeudamiento:** Este indicador nos permite medir el nivel de financiamiento de los activos totales con respecto a los acreedores diversos con que maneja el negocio, para solventar sus activos dentro de los años proyectados el centro informático financia sus activos en un 16% por una entidad bancaria, para esto se prevalece el crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional para su funcionamiento.
  
- 4) **Capacidad de Pago de Intereses:** Permite medir la variación de pago de intereses que el centro informático mantiene un crédito bancario recibido por la Corporación Financiera Nacional (CFN) con fecha de pago en 3 años de vencimiento, a una tasa de interés anual del 8,67% y lo cual se refleja en el Estado de Resultados o Pérdidas y Ganancias.

- 5) **Margen de Utilidad Bruta:** Mide el MUB de los ingresos recibidos por los servicios brindados, los cuales se reflejan en el Estado de Resultados. En su efecto, el centro informático analiza el margen de utilidad haciendo referencia la utilidad bruta entre sus ingresos frente a sus costos. Por consiguiente, se puede indicar que dentro de los años proyectados el negocio mantendrá un margen de utilidad bruta del 82%.
- 6) **Margen de Utilidad Operativa:** Este indicador permite medir la variación del margen de utilidad operativa de sus ingresos operativos. Por consiguiente, con este indicador realiza un análisis relacional entre los ingresos percibidos frente a los gastos realizados y determinado un período pronosticado, por lo que se puede apreciar en la tabla que de acuerdo con los años proyectados su nivel de utilidad operativa es del 17% por lo que cumple el parámetro ideal entre 15% a 45% para ser aceptable.
- 7) **Margen de Utilidad Neta:** Con este indicador determina la utilidad líquida o neta en cada período determinado del negocio, Bajo un parámetro ideal entre 10% a 20%, el centro informático se encuentra estable en la utilidad líquida ya que se obtiene el 11% según resultados reflejados en el Estado de Pérdidas y Ganancias.
- 8) **Rendimiento de Capital:** Por ser una pequeña empresa su rendimiento de capital se constituye únicamente en el aporte de capital, reserva legal y la utilidad líquida, por lo que se obtiene dentro de los años proyectados es del 12%.

- 9) **Rendimiento de Activos:** El rendimiento de los activos fijos que cuenta el centro informático es del 10,18%; ya que depende de los activos fijos ya depreciables cada año y su valor residual, en este caso los activos se mantiene su vida útil que servirá con el tiempo si es necesario mantenerlo, renovar o vender, de acuerdo con las políticas establecidas por la empresa.
- 10) **Relación Costo-Beneficio:** A través del Índice Neto de Rentabilidad permitirá determinar la viabilidad de la microempresa en el mercado, lo cual se sintetiza en un 1,2177; es decir que por cada dólar invertido se obtiene \$0,22 de utilidad. Además, se cumple el parámetro ideal  $1 > 0$ .

### 3.5.10 Resultados

Los resultados a presentar serán en base a los indicadores financieros que a través de estos permitirá determinar la viabilidad del Centro Informático TecnoServ en la comuna Las Balsas, tal como se detalla a continuación:

**Tabla 31: Flujo neto de efectivo**

FLUJO DE EFECTIVO NETO					
Inversión Inicial	2019	2020	2021	2022	2023
\$(27.693,00)	\$7.583,45	\$10.537,76	\$13.504,91	\$20.288,54	\$27.095,92

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana*

**Tabla 32: Estudio de viabilidad del negocio**

TMAR	12,01%
VAN	\$ 25.343,39
TIR	37%
PRI	ACEPTAR
IR	2,853

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana*

**Tabla 33: Periodo de recuperación de la inversión**

<b>AÑOS</b>	<b>2,00</b>	
<b>MESES</b>	0,71	8,51
<b>DÍAS</b>	0,505	<b>12,124</b>

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana*

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede indicar que el negocio, en este caso el Centro Informático TecnoServ, tendrá una rentabilidad en la comuna Las Balsas por lo siguiente:

- Se obtiene un VAN positivo de \$25.324,39 con respecto a la inversión.
- Se obtiene una TIR del 37%, cumpliendo el parámetro ideal  $TIR > CCPP$ .
- Se recupera la inversión realiza dentro de lo pronosticado, en este caso se recuperará en dos años, ocho meses y doce días.

## Conclusiones

- El diagnóstico del proyecto realizado permitió determinar que la creación del centro informático satisface las necesidades del acceso al internet en la comuna Las Balsas.
- El estudio de mercado llevo a identificar el perfil de clientes potenciales nivel de aceptación del servicio del centro informático, lo que conlleva a tomar como oportunidad la demanda insatisfecha existente en el mercado.
- Existen diferentes factores que inciden en la creación de un centro informático como: mercado, proveedores, competencia, entre otros, a través de los cuales se definieron estrategias adecuadas para que la microempresa TecnoServ obtenga ventaja competitiva.
- Se determina que el Centro Informático TECNOSERV será rentable bajo condiciones paramétricas obtenidas en el Valor Neto Actual (VAN) de \$25.324,39; con una Tasa Interna de Retorno del 37%, y se recupera la inversión (PRI) dentro de dos años, ocho meses y doce días con respecto a una inversión y un costo de oportunidad o capital del 12,01%.
- La propuesta de creación de un centro informático está basada en los componentes de un plan de negocios, que permiten garantizar el desenvolvimiento de la microempresa y su sostenibilidad en el tiempo.

## **Recomendaciones**

- Analizar el mercado de manera periódica para conocer las exigencias de los clientes y lograr su fidelización al servicio.
- Realizar publicidad y promociones propuestas para la captación de clientes potenciales identificados mediante el estudio de mercado.
- Aplicar estrategias que vayan acorde a las tendencias que existen en el mercado basadas en los factores que inciden en la creación de un centro informático TecnoServ, con el objetivo de obtener su sostenibilidad en el transcurso del tiempo.
- Examinar y analizar periódicamente los costos y gastos efectuados en el centro informático, de tal manera que no afecte su rentabilidad y facilite la acertada toma de decisiones.
- Se plantea poner en marcha el Centro Informático denominado TecnoServ en la comuna Las Balsas de la provincia de Santa Elena, para satisfacer las necesidades del acceso al internet y aportar con el desarrollo socioeconómico del sector.

## **Bibliografía**

- Ardila, R. (2013). Calidad de vida; una definicion integradora. Revista Latinoamericana de Psicología, año /0011.35, 161-164.
- Blandez Ricalde, M. D. (2016). Proceso Administrativo (1 ed.). México: UNID.
- Bowen. (2012). Teoria de la educacion . Mexico: Editorial Linusa.
- Bravo Solorzano, M. G., & Loor Reyes, W. D. (2014). Estudio socioeconomico del impacto que generan los servicios de los infocentro en la zona centro de la provincia de Manabi. Calceta: Escuela superior politecnica agropecuaria de Manabi Manuel Felix Lopez.
- Carrasco Fernández, S. (2012). Atención al cliente en el proceso comercial (1 ed.). España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Castro Abancéns, I., & Rufino Rus, J. I. (2012). Creación de Empresas para Emprendedores (2 ed.). Madrid: Ediciones Pirámide.
- Chavez, G. S. (2015). Estudio de factibilidad para la creacion de un centro informatico en la ciudad de Perafan, Parroquia Imantag, Canton Cotocachi, Provincia de Imbabura. Ibarra: Universidad Litoral de Ibarra.
- Chiavenato, I. (2017). Comportamento Organizacional: A dinâmica do sucesso nas organizações. (3 ed.). México: The McGraw-Hill Companies.
- Cueva Carvajal, A. I. (2016). creacion de la microempresa cyber infonet y comercializacion de servicios de internet en la urbanizacion Brasilia del Toachi, Ciudad de Santo Domingo. Santo Domingo: Universidad regional autonoma de los andes UNIANDES.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). Conceptos de Administración Estratégica (15 ed.). México: Pearson Educación.
- Fernandez, M. (2014). Atencion Basica al cliente. Madrid: CEP S.L.

- Flores, k. (2012). Centro comunitario digitales del sistema de Mexico. Revista memoria electronica Vol. 10 No. 07., 4.
- Franks, D. (2012). Evaluacion del impacto social de los proyectos de recursos 2012. Australia: International Mining for development Center.
- Gómez Cardona, W. D. (2012). Prácticas Empresariales (1 ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Gutiérrez Pullido, H. (2014). Calidad y Productividad (4 ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Harker, A., Melendez, M., & Ocampo, J. (2017). Guia para la evaluacion de proyectos sociales. Colombia: Fundacion ANDI.
- Herran Rengifo, O. F., & Racines Medina, P. A. (2015). estudio de factibilidad tecnico-economica para la implementacion de la infraestructura de infocentros comunitarios del MINTEL, en las zonas rurales del Ecuador y su modelo de gestion. Sangolqui: Universidad de las fuerzas Armadas ESPE.
- Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2014). Administración Estratégica: Teorías y Casos. Un Enfoque Integral (11 ed.). México: Cengage Learning.
- Jones, G. R., & George, J. M. (2014). Contemporary Management (8 ed.). México: Thee McGraw-Hill Companies.
- Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2014). Marketing (11 ed.). México: The McGraw-Hill Companies.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). Marketing (14 ed.). México: Pearson Educación.

- Lainez, R. V. (2014). Implementacion de un centro tecnologico popular en ek G.A.D. parroquial de Anconcito, canton Salinas, provincia de Santa Elena, año 2014. La Libertad: Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena.
- Laza, C. (2014). Gestion de la atencion al cliente/consumidor. San Millan-España: Tutor Formacion.
- Lozano. (2017). Fundamentacion Psicologica. Revista virtual, 34.
- Montoya R., L., Montoya R., I., & Rojas, S. (2012). Percepción de la calidad y satisfacción de la elección de los estudiantes del primer semestre en la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia. Poliantea, 71-94.
- Münch, L. (2014). Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo (2 ed.). México: Pearson Educación.
- Münch, L. (2015). Manejo del proceso administrativo (1 ed.). México: Pearson Educación.
- Omachonu, V., & Ross, J. (2014). Principles of total quality (1 ed.). México: Editorial Trillas.
- Peña Escobar, S., Ramírez Reyes, G. S., & Osorio Gómez, J. C. (2015). Evaluación de una estrategia de fidelización de clientes con dinámica de sistemas. Revista Ingenierías Universidad de Medellín, 14(26), 87-104.
- Prado Román, A., & Pacual Nebreda, L. (2018). Marketing industrial y de serficios (1 ed.). Madrid: Esic Editorial.
- Prieto Sierra, C. (2017). Emprendimiento. Conceptos y plan de negocios (2 ed.). México: Pearson Educación, S.A, de C.V.
- Rey Moreno, M. (2017). Marketing Turístico. Fundamentos y Dirección (1 ed.). España: Ediciones Pirámide.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Management (13 ed.). México: Pearson Educación.

Sampieri, H. R. (2019). Metodología de la investigación ( 6ta ed.). Bolivia: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Vargas Cueva, L. (2010). Principios de Administración (1 ed.). Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil.

Zúñiga, M., Montoya, J., & Cambroner, A. (2014). Gestión de proyectos de conservación y manejo de recursos naturales (1 ed.). San José, Costa Rica : EUNED - Editorial Universidad Estatal a Distancia.

## **Linkografía.**

Argote, F., Villada, H., & Argote, H. (6 de Febrero de 2012). La investigación de mercado sobre el grado de aceptación de la carne de cuy (*cavia porcellus*) en presentaciones de ahumado, croquetas y apanado en la ciudad de Pasto. Obtenido de SCielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/bsaa/v7n1/v7n1a08.pdf>

Asamblea Nacional Constitución del Ecuador (20 de octubre de 2008). Pagina web de la Asamblea Nacional. Obtenido de Pagina web de la Asamblea Nacional.:[https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)

Eco-finanzas. (2016). Obtenido de Eco-finanzas: <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CONSUMIDOR.htm>

Galan, J. S. (2017). Economipedia. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>

Jimenez, D. (2017). Satisfacción del cliente - Percepciones, Necesidades y Expectativas #1. Obtenido de Pymes y Calidad 2.0: <https://www.pymesycalidad20.com/satisfaccion-del-cliente-percepciones-necesidades-expectativas1.html>

Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2019). Ley de la Economía Popular y Solidaria. Obtenido de Ministerio de Inclusión Económica y Social: [https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Ley\\_de\\_la\\_economia\\_popular\\_y\\_solidaria\\_ecuador.pdf](https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf)

Perez, P. W. (2018). ¿ Que es calidad de vida? Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-la-calidad-de-vida/>

## Anexos

### Anexos 1: Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos General	Hipótesis	Variables	Indicadores
Creación de un centro informático en la comuna Las Balsas, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, año 2018	¿De qué manera la creación de un centro informático lograra satisfacer las necesidades del acceso al internet en los habitantes de la Comuna Las Balsas, parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena?	Diseñar un plan de negocio mediante una investigación exploratoria-descriptiva para la creación de un centro informático en la Comuna Las Balsas.	La creación de un centro informático permitirá satisfacer la necesidad del acceso al internet en los habitantes de la Comuna Las Balsas.	Creación de centro informático.  Satisfacer las necesidades de los consumidores.	Demanda Mercado Rentabilidad Financiamiento Productividad Impacto social.  Satisfacción del Cliente Atención al cliente.

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana*

Idea a defender	Variable Independiente	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos de recolección de información
La creación de un centro informático permitirá satisfacer la necesidad del acceso al internet en los habitantes de la Comuna Las Balsas	Creación de un centro informático	La creación de una microempresa o negocio conlleva la descripción de una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.	Estudio de mercado  Proceso Administrativo  Estudio Financiero  Impacto social	Segmentación de mercado.  Aceptación de mercado  Planificación Organización Dirección Control  Evaluación financiera.  Calidad de vida.  Educación.	¿Quiénes serán los posibles clientes potenciales? ¿Cómo abarcar el mercado meta?  ¿Cómo estará conformada la estructura? ¿Cómo será la comunicación entre colaboradores?  ¿Cuál será la rentabilidad que generará?  ¿Cómo mejorara la calidad de vida de los pobladores? ¿cómo contribuirá al desarrollo personal y profesional de los habitantes?	Encuestas

*Fuente: Investigación Directa*

*Elaborado por: Rodríguez Holguín Rosa Viviana.*



## Anexos 2: Formato de Encuesta



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**



**Tema:** Creación de un centro informático en la Comuna Las Balsas, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, año 2018.

**Objetivo:** Determinar el nivel de aceptación de los clientes en la creación de un centro informático para la prestación de sus servicios en la comuna Las Balsas, parroquia Colonche.

**Estimado participante:** la presente es una encuesta con fines de investigación. Agradecemos con anticipación se sirva marcar sus respuestas con una “X”, en el recuadro respectivo. La información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima. Una vez más, gracias por su colaboración.

**Edad:**

- 12- 22 años
- 23- 33 años
- 34- 44 años
- 45- 55 años

**Género:**

- Masculino**
- Femenino**

**Nivel de estudios:**

- Educación básica
- Bachillerato
- Tercer nivel
- Cuarto nivel
- Ninguno

**1. ¿Posee internet en su domicilio?**

si

no

**2. ¿Qué ocupación tiene?**

Estudiante

Profesional

Otro especifique  \_\_\_\_\_

**3. ¿En sus actividades diarias utiliza el internet?**

Si

No

**4. ¿Con que frecuencia acude a un centro informático?**

Diario

Semanal

Mensual

Nunca

**5. ¿Por qué utiliza un centro informático?**

Comunicación

Estudio

Trabajo

Otros

No utilizo

**6. ¿Cuál es tiempo diario aproximado que utiliza el servicio de internet en un centro informático?**

1 a 30 minutos

31 a 60 minutos

61 a 90 minutos

91 a 120 minutos

**7. ¿está dispuesto a pagar por los servicios de un centro informático en su comunidad?**

Sí  No

**8. ¿A través de qué medios de comunicación considera idóneo para una correcta publicidad de un centro informático?**

Radio

Hojas volantes.

A partir de las siguientes preguntas, seleccione el casillero de su preferencia, considerando que las siguientes opciones de respuestas.

<b>Totalmente de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>
------------------------------	-------------------	------------------------------------	----------------------	---------------------------------

**9. ¿Le gustaría que exista un centro informático en la comuna Las Balsas?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>

**10. ¿La creación de un centro informático en la comuna Las Balsas satisfará sus necesidades del acceso al internet?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>

**11. ¿Considera que los servicios que brindara el centro informático tienen que a precios accesibles?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>

**12. ¿La creación de un centro informático en la Comuna Las Balsas generara beneficios a la comunidad?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo.	<input type="checkbox"/>

**13. ¿La creación de un centro informático contribuirá a su desarrollo personal o profesional?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**14. ¿Considera viable la creación un centro informático en la Comuna Las Balsas para fomentar el desarrollo socioeconómico del sector?**

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**15. De los siguientes atributos, para poder brindar un servicio del centro informático que satisfaga sus necesidades, ¿Cuál considera que es más importante?**

La atención al cliente	<input type="checkbox"/>
La calidad del servicio	<input type="checkbox"/>
El precio	<input type="checkbox"/>
El espacio y la comunidad	<input type="checkbox"/>
Promociones	<input type="checkbox"/>

**¡GRACIAS POR SU COLABORACION!**

### **Anexos 3: Formato de entrevista**



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Tema:** Creación de un centro informático en la Comuna Las Balsas, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, año 2018.

**Objetivo de la entrevista:** Conocer la opinión del presidente de la comuna Las Balsas mediante una entrevista para conocer su perspectiva acerca de la creación de un centro informático en la comunidad.

**Nombre:**

**Cargo actual:**

**Organización:**

- 1) **¿Qué periodo lleva como líder comunal?**
- 2) **¿Qué criterio tiene acerca de la importancia de los centros informáticos?**
- 3) **¿Considera que es necesaria la capacitación tecnológica a los pobladores de la Comuna?**
- 4) **4.-Usted como representante de la comuna Las Balsas ¿estaría dispuesto a adquirir el financiamiento por parte de alguna organización, por el servicio de capacitaciones a la población?**
- 5) **5.- Está de acuerdo con que se implemente un centro informático en la Comuna Las Balsas?**
- 6) **¿la creación de un centro informático en la comunidad contribuirá al desarrollo del sector?**

**¡GRACIAS POR SU COLABORACION!**

## Anexos 4 Validación de la entrevista y encuesta.

Anexo N° VALIDACIÓN CUESTIONARIO

Anexo N°...: Ficha del informe de opinión de expertos

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante:
- 1.2. Institución educativa: Universidad Estatal Península de Santa Elena
- 1.3. Título de la investigación: creación de un centro informático en la comuna Las Balsas, parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, año 2018
- 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario y guía de entrevistas
- 1.5. Autor del instrumento: Rosa Viviana Rodríguez Holguín
- 1.6. Alumno de: Administración de Empresas

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					100
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles					100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					100
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica					100
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación					100
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos de la investigación					100
8. COHERENCIA	Sistemizada con las dimensiones e indicadores					100
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					100
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					100

### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

100

Lugar y fecha:

Firma del Experto Informante

C10907026708 Teléfono N° 0979660387

## Anexos 5: Evidencias fotográficas



**Foto 1.** Entrevista al sr. presidente de la Comuna Las Balsas



**Foto 2.** Encuesta a habitantes de la población.



**Foto 3.** Encuesta a habitantes de la población.



**Foto 4.** Encuesta a habitantes de la población.