



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN FINANZAS Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

TÍTULO DE LA TESIS:

“Viabilidad financiera de una empresa de servicio de distribución de
internet inalámbrico”

Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y
Economía Empresarial

ELABORADO POR:

Econ. José Roberto Bastidas Romero

TUTOR

Econ. Christian Idrovo

Guayaquil, a los 08 días del mes de septiembre de 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Econ. José Roberto Bastidas Romero, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Finanzas y Economía Empresarial.

Guayaquil, a los 08 días del mes de septiembre de 2014

DIRECTOR DE TESIS

Econ. Christian Idrovo

REVISORES

Ing. Teresa Knezevich Pilay

Econ. Felipe Álvarez Ordoñez

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Econ. Teresa Alcívar



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

YO, José Roberto Bastidas Romero

DECLARO QUE:

La Tesis “Viabilidad financiera de una empresa de servicio de distribución de internet inalámbrico” previa a la obtención del Grado Académico de Magíster, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 08 días del mes de septiembre de 2014

EL AUTOR

José Roberto Bastidas Romero



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO

AUTORIZACIÓN

YO, José Roberto Bastidas Romero

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución de la Tesis de Maestría titulada: “Viabilidad financiera de una empresa de servicio de distribución de internet inalámbrico”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 08 días del mes de septiembre de 2014

EL AUTOR

José Roberto Bastidas Romero

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	5
ÍNDICE DE CUADROS	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS	11
CAPITULO I.....	12
ANTECEDENTES	12
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
JUSTIFICACIÓN.....	16
OBJETIVO GENERAL.....	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
CAPITULO II.....	18
RESUMEN EJECUTIVO	18
MARCO TEÓRICO	19
CAPÍTULO III	23
ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN.....	23
3.1 Tipo de Empresa	23
3.2 Accionistas.....	23
3.3 Administración	24
3.4 Organigrama	24
3.5 Distribución de Funciones y Responsabilidades	25
3.5.1 Gerente General	25
3.6 Plan estratégico	26
3.6.1 Visión.....	26
3.6.2 Misión.....	26
3.6.3 Valores Corporativos	26
3.6.4 Funciones estratégicas.....	27
3.7 Matriz de públicos claves.....	27
3.8 Análisis FODA.....	28
3.9 Las 5 fuerzas de Porter	31

3.9.1 Amenaza de nuevos competidores.....	32
3.9.2 Poder de negociación de los clientes.....	32
3.9.3 Poder de negociación de los proveedores.....	32
3.9.4 Amenaza de productos o servicios sustitutos.....	32
3.9.5 Rivalidad entre los competidores.....	32
CAPÍTULO IV	34
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	34
4.1 Objetivos de la investigación de mercado	34
4.2 Mercado de Oferta	34
4.2.1 Competidor directo.....	34
4.2.2 Competidor indirecto	37
4.3 Mercado de Demanda	37
4.4 Comercialización del servicio.....	38
4.5 Ciclo de Vida	39
4.6 Segmento del mercado.....	40
4.7 Cálculo de la Muestra	42
4.8 Resultados de la encuesta	44
4.9 Servicio	54
4.9.1 Características del Servicio	54
4.9.2 Marca.....	54
4.10 Marketing Mix	54
4.10.1 Producto	54
4.10.2 Precio.....	54
4.10.3 Plaza	55
4.10.4 Promoción	56
CAPITULO V	57
ESTUDIO TÉCNICO.....	57
5.1 Estudio de localización	57

5.2 Proceso Productivo.....	58
5.3 Capacidad Utilizada	59
5.3.1 Capacidad teórica	59
5.3.2 Capacidad máxima.....	60
5.3.3 Aplicando castigo.....	61
5.4 Estimación de ventas	62
CAPITULO VI.....	65
ESTUDIO FINANCIERO.....	65
6.1 Costos Operativos.....	65
6.1.1 Costos Directos	65
6.1.2 Costos indirectos	66
6.2 Inversión inicial.....	67
6.3 Calendario de inversión	68
6.4 Tabla de depreciación.....	69
6.5 Financiamiento	70
6.6 Tabla de amortización	71
CAPITULO VII.....	72
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	72
7.1 Estado de Resultado proyectado	72
7.2 Flujo de caja proyectado.....	73
7.3 Balance General.....	74
7.4 Análisis de Costo Unitario	75
7.5 Análisis Financiero	76
7.5.1 Tasa de Rendimiento Promedio.....	76
7.5.2 Valor Actual Neto.....	76
7.5.5 Tasa Interna de Retorno	76
7.5.6 Punto de equilibrio	77
7.5.7 Payback.....	77

7.6 Análisis de sensibilidad	78
7.6.1 Incremento en el costo directo.....	78
7.6.2 Reducción de los ingresos.....	79
7.6.3 Conclusión del Análisis de Sensibilidad.....	79
CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXO	85

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro # 3.1 Accionistas.....	23
Cuadro # 3.2 Organigrama	24
Cuadro # 3.3 Matriz de públicos claves	27
Cuadro # 3.4 Matriz EFE.....	28
Cuadro # 3.5 Matriz EFI.....	29
Cuadro # 3.6 Matriz de factores internos y externos.....	30
Cuadro # 3.7 Las 5 fuerzas de Porter	31
Cuadro # 4.1 Ciclo de vida.....	39
Cuadro # 4.2 Población de Durán.....	40
Cuadro # 4.3 Población de El Recreo.....	41
Cuadro # 4.4 Edad	44
Cuadro # 4.5 Sexo	45
Cuadro # 4.6 Sector	46
Cuadro # 4.7 Tipo de cliente	47
Cuadro # 4.8 Posee servicio de internet	48
Cuadro # 4.9 Desea el servicio de internet	49
Cuadro # 4.10 Proveedores.....	50
Cuadro # 4.11 Opinión acerca del servicio actual	51
Cuadro # 4.12 Kbps.....	52
Cuadro # 4.13 Precio	53
Cuadro # 4.14 Análisis de costo unitario.....	55
Cuadro # 4.15 Promoción.....	56
Cuadro # 5.1 Método cualitativo por punto.....	57
Cuadro # 5.2 Capacidad teórica.....	59
Cuadro # 5.3 Capacidad máxima.....	60
Cuadro # 5.4 Aplicando castigo	61
Cuadro # 5.5 Ventas proyectadas año 1	62
Cuadro # 5.6 Ventas proyectadas año 2	63
Cuadro # 5.7 Ventas proyectadas año 3	64
Cuadro # 6.1 Costos Directos	65
Cuadro # 6.2 Costos Indirectos	66

Cuadro # 6.3 Inversión Inicial	67
Cuadro # 6.4 Calendario de inversión	68
Cuadro # 6.5 Tabla de depreciación	69
Cuadro # 6.6 Financiamiento	70
Cuadro # 6.7 Tabla de amortización.....	71
Cuadro # 7.1 Estado de resultado proyectado	72
Cuadro # 7.2 Flujo de caja proyectado	73
Cuadro # 7.3 Balance General.....	74
Cuadro # 7.4 Análisis de Costo Unitario.....	75
Cuadro # 7.5 Análisis de Costo Unitario.....	76
Cuadro # 7.6 Valor Actual Neto.....	76
Cuadro # 7.8 Índice de rentabilidad	77
Cuadro # 7.9 Punto de Equilibrio	77
Cuadro # 7.10 Payback.....	77
Cuadro # 7.20 Incremento costo directo.....	78
Cuadro # 7.21 Reducción de los ingresos	79

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 4.1 Población de Durán	40
Gráfico # 4.2 Población de El Recreo	41
Gráfico # 4.3 Edad.....	44
Gráfico # 4.4 Sexo	45
Gráfico # 4.5 Sector	46
Gráfico # 4.6 Tipo de cliente	47
Gráfico # 4.7 Posee servicio de internet	48
Gráfico # 4.8 Desea el servicio de internet	49
Gráfico # 4.9 Proveedores	50
Gráfico # 4.10 Opinión acerca del servicio actual	51
Gráfico # 4.11 Kbps.....	52
Gráfico # 4.12 Precio	53

CAPITULO I

ANTECEDENTES

A partir del año de 1969, los sistemas de información se volvieron las principales herramientas de desarrollo y crecimiento de los países industrializados, es decir, se descubrió la imperiosa necesidad de crear o mejorar nuevos y mejores métodos de transmisión de información y a una mayor velocidad.

Años después, los servicios de distribución del nuevo sistema de transmisión de información global conocido como Internet permitieron que ya no tan solo los gobiernos y las grandes corporaciones tuvieran acceso a la red, sino que el común denominador de la población diera sus primeros pasos de navegación en este sistema.

Internet experimentó después un imparable crecimiento y vivió sus primeros años de gloria al final de los noventa con el “boom” de las firmas “puntocom”¹.

En el presente proyecto, se demuestra la viabilidad financiera de la creación de una empresa de distribución del servicio de internet inalámbrico para el sector del Recreo en el Cantón Duran. La viabilidad es la capacidad de llevar a cabo un proyecto, pero esto es en términos muy generales, en este caso le damos el énfasis a la parte financiera, es decir se desea conocer a través de distintos ratios, flujos de caja proyectados, estado de resultados proyectados, tablas de amortización, cronogramas de inversiones, cuadros de inversiones y su respectivo análisis de costo unitario, si las probabilidades de emprender el servicio de distribución de internet en el sector antes mencionado, es viable o no.

El sector de El Recreo en el Cantón Durán Provincia del Guayas, en los últimos tres años ha tenido un crecimiento comercial muy impresionante en relación con los otros sectores o ciudadelas del mismo cantón. Es decir que se ha focalizado el segmento comercial minorista en un área pequeña pero con un desarrollo impresionante. Toda esta situación social como económicamente permiten visualizar las ventajas y las posibilidades de la implementación de una empresa nueva que ofrezca el servicio de internet inalámbrico.

¹ Fumero, Antonio (2007). *Web 2.0* España: Sirius comunicación corporativa. Primera edición.

La importancia de la introducción de este tipo de servicio en el sector del Recreo está vinculada a tres factores específicos:

- Costo
- Accesibilidad
- Mantenimiento
- Servicio al cliente

La diferencia con los servicios convencionales que se ofrecen en el mercado, ya que todos ellos se caracterizan por sistemas cableados que conectan los hogares o las oficinas con una red de banda ancha a través de cajas colocadas estratégicamente en los postes o en ciertos lugares de forma subterránea adicional a esto en el interior de cada hogar u oficina colocan un router que es el aparato que distribuye la señal en el interior del domicilio. Todos estos equipos generan un costo para el usuario además de la poca estética de la ubicación de cableado ubicado en las paredes de la propiedad del usuario y de la pérdida de señal producto de los cortes y uniones del cableado.

En el sistema inalámbrico todo tipo de cableado es innecesario solo se requiere de una antena de transmisión que se ubica en el exterior del domicilio u oficina del usuario y el cliente podrá navegar de forma inmediata sin la necesidad ni de molestosos cables ni de perforaciones en la paredes que de una u otra forma si pueden incomodar a los usuarios.

La accesibilidad, se refiere a dos temas en particular, el primero es que tan accesible es el sistema inalámbrico en función de la ubicación del domicilio u oficina y la antena matriz y el segundo relaciona la capacidad del usuario final de entender, manejar un sistema de distribución de internet inalámbrico. El primer punto, este es otra de las grandes ventajas que tiene el sistema inalámbrico ya que si importar la ubicación del usuario final siempre estará al alcance de la antena matriz con tan solo colocar la pequeña antena receptora en el exterior del domicilio u oficina, esto marca una gran distancia con el sistema convencional ya que si en el sector donde se ubica un cliente determinado no existiese un cajetín con el sistema cableado, simplemente ese cliente no tendría un servicio de internet. El segundo punto aunque las

diferencias entre el sistema inalámbrico y cableado son muchas el usuario final no notara diferencia alguna en cuanto al sistema de navegación de internet.

El mantenimiento del sistema inalámbrico, guarda más ventajas que el sistema cableado. Desde el punto de vista técnico las revisiones de los equipos pueden realizarse desde el control master ubicado en la oficina matriz de la empresa y si se notara que la falla es de la antena ubicada en el exterior del domicilio u oficina simplemente se procedería al cambio de la misma sin costo alguno para el cliente, en cambio en el sistema cableado también puede hacerse la inspección técnica desde un control master, pero no se puede determinar a ciencia cierta el origen del fallo en el sistema, lo que implica una visita técnica compleja y que en la mayoría de los casos se realiza en las 48 horas posteriores.

El punto más importante es el servicio al cliente, ya que no se trata solamente de ofrecer un sistema sino que también se requiere ofrecer la confianza al usuario de que está respaldado por un servicio al cliente ágil y que estará a su disposición las 24 horas los siete días de la semana. Las empresas que cuidan sus clientes tienen este servicio, lo que diferenciara a este servicio es que la solución de todos los inconvenientes que se presenten deben resolverse en su gran mayoría de forma inmediata o en casos muy extremos máximo en doce horas.

Una vez mencionados los factores más importantes de esta idea de negocios, también se debe manifestar que necesidad especifica o general se va a cubrir con este tipo de servicio. Es que para muchos clientes no se trata tan solo de tener acceso a la web, también hay factores como la velocidad, el soporte técnico y hasta en ciertos casos las promociones inmersas en los contratos. Es de conocimiento público la penetración del servicio de internet en el Ecuador en los últimos tres años ha crecido vertiginosamente esto permitió una expansión de distintos servicios de distribución y por ende también creció la competencia, lo que ha permitido una reducción en los costos y por ende precios más bajos para el consumidor final. Todo esto ha implicado que la empresa que sea capaz de crear las mejores promociones con los menores precios y con el mejor servicio al cliente será la empresa que gane mayor mercado y que sobreviva en el tiempo.

No se puede pasar por alto el hecho de que ingresar nuevas tecnologías en un sector determinado tenga un impacto tanto económico como social, ya que de lo primero que se habla sería de la generación de empleo, existirán dos posibilidades el empleo directo e indirecto. El directo por los técnicos contratados por la empresa y el indirecto por todos los cybers, salas de capacitación, colegios, escuelas y demás que utilizando nuestro servicio con un menor costo generen nuevas plazas de trabajo ingresando dinero a su economía y permitiendo así que una comunidad avance tecnológicamente y socialmente

En el mundo actual el internet pasó de ser una simple herramienta de ayuda a convertirse en parte vital de las actividades diarias que tanto niños, jóvenes y adultos realizan en su vida cotidiana. El acceso a internet es sin duda alguna un servicio básico más como lo es el agua, la luz y el teléfono, es por esto que implementar una empresa que ofrezca este servicio innovando con mejores equipos y tecnología es pretender ingresar a un mercado en pleno auge y crecimiento y que cada día más requiere de una velocidad de acceso a internet mayor y de aplicaciones con mejor tecnología.

En un principio el internet estaba limitado para la investigación o para el acceso a redes sociales, con el pasar de los años y muy en la actualidad prácticamente con un “clic”, se pueden realizar múltiples cosas citando los ejemplos más comunes, realizar el pago de los colegios, comprar saldo de telefonía celular, pagar servicios básicos, realizar rastreos satelital y para quienes tienen los recursos, comprar chocolates en Suiza y enviarlos por correo. Esto significa que el número de clientes potenciales es cada vez mayor y la empresa que obtendrá estos clientes es la que ofrezca un mejor servicio con los menores costos posibles.

En la actualidad las empresas que se encuentran funcionando en el sector del recreo no ofrecen ni el ancho de banda ni la segmentación que como empresa se pretende ofrecer, adicional a esto el servicio inalámbrico en el caso de las actuales empresas es opcional y tiene un costo mayor que el servicio cableado, lo cual crea un mercado potencial para la introducción de la nueva

empresa. Es que la ventaja competitiva² será la experiencia técnica y las promociones que serán las entradas a este nuevo mercado.

Este emprendimiento se fundamenta en la experiencia personal del tesista en el campo de las telecomunicaciones, unido a los contactos tanto técnicos como jurídicos que permiten bosquejar de forma muy precisa las ventajas y desventajas del emprendimiento y proyectar en el corto y largo plazo sus alcances y las probabilidades de éxito al ingresar al mercado

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación denota una realidad latente sobre el tema de la accesibilidad al internet que muchas comunidades tienen, esto engloba desde los puntos de análisis de la información que se puede obtener hasta el conocimiento que la población en general tiene al respecto. Se define que el acceso a internet en la actualidad no puede considerarse como un lujo sino como una necesidad que debe y tiene que satisfacerse.

Se debe agregar que las telecomunicaciones en el mundo actual están sirviendo como una herramienta de desarrollo de las comunidades, lo que conlleva a la necesidad de darle la debida importancia a temas como el que se trata en esta investigación, no es solo proveer de un servicio de internet inalámbrico, es más brindar una herramienta de acceso al desarrollo de la comunidad o de las personas que usen el internet para estos fines.

JUSTIFICACIÓN

Investigar acerca de este tema, tiene como justificación, desarrollar un modelo real y económicamente factible de brindar a los habitantes de un sector determinado del Cantón Duran, el acceso a un servicio tan necesario en los actuales momentos como es el internet.

Al profundizar el por qué de la investigación, se debe comprender el para qué de la misma. Es sencillo definir que al investigador sobre una necesidad específica que cierto sector tenga, también se requiere

² Ventajas competitivas son ventajas que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, que le permite destacar o sobresalir ante ellas, y tener una posición competitiva en el sector o mercado.

plantear una solución para la misma, es decir, no se puede simplemente conocer el problema sino también plantear la solución.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de esta investigación es:

- Evaluar financieramente a una empresa de servicio de distribución de internet inalámbrico para demostrar su viabilidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos de esta investigación son:

- Estudiar el mercado de una empresa de servicio de distribución de internet inalámbrico.
- Estudiar la parte técnica de una empresa de servicio de distribución de internet inalámbrico.
- Evaluar financieramente una empresa de servicio de distribución de internet inalámbrico.

CAPITULO II

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación consta de siete capítulos donde se desglosa las distintas áreas de análisis y planteamiento de estudio de la problemática tratada, así tenemos el siguiente desglose por capítulo:

- En el capítulo I, se explica los antecedentes, el problema, la justificación y los objetivos generales y específicos, del estudio, es decir se analiza todo el esquema general de la investigación desde donde nació hasta que la promueve como objetivo.
- En el capítulo II, se trata sobre el esquema general del trabajo y su distribución por capítulo, además de analizar el marco teórica que lo sostiene, este punto es importante ya que aquí se menciona toda la estructura teórica que sustenta y permite esquematizar la viabilidad de la investigación.
- En el capítulo III, se detalla la administración de la empresa, desde el perfil de cargo, organigrama, análisis FODA, hasta las fuerzas de Porter, todo esto con el fin de tener muy en claro, cuál será el modelo de administración del negocio y que sustenta las decisiones que se tomen a futuro.
- En el capítulo IV, se tiene la investigación de mercado, es aquí donde se analizara, tomando una muestra de la población objetivo y a través de una encuesta, los gustos, preferencias y decisiones de consumo del futuro consumidor.
- En el capítulo V, se tiene el estudio técnico, aquí se explica la capacidad teórica instalada con la que la empresa iniciara sus operaciones y la capacidad máxima real con la que contara, para ofrecer su servicio.
- En el capítulo VI, se tratara acerca del estudio financiero, se detallara sobre los costos operativos y el tipo de financiamiento que el proyecto tendrá, es decir si se financiara a través de recursos propios o por un préstamo al sistema financiero.
- En el capítulo VII, se tiene la evaluación financiero, esto incluye los estados financieros y los ratios que permitirán demostrar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto en el corto y largo plazo.

MARCO TEÓRICO

El servicio que se ofrecerá requiere de la adquisición de megabytes, los mismos que se compraran a la empresa Otecel S.A. (Movistar), estos se compran en paquetes que se llaman clean channel, son estos paquetes que a su vez se dividen para ser ofrecidos al consumidor final.

Al ser un servicio inalámbrico se requiere adicionalmente de dos torres de transmisión que serán instaladas geo posicionadas dentro del sector escogido para ofrecer el servicio y cada consumidor final requiere de un receptor inalámbrico externo de la marca Ubiquiti, que es el que proveerá del servicio a cada cliente.

Para analizar el marco teórico involucrado en el contexto de la viabilidad financiera de una empresa de servicio de distribución de internet inalámbrico, primero se debe conocer la realidad.

En el país es fácil identificar a los referentes del servicio de internet residencial y empresarial, que durante más de quince años han marcado el ritmo y han sido los pioneros en la implementación tecnológica, publicitaria y empresarial. Estas empresas son Consorcio Ecuatoriano de Telecomunicaciones S.A. CONECEL y Movistar Ecuador, OTECEL S.A.³, es que hablar de los primeros pasos en el servicio inalámbrico de internet, es mencionar a las redes móviles a través de los equipos Smartphone.

El servicio móvil, no es parte del servicio que se ofrecerá a través de este proyecto, si sirve como referente teórico para comprender la comodidad, aplicación y nivel de acceso que obtiene el consumidor final a través de servicios inalámbricos.

Se menciona que la tecnología utilizada para los servicios inalámbricos se innova a gran velocidad lo que implica que las empresas elijan tras un profundo análisis técnico, los equipos y el proveedor del ancho de banda que utilizaran como mínimo durante tres años, la razón primordial de esto en primera instancia es por temas de inversión y de recuperación y en un segundo plano debido a que cambiar los equipos y por ende la tecnología involucrada

³ Información obtenida de la página de la Superintendencia de Telecomunicaciones (Telecomunicaciones, 2013)

generaría en el consumidor final ciertas molestias de adaptación a la nueva tecnología.

Para definir si el proyecto es viable o no, se debe comprender los instrumentos vinculados al análisis y su aplicación real en el modelo de empresas vinculadas en el sector de las telecomunicaciones.

De forma preliminar se analizara tres funciones básicas financieras, el Pay-Back, el Van y la Tir.

Todos conocemos lo que es el Pay-Back en términos generales no es otra cosa que el plazo de recuperación del desembolso inicial en una inversión.

Financieramente, no existe un medidor general para saber cuál plazo es o no el correcto, pero producto de la experiencia se interpreta que el periodo de recuperación no debería ser mayor al plazo del proyecto. Teniendo en claro esto y aterrizando la idea al sector de las telecomunicaciones se explica que la mayoría de los proyectos no tienen un plazo mayor a tres años, este hecho está directamente vinculado con la tecnología que se utiliza producto de su constante mejoramiento e innovación. Si ya se determinó que el máximo plazo promedio de un proyecto de este tipo es de tres años ¿Cuál debería ser el Pay-Back óptimo?, según Nassir Sapag⁴ menciona en su libro Preparación y Evaluación de Proyectos el óptimo de una idea depende mucho de la subjetividad de los proyectistas y de los dueños de la idea. En este caso se buscara que la recuperación como máximo en dos años, utilizando como herramienta indispensable la reducción de costos y el ingreso de nuevos clientes.

El Valor Actual Neto VAN, es traer al presente flujos futuros con una determinada tasa de descuento. El VAN se convierte en un instrumento de primera mano para conocer una posible rentabilidad del proyecto y así determinar su viabilidad o no.

El VAN analizara el flujo de caja proyectado a tres años del proyecto, es decir tomara en consideración tanto las ventas, costos directos, costos

⁴ Autor, del libro Preparación y Evaluación de Proyectos Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo (1983). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill. Segunda edición.

indirectos, depreciaciones y gastos financieros proyectados y vinculados con el flujo neto.

Lo que se busca en el VAN es conocer que al traer los flujos futuros al presente descontado con una tasa de interés y restándole la inversión inicial den por resultado un valor positivo y mayor que cero. En el negocio de las telecomunicaciones la tasa de descuento con la que trabaja es la del 22.5%, es decir aspiran una recuperación por sus inversiones en esos promedios.

La tasa de descuento utilizada solo sirve como referente para los cálculos ya que en la realidad los resultados de la inversión dependerán de las condiciones en el mercado donde se desarrolla el negocio, de factores no previstos, de cambios en leyes y normativas vinculadas al sector de las telecomunicaciones y del alcance o no del nivel de venta proyectado.

La Tasa Interna de Retorno TIR, es la tasa real arrojada por el flujo proyectado del negocio, también es una herramienta que permite analizar la rentabilidad y la viabilidad o no del proyecto.

La TIR se calcula de los valores obtenidos de las proyecciones del flujo de caja en sus flujos netos, guarda directa relación con la tasa real obtenida del proyecto siempre y cuando se cumpla a cabalidad con todos los datos de las proyecciones utilizadas para el cálculo del flujo de caja.

Se debe aclarar que si bien es cierto la TIR ayuda a medir viabilidad financiera también se encuentra sujeta a cambios en los costos y en los ingresos que se utilizaron en el flujo de caja.

Financieramente, se optara por realizar los Análisis de Sensibilidad⁵, ya que de lo mencionado anteriormente en los párrafos superiores, se desprende constantemente la posibilidad de la variación sin previo aviso, de las condiciones bajo la cuales se realicen las proyecciones.

⁵ El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN, al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos o los costes).

Analizar los posibles cambios en los escenarios se añade como una herramienta para analizar, por ejemplo cambios en los costos producto de cambios en las leyes que regulan este tipo de servicios.

El análisis de sensibilidad permite visualizar el mismo flujo de caja proyectado, pero aplicando modificaciones simultaneas en sus costos o ingresos y así se podrá determinar nuevos VAN y TIR, frente a cada uno de esos cambios.

Todo esto ayudara a mejorar aspectos, que quizás no fueron previstos y las contingencias serán mayores, previo al arranque del negocio.

CAPÍTULO III

ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN

3.1 Tipo de Empresa

La empresa estará direccionada al área de servicios en telecomunicaciones inalámbricas, con esto me refiero a una organización privada con fines de lucro, con las siguientes especificaciones:

- a.) Razón Social:** BastidasCorp S.A
- b.) RUC:** 0992714530001
- c.) Dirección:** Guayaquil, Cuenca #404 y Chimborazo
- d.) Teléfonos:** 04-2348758
- e.) Correo electrónico:** sales@grupobastidas.com.ec
- f.) Constitución Jurídica:** Sociedad Anónima
- g.) Representante Legal:** Econ. Roberto Bastidas
- h.) Actividad y experiencia:** La actividad de la organización será la de brindar un servicio de internet inalámbrico en el sector del Recreo en el Cantón Durán, para este fin se cuenta con el personal técnico y la logística necesaria para proveer del servicio en el sector especificado.

3.2 Accionistas

La distribución accionaria se explica en el siguiente cuadro:

Cuadro # 3.1 Accionistas

ACCIONISTAS	PARTICIPACION
Roberto Bastidas	60%
Paola Crespo	40%
TOTAL	100%

Fuente: BastidasCorp

Elaborado por: Investigador

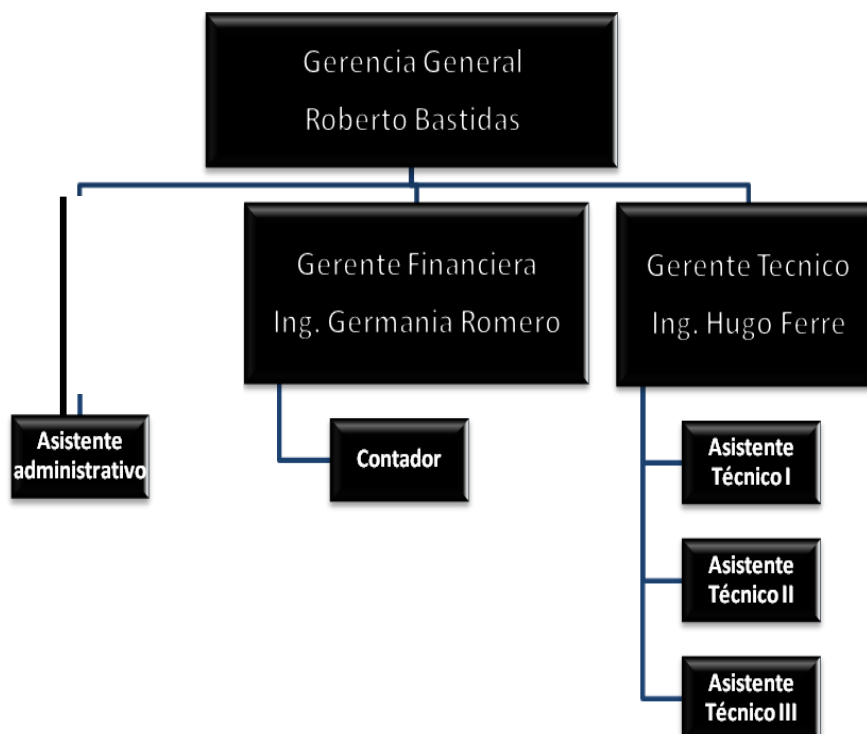
3.3 Administración

La administración va a estar dirigida de la siguiente forma:

- Gerencia General: Econ. Roberto Bastidas Romero
- Gerente Financiera Ing. Germania Romero
- Gerente Técnico: Ing. Hugo Ferre
- Contador: Ing. Marjorie Fajardo
- Asistente Técnico I: Tec. Carolina Torbay
- Asistente Técnico II: Tec. Shirley Guala
- Asistente Técnico III: Tec. Diana Altamirano
- Asistente Administrativo: Javier Paredes

3.4 Organigrama

Cuadro # 3.2 Organigrama



Fuente: BastidasCorp
Elaborado por: Investigador

3.5 Distribución de Funciones y Responsabilidades

3.5.1 Gerente General

a. Perfil

- Título de tercer nivel con especialización en Ciencias Administrativas.
- Dominio del inglés (hablado y escrito) 100%.
- Experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

b. Funciones

Se encarga del control general de las operaciones, sustenta y realiza todos los acuerdos con otras organizaciones sean del estado o privadas y supervisa que la fundación cumpla fielmente con todas las normas de funcionamiento y con su lucrativo.

3.5.2 Gerente Financiero

a. Perfil

- Título de tercer nivel en el área de finanzas privadas.
- Mínimo 3 años de experiencia en cargos similares.
- Diplomados o maestrías en finanzas.

b. Funciones

Es la persona que tiene el contacto directo con los bancos y proveedores, es decir maneja la parte financiera en directo apoyo con el contador.

3.5.3 Asistente administrativo

a. Perfil

- Estudiante universitario en carreras como Economía o Administración
- Promedio mínimo de 8 sobre 10.
- Dominio del inglés (hablado y escrito) 75%.

b. Funciones

Es quien apoya al Director Administrativo en este caso serán estudiantes de la Universidad Católica que realizarán pasantías en la organización y brindarán su apoyo como asistentes.

3.5.4 Asistente Técnico

a. Perfil

- Graduado de bachiller técnico.
- Honesto, responsable, puntual.
- Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.

b. Funciones

Se encarga de realizar las instalaciones y brindar las asistencias técnicas.

3.6 Plan estratégico

3.6.1 Visión

Ser una empresa reconocida en el mercado de todo el Cantón Durán, en un plazo de 2 años a través de la distribución de una marca propia que nos identifique como una de las mejores empresas del sector de las telecomunicaciones.

3.6.2 Misión

Trabajar diariamente en construir una organización que lidere en servicio, atención al cliente y en tiempos de reacción en el sector de las telecomunicaciones, especializada en el servicio de internet inalámbrico, cumpliendo normas y estándares que nos permita en el corto plazo crecer como organización.

3.6.3 Valores Corporativos

Responsabilidad.- Cumplir con los estándares de calidad del servicio ofrecido.

Ética.-	No ofrecer un servicio que no se brindara.
Honestidad.-	Comunicación clara con los clientes.
Puntualidad.-	Inculcar al personal de oficina y a los técnicos sobre el valor de la puntualidad.
Respeto.-	A los compañeros de trabajo y a los clientes.
Humildad.-	No expresar superioridad ante los clientes.
Tolerancia.-	Frente a los cambios de ánimo de los clientes.
Cooperación.-	Ayuda mutua lograr cada día servir a más clientes.

3.6.4 Funciones estratégicas

Financiero

- Obtener una rentabilidad promedio al finalidad el plazo del proyecto mayor al 30%.

Comerciales

- Incrementar las ventas, con el trabajo conjunto del equipo comercial.
- Permitir un crecimiento sostenido promedio del 5% anual en el volumen de clientes.

Proceso

- Tener un equipo técnico con certificaciones Ubiquiti de equipos inalámbricos.
- Tener un equipo de vendedores con constante capacitación en técnicas de ventas y trato al público

Aprendizaje crecimiento.

- Brindar al personal que labora en la organización, todo el apoyo necesario, para su constante capacitación.

3.7 Matriz de públicos claves

Cuadro # 3.3 Matriz de públicos claves

PÚBLICOS CLAVES	MATRIZ PÚBLICOS CLAVES	
	EXPECTATIVAS O NECESIDADES	IMPACTO DE LA INSATISFACCIÓN
Proveedores de los equipos inalámbricos en China	Un cumplimiento exacto en los tiempos de pago y en la proporción acordada	Finalización de los créditos otorgados y búsqueda injustificada de nuevos proveedores
Clientes en la categoría residencial	Servicio constante, sin caídas en la red	Molestia por parte del cliente, con bajo riesgo de finalización del contrato
Clientes en la categoría empresarial	Servicio constante, sin caídas en la red	Molestia por parte del cliente, con alto riesgo de finalización del contrato

Fuente: BastidasCorp
Elaborado por: Investigador

3.8 Análisis FODA

Cuadro # 3.4 Matriz EFE

FACTORES EXTERNOS CLAVES				
OPORTUNIDADES		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Mercado en crecimiento	0.15	3	0.45
2	Competidores aún no desarrollados en el mercado	0.20	4	0.80
3	Nuevos mercados por explotar	0.16	4	0.64
AMENAZAS		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
4	Nueva competencia directa	0.14	1	0.14
5	Nuevos aranceles	0.19	2	0.38
6	Cambio de reglas por parte de la Supertel	0.16	2	0.32
TOTAL		1.00		2.73

Fuente: BastidasCorp

Elaborado por: Investigador

Cuadro # 3.5 Matriz EFI

FACTORES INTERNOS CLAVES				
FORTALEZAS		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
7	Pioneros en tecnología inalámbrica	0.07	3	0.21
8	Precios módicos	0.15	4	0.6
9	Distribución estratégica	0.19	4	0.76
10	Calidad en servicio	0.24	4	0.96
11	Amplia gama de servicios	0.05	3	0.15
DEBILIDADES		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
12	Empresa nueva en el sector	0.17	2	0.34
13	Marca aun no reconocida	0.13	2	0.26
TOTAL		1.00		3.28

Fuente: BastidasCorp

Elaborado por: Investigador

Cuadro # 3.6 Matriz de factores internos y externos

		Puntaje de valor total de la matriz EFI		
		SÓLIDO	PROMEDIO	DÉBIL
Puntaje de valor total de la matriz EFE	ALTO			
	MEDIO	QUICKSERV		
	BAJO			

Fuente:

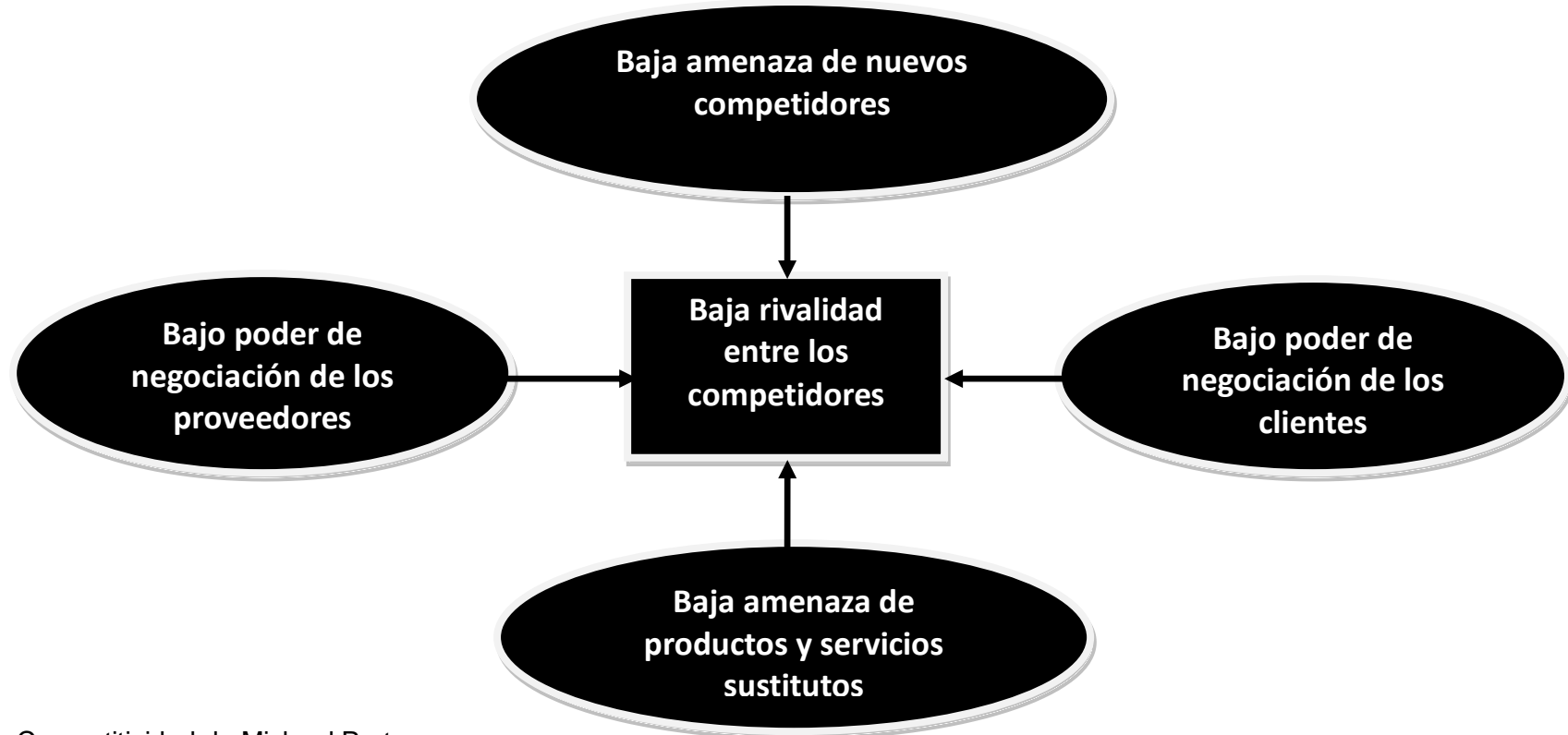
BastidasCorp
Elaborado por: Investigador

Conclusión

En esta matriz, se observa que la Empresa “BastidasCorp”, se ubica en el cuadrante IV, obteniendo una puntuación de 3,28 para los Factores Internos Claves y 2,73 para los Factores Externos. En dicho cuadrante se recomienda a la empresa **CRECER Y CONSTRUIR**.

3.9 Las 5 fuerzas de Porter

Cuadro # 3.7 Las 5 fuerzas de Porter⁶



Fuente: Competitividad de Michael Porter
Elaborado por: Investigador

⁶ Las 5 fuerzas de Porter, son utilizadas para analizar la correlación entre la competitividad y los resultados de la organización.

3.9.1 Amenaza de nuevos competidores

En esta sección del análisis, se considera baja la amenaza de nuevos competidores por los siguientes puntos:

- El acceso a permisos de la Superintendencia de telecomunicaciones, debido a que la obtención de estos permisos, requiero pasar por una validación técnica y de cumplimiento de normas de instalación y operatividad, se convierte en una barrera de entrada a nuevos competidores.
- La inversión inicial para la compra de equipos y montaje de antenas de transmisión y repetidoras.

3.9.2 Poder de negociación de los clientes

En esta sección del análisis, se considera bajo el poder de negociación de los clientes, por los siguientes puntos:

- El mercado potencial de los clientes está disperso y no concentrado en un solo grupo, es decir como empresa se ofrecerá servicio de forma potencial a los hogares no se tendrá grandes clientes corporativos que puedan ejercer un poder de negociación frente a la empresa.
- El acceso al servicio está abierto y no focalizado a un segmento centralizado del mercado.

3.9.3 Poder de negociación de los proveedores

En esta sección del análisis, se considera bajo el poder de negociación de los proveedores, por el siguiente punto:

- Aunque Otecel S.A. (Movistar), es el mejor proveedor en servicio de internet, esto no lo convierte en el único, por lo cual su poder de negociación es bajo, es decir, se tienen otras opciones para la compra del Clean Channel, se tiene a Telconet por ejemplo.

3.9.4 Amenaza de productos o servicios sustitutos

En esta sección del análisis, se considera baja la amenaza de productos y servicios sustitutos, por los siguientes puntos:

- La ubicación del sector del mercado potencial, no posee una cobertura completa de los principales competidores en servicio cableado.
- En relación al costo, de los servicios de internet inalámbrico que ofrecen los operadores Claro y Movistar, son muy elevados, además de limitados.

3.9.5 Rivalidad entre los competidores

En esta sección del análisis, se considera baja la rivalidad entre los competidores, por los siguientes puntos:

- Es un mercado aun no explotado en un 100%, lo que permite una división interna de los clientes y una libre competencia.
- Cada empresa competidora que ya está en el sector, tiene su propia oferta de servicio, con sus características específicas, que no interfieren mutuamente con sus competidores directos o indirectos.

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El tipo de mercado en el que desarrollará es el de LIBRE COMPETENCIA, debido a que el ingreso no está limitado por barreras de entrada y el manejo interno de la organización no depende de condicionamientos del sector.

El sector de El Recreo en el cantón Durán, tiene un potencial de crecimiento tanto en el ámbito comercial como urbanístico que permite a los emprendedores visualizar posibilidades de negocios y en este caso específico la introducción de una empresa que ofrezca el servicio de internet inalámbrico.

Analizando lo sobreexplotado que en la actualidad se encuentran las grandes ciudades en cuanto se refiere al servicio de internet es pertinente escoger cantones cercanos que aún tienen mucho mercado por desarrollar y en los cuales se puede proponer ideas más competitivas sin la presión de las grandes corporaciones. De aquí se desprende la selección del cantón Durán y para realizar el piloto, se escoge el área más comercial y en este caso el sector del El Recreo exclusivamente

4.1 Objetivos de la investigación de mercado

La presente investigación de mercado tiene como objetivo los siguientes puntos.

- Medir de forma cuantificable indicadores de aceptación y de conocimiento de PVP. Aceptados por los clientes finales del servicio.
- Determinar gustos y preferencias del cliente potencial.

4.2 Mercado de Oferta

4.2.1 Competidor directo

Entre los competidores directos tenemos:

Claro



Empresa multinacional mexicana América Móvil es la compañía con más clientes a nivel nacional.

Claro en la actualidad tiene una participación de mercado en el sector del Recreo en el orden del 33.35%.

Entre los servicios que ofrece en la actualidad tenemos, televisión fija, internet por fibra óptica y telefonía fija.

La ventaja competitiva que como empresa tiene Claro es un sólido prestigio adquirido con los años y el reconocimiento de marca.

a) Skynet

Empresa con más de 7 años en el mercado del Cantón Durán, que ha concentrado sus esfuerzos en la captación de nuevos clientes y de dar como valor agregado el router inalámbrico.

Skynet en la actualidad tiene una participación de mercado en el sector del Recreo en el orden del 19.56%.

Entre los servicios que ofrece en la actualidad tenemos, internet por fibra óptica e internet inalámbrico.

La ventaja competitiva que como empresa tiene Skynet es conocimiento del mercado objetivo, ya que toda la existencia de la empresa ha sido en el Cantón Duran.

b) Telconet

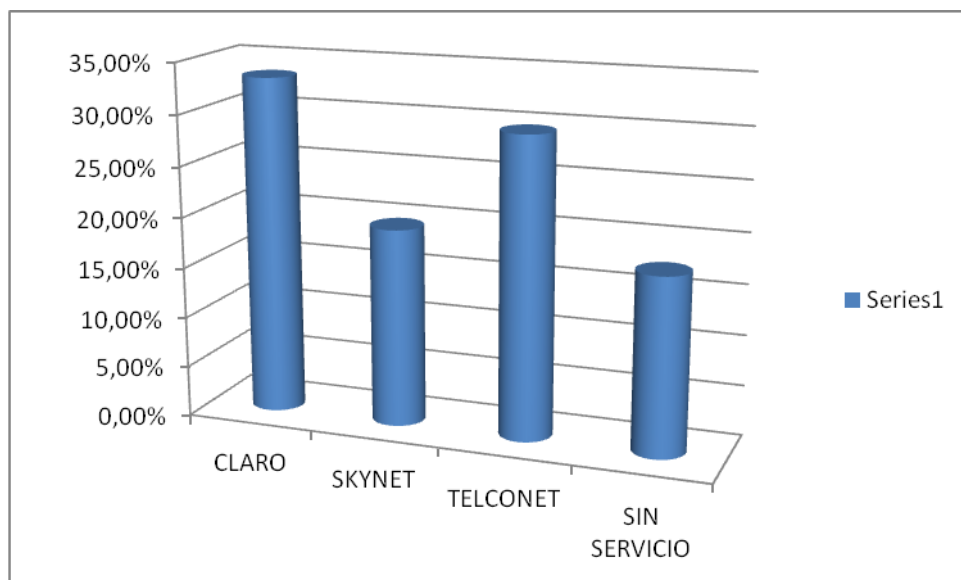


Empresa privada que ofrece los servicios de telecomunicaciones para grandes empresas y servicios mayoristas para otros operadores de telecomunicaciones.

Telconet, en la actualidad tiene una participación de mercado en el sector del Recreo en el orden del 29.58%.

Entre los servicios que ofrece en la actualidad tenemos, internet por fibra óptica e internet inalámbrico.

La ventaja competitiva que como empresa tiene Telconet, es un solvente equipo técnico, experiencia de manejo de servicio al cliente y una plataforma de soporte mas solida que los competidores.



4.2.2 Competidor indirecto

- a) Sistemas de banda ancha móvil tanto de Claro como de movistar

Cuál es la ventaja de estos equipos tener internet donde sea que estés en tu laptop personal sin conexiones y con una gran velocidad.

Se poseen los mismos planes que en los sistemas de fibra óptica, pero con la capacidad móvil, además de ser un dispositivo seguro se entiende que puede estar en un plan o en el sistema prepago.

4.3 Mercado de Demanda

Imagen # 4.1 Toma aérea de Durán



El mercado de demanda está ubicado en el cantón Durán, en el sector conocido como el Recreo, la población estimada que se encuentra en este sector es de 55288 habitantes.

De una estimación, según el VII censo poblacional⁷, en Ecuador existen 4.2 habitantes por familia, de lo que se desprende que el número de hogares objetivos en la segmentación de mercado para el sector de el Recreo son 13164 hogares.

⁷ Datos obtenidos del VII Censo Poblacional año 2010 (INEC, 2010)

4.4 Comercialización del servicio

El servicio será comercialización a través de tres etapas

- Brigadas móviles
- Puntos de atención al cliente ubicado en el Durán Outlet
- Call center 24/7

4.5 Ciclo de Vida

Cuadro # 4.1 Ciclo de vida⁸

FACTOR	EMBRIONICA	CRECIMIENTO	MADUREZ	ENVEJECIMIENTO	JUSTIFICACION
DEMANDA		X			Debido a que el sector de telecomunicaciones esta en crecimiento en el pais
VOL. PRODUCCION					No aplica
LEALTAD CLIENTES		X			Prefiere el mejor servicio al menor costo posible
PRECIO			X		Ya el mercado conoce el precio del servicio para comparar y decidir
PARTICIPANTES		X			No existen barreras de entrada al sector
PARTICIPACIONES					No aplica
OPORTUNIDAD DE PENETRAR MERCADO			X		Libre competencia
CALIDAD		X			Existe una competencia agresiva de los proveedores
TECNOLOGIA		X			Cambiante cada 15 dias
FUNCION CLAVE					No aplica
FLUJO		X			Constante inversion
RIESGO	X				Solo se debe proteger la inversion inicial

Fuente: BastidasCorp

Elaborado por: Investigador

Conclusión

Se observa que el sector de las telecomunicaciones se encuentra en crecimiento, esto es gracias a una demanda también creciente y a un mercado insatisfecho.

⁸ Un producto o servicio durante su aparición, permanencia y desaparición por el mercado pasa por cuatro etapas o periodos muy bien definidos

4.6 Segmento del mercado

Toda la información que se utilizó para calcular el tamaño de la población se obtuvo de la página web del INEC⁹, actualizada a septiembre del 2010.

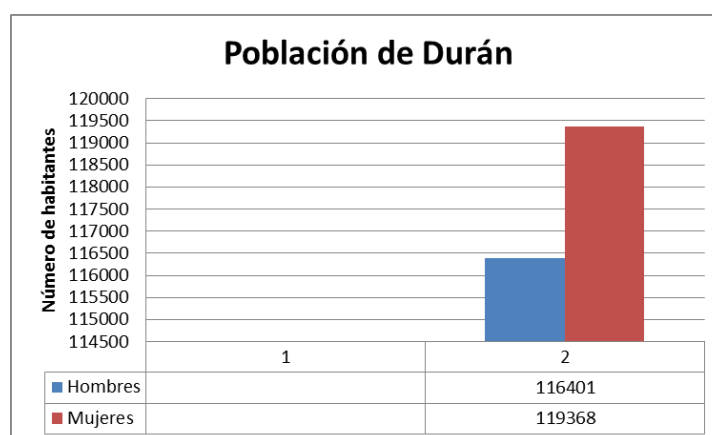
Cuadro # 4.2 Población de Durán

POBLACION DEL CANTÓN DURÁN	
Hombres	116401
Mujeres	119368
Total	235769

Fuente: INEC

Elaborado por: Investigador

Gráfico # 4.1 Población de Durán



Fuente: INEC

Elaborado por: Investigador

La población objeto de la presente tesis es la correspondiente al sector de la Ciudadela El Recreo, en el Cantón Durán, provincia del Guayas. Este sector está densamente poblado y es un alto generador de ingresos para el cantón Durán, en virtud de la gran variedad de negocios y hogares. Según información de la Municipalidad de Durán, del total de la población que habita en el cantón el 23.45% está asentada en el sector del Recreo de lo cual se deriva la siguiente información.

⁹ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

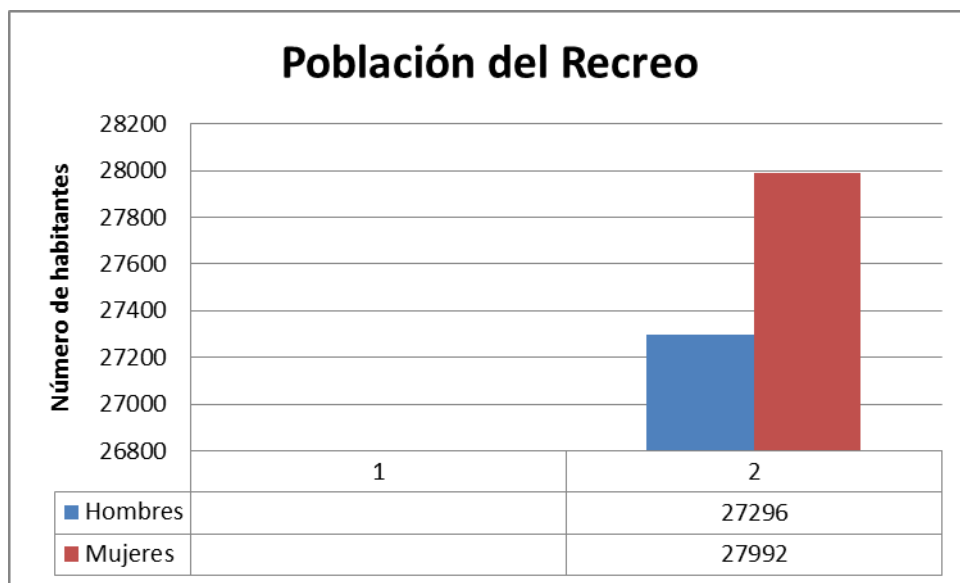
Cuadro # 4.3 Población de El Recreo

POBLACION SECTOR EL RECREO	
Hombres	27296
Mujeres	27992
Total	55288

Fuente: Departamento de Catastro Municipalidad de Durán

Elaborado por: Investigador

Gráfico # 4.2 Población de El Recreo



Fuente: Departamento de Catastro Municipalidad de Durán

Elaborado por: Investigador

De una estimación, según el último censo poblacional, en Ecuador se tiene 4.2 habitantes por familia, se desprende que el número de hogares objetivos en la segmentación de mercado son 13164 hogares, de esto se desprende que para el cálculo de la muestra se utilizara la formula de población finita al ser menos a 100 000 habitantes.

4.7 Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Datos:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Valor de nivel de confianza del 95%.

N = Tamaño de la Población (13164)

P = Proporción de éxitos en la población. (0,5)

Q = Proporción de fracasos en la población (0,5)

e = error (5%)

Cálculo:

n = X

Z = Valor de nivel de confianza del 95%.

N = 13164

P = 0,5

Q = (1-P)= 0,5

e = error (5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(13164)}{(0.05)^2 (13164 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 382$$

Basado en una población finita de 13164 habitantes asentados en el sector del Recreo, Cantón Durán, utilizando el cálculo de una distribución normal con un nivel de confianza del 95% y con un nivel de error del 5%, obtenemos una muestra de 382 habitantes.

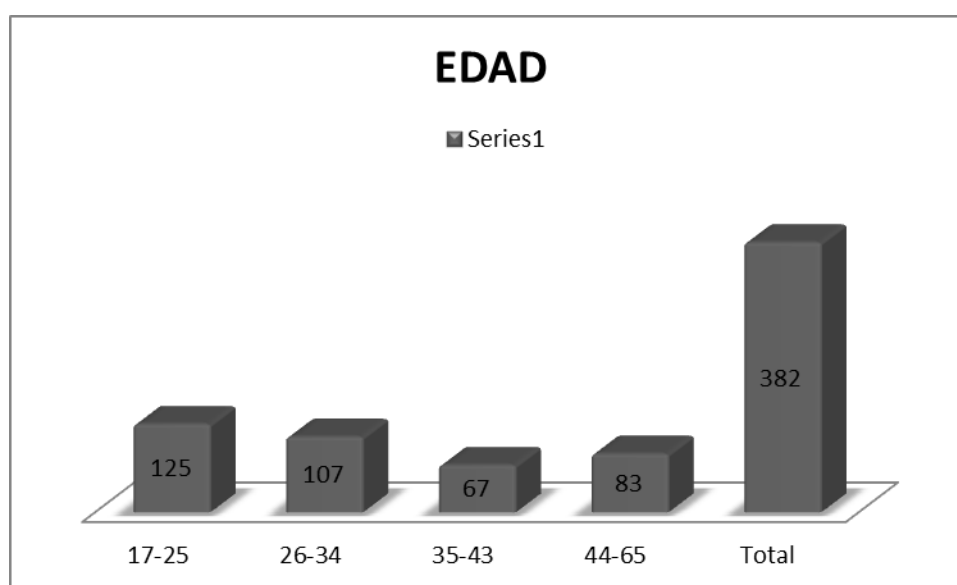
Las 382 encuestas serán dirigidas y realizadas tanto a familias como negocios que se encuentren en las diferentes etapas del Recreo, con el fin de obtener la información necesaria para realizar los respectivos análisis estadísticos y poder adicionalmente realizar ciertas proyecciones.

4.8 Resultados de la encuesta

1.- Edad

- ___ 17-25
- ___ 26-34
- ___ 35-43
- ___ 44-65

Gráfico # 4.3 Edad



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.4 Edad

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
17-25	125	32.7
26-34	107	28.0
35-43	67	17.5
44-65	83	21.7
Total	382	100.0

Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

Elaborado por: Investigador en SPSS

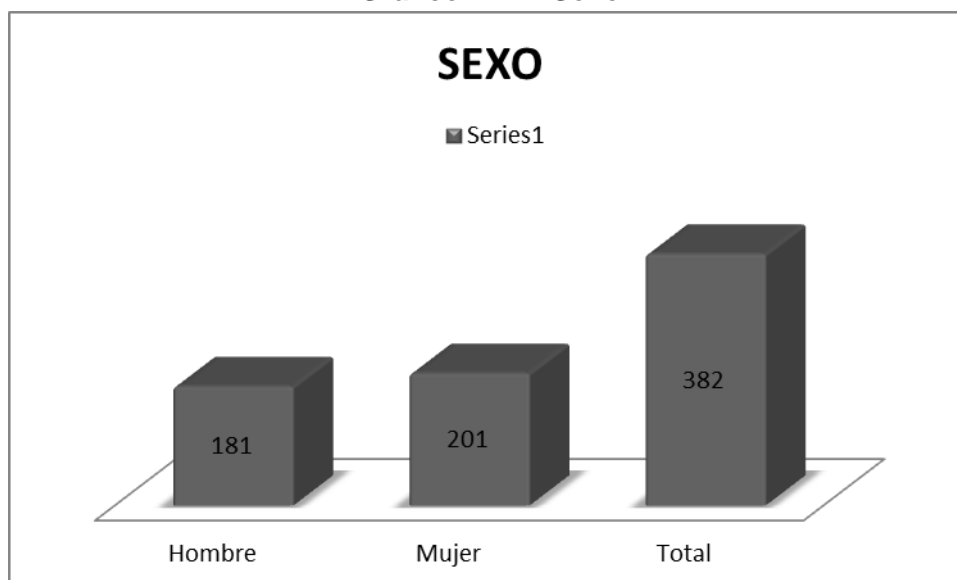
De los encuestados el mayor porcentaje se encontraba entre los 17 y 34 años de edad, con el 59.70%. Es decir se tiene los datos de una muestra entre jóvenes y adultos con un criterio claro sobre aspectos tecnológicos.

2.- Sexo

___ Hombre

___ Mujer

Gráfico # 4.4 Sexo



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.5 Sexo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Hombre	181	47.4
	Mujer	201	52.6
	Total	382	100.0

Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

Elaborado por: Investigador en SPSS

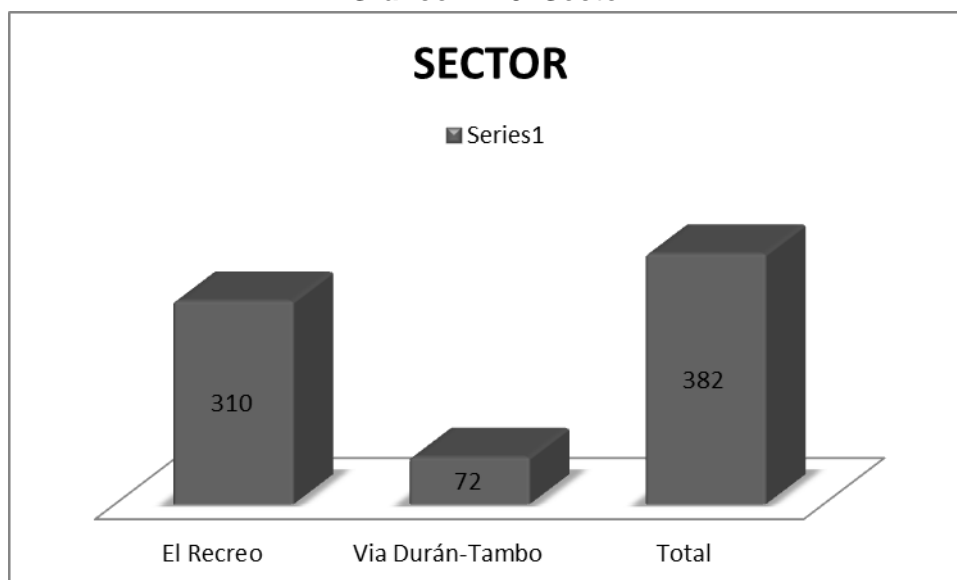
De los encuestados el mayor porcentaje fueron mujeres con un 52.60%, y el restante 47.40% fueron hombres.

3.- Sector donde vive

___ El Recreo

___ Vía Durán-Tambo

Gráfico # 4.5 Sector



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.6 Sector

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El Recreo	310	81.2
	Vía Durán-Tambo	72	18.8
	Total	382	100.0

Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

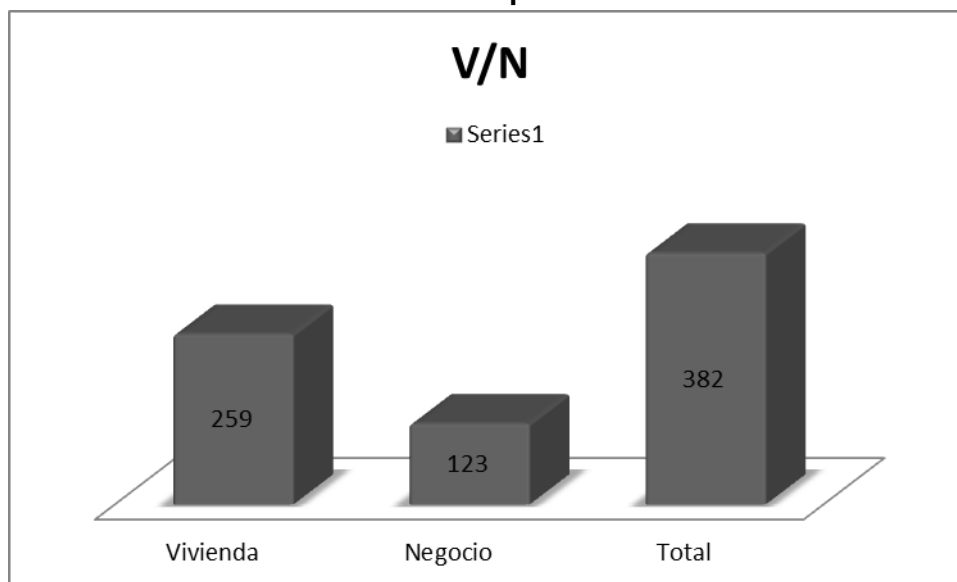
De los encuestados el 81.20% radica en el sector de el Recreo. Esto no implica que al restante 18.80% que radica en la vía Durán-Tambo, no se le podrá ofrecer el servicio.

4.- ¿Vivienda o negocio?

__ Vivienda

__ Negocio

Gráfico # 4.6 Tipo de cliente



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.7 Tipo de cliente

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Vivienda	259	67.8
	Negocio	123	32.2
	Total	382	100.0

Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

Elaborado por: Investigador en SPSS

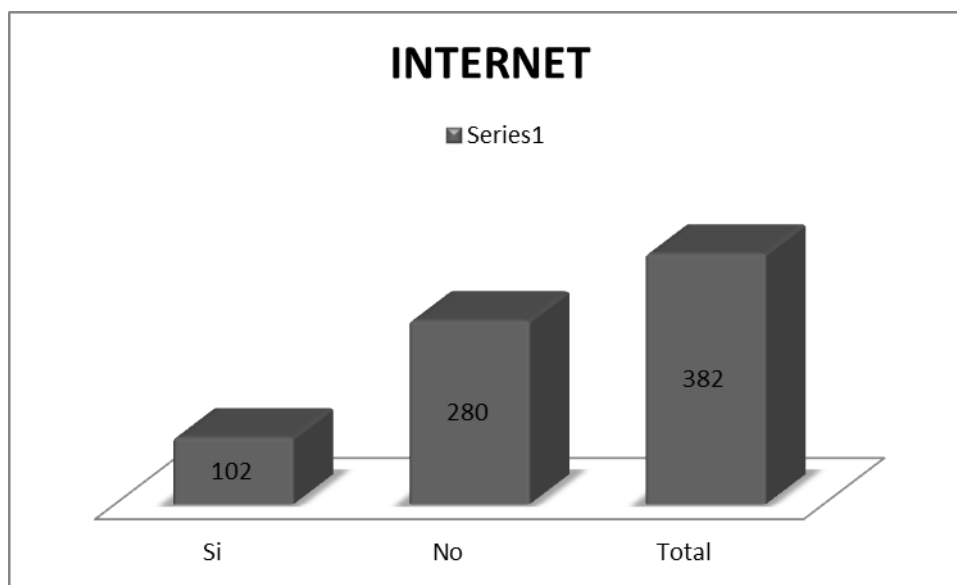
De los encuestados el 67.80%, corresponde a viviendas y el restante 32.20% a negocios. Es decir que el mayor volumen de demanda de servicio será para hogares más que para negocios.

5.- ¿Posee servicio de internet?

__ Si

__ No

Gráfico # 4.7 Posee servicio de internet



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.8 Posee servicio de internet

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	102	26.7
	No	280	73.3
	Total	382	100.0

Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

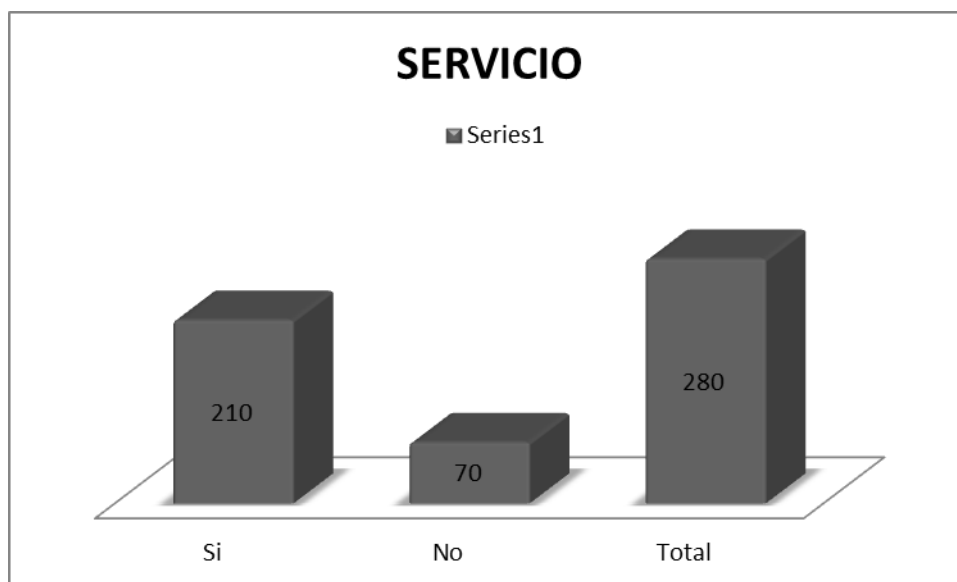
De los encuestados el 73.30%, no posee servicio de internet. Es decir se tiene un 26.70% de los encuestados que si lo tienen, este dato implica que se tiene la posibilidad de ingreso si se ofrecen un servicio distinto con un mejor precio

6.- ¿Le gustaría tener servicio de internet?

__ Si

__ No

Gráfico # 4.8 Desea el servicio de internet



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.9 Desea el servicio de internet

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos Si	210	75.0
No	70	25.0
Total	280	100.0

Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

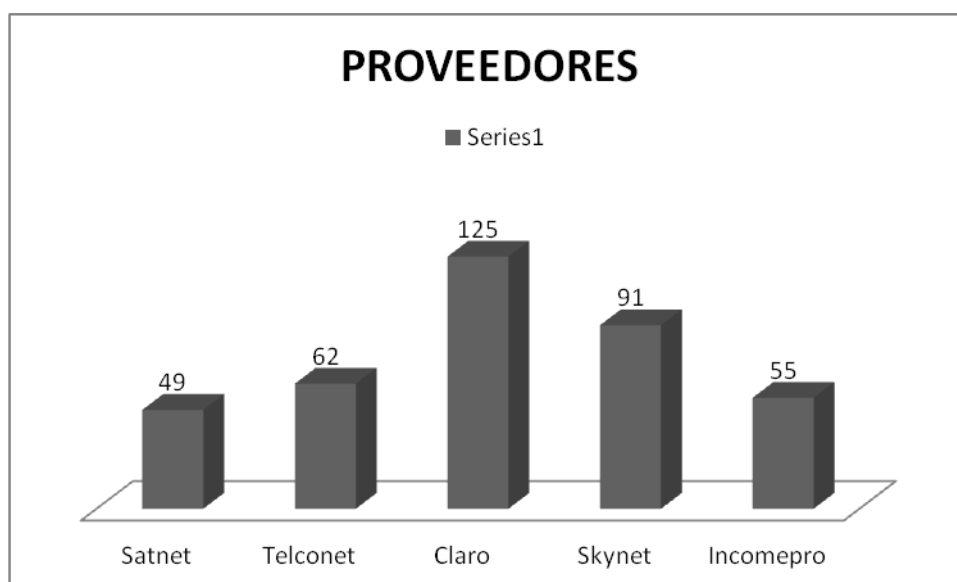
Elaborado por: Investigador en SPSS

De los encuestados el 75%, contesto afirmativamente. Esto implica un deseo en firme de tomar la decisión de contratar el servicio.

7.- ¿Qué proveedor de internet conoce o con cual tiene actualmente su servicio?

- Satnet - Quito
- Telconet - Guayaquil - Quito - Cuenca...
- Claro – Guayaquil – Quito
- Skynet
- Incomepro
- CNT

Gráfico # 4.9 Proveedores



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.10 Proveedores

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Satnet	49	12,8
	Telconet	62	16,2
	Claro	125	32,7
	Skynet	91	23,8
	Incomepro	55	14,4
	Total	382	100,0

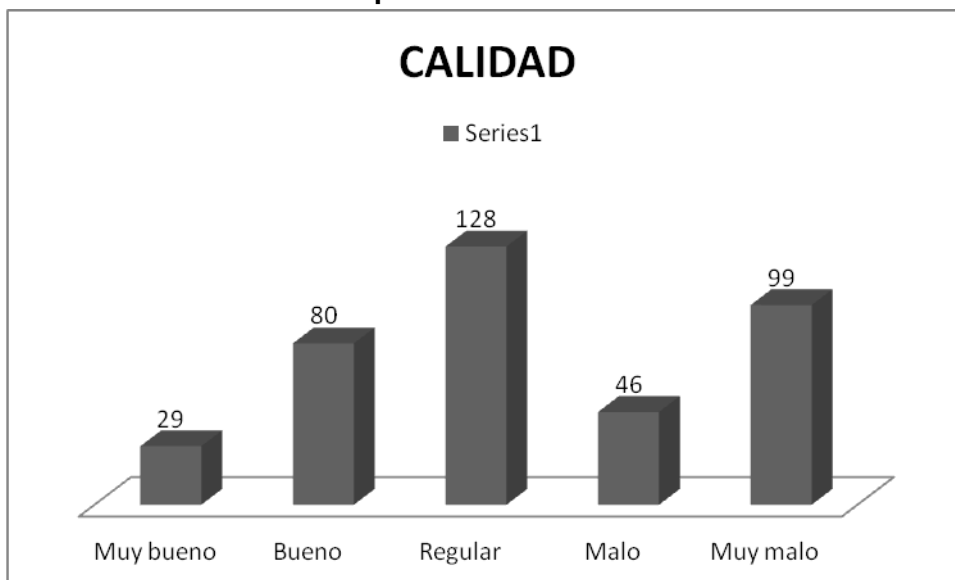
Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

De los encuestados el 32.70%, identifica o tiene servicio con CLARO y le sigue con el 23.80% la empresa Skynet.

8.- ¿Cuál es su opinión del servicio que actualmente recibe o conoce?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

Gráfico # 4.10 Opinión acerca del servicio actual



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.11 Opinión acerca del servicio actual

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy bueno	29	7,6
	Bueno	80	20,9
	Regular	128	33,5
	Malo	46	12,0
	Muy malo	99	25,9
Total		382	100,0

Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS

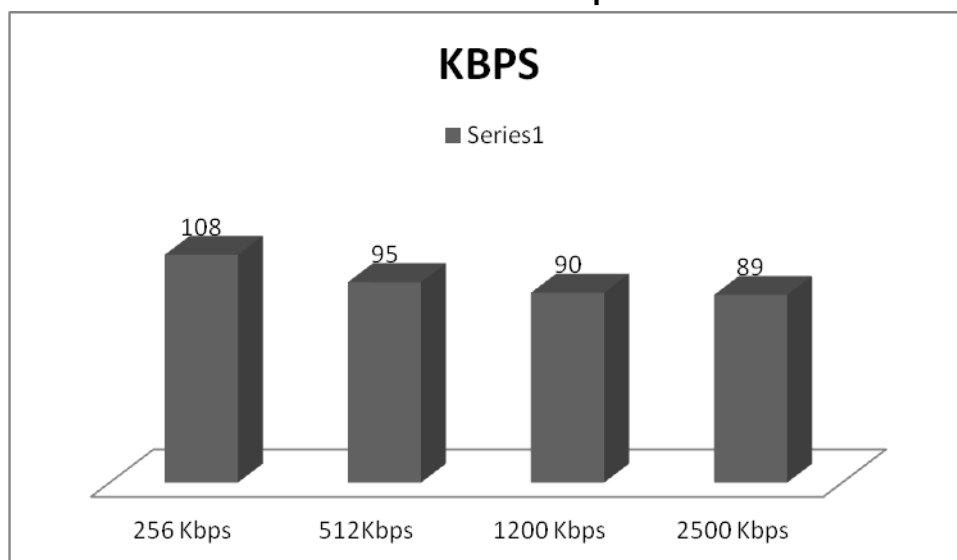
Elaborado por: Investigador en SPSS

De los encuestados el mayor porcentaje se encuentra entre regular y muy malo, con el 71.50%. Es decir que el consumidor final del producto o servicio no se siente satisfecho, esto abre las puertas al ingreso de una nueva empresa proveedora.

9.- ¿Qué plan de internet posee o le gustaría tener?

- ___ 256 Kbps
- ___ 512 Kbps
- ___ 1200 Kbps
- ___ 2500 Kbps

Gráfico # 4.11 Kbps



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.12 Kbps

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	256 Kbps	108	28,3
	512Kbps	95	24,9
	1200 Kbps	90	23,6
	2500 Kbps	89	23,3
	Total	382	100,0

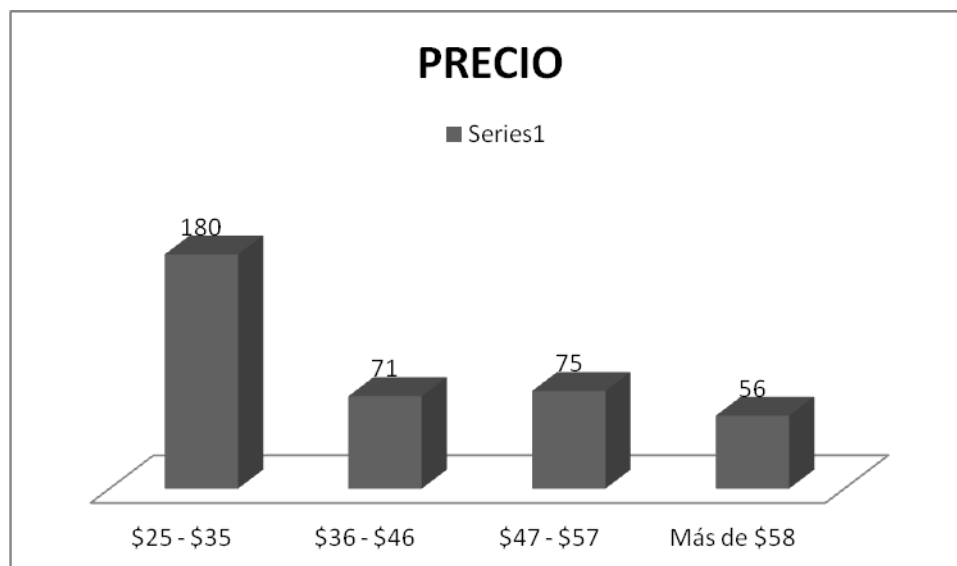
Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

De los encuestados el mayor porcentaje se encuentra con una aceptación de un servicio básico, con el 28.30%. Los servicios considerados empresariales por el volumen de Kbps, también tienen una gran aceptación entre los encuestados.

10.- ¿Cuánto paga o estaría dispuesto a pagar por un plan de internet, compartido 5:1 de mayor velocidad?

- ___ \$25 - \$35
- ___ \$36 - \$46
- ___ \$47 - \$57
- ___ Más de \$58

Gráfico # 4.12 Precio



Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

Cuadro # 4.13 Precio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	\$25 - \$35	180	47,1
	\$36 - \$46	71	18,6
	\$47 - \$57	75	19,6
	Más de \$58	56	14,7
	Total	382	100,0

Fuente: Encuestas realizadas por el investigador y tabuladas en SPSS
Elaborado por: Investigador en SPSS

De los encuestados el 47.10%, está dispuesto a pagar hasta \$35.00, por un servicio de internet y el restante 52.90% entre \$36 y mas de \$58.00.

4.9 Servicio

4.9.1 Características del Servicio

El servicio se caracteriza por tener cinco tipos de posibilidades

- 1740 Kbps
- 2048 Kbps
- 2560 Kbps
- 3584 Kbps
- 5120 Kbps

Adicional a esto la instalación será en menos de seis horas una vez firmado el contrato, durante las noches se duplicará el ancho de banda contratado, dándole así un valor agregado adicional al servicio.

4.9.2 Marca

Gráfico # 4.13 Marca



Fuente: BastidasCorp

Elaborado por: Departamento de diseño

4.10 Marketing Mix

4.10.1 Producto

El servicio que la organización ofrecerá al consumidor final, es el enlace inalámbrico de internet para domicilios o negocios. Esta direccionado para el sector de la ciudadela el Recreo, cantón Durán.

Es importante recalcar que el servicio será ofrecido de forma directa tanto en la instalación, mantenimiento y el soporte técnico. El cliente tendrá un contacto directo con la organización y se mantendrá constantemente informado sobre las promociones y las mejoras en la calidad de la señal.

4.10.2 Precio

La estrategia que más conviene a la empresa es la de **Precio Comparativo**, ya que lo que se busca es optimizar el servicio al cliente aunque

nuestro precio, sea similar al de los competidores directos. Esto nos permitirá llegar al cliente por una calidad de señal mejor y nos reconocerán como empresa por ello.

Cuadro # 4.14 Análisis de costo unitario¹⁰

ANALISIS COSTO UNITARIO		AÑO 1				
Costos directos	\$	52.138,28				
Costos indirectos	\$	60.741,78				
Depreciacion	\$	19.987,53				
Gastos Financieros	\$	6.721,49				
Costos Totales	\$	139.589,07				
Unidades anuales		4.865				
COSTOS UNITARIO	\$	28,69				
Paquete de megabytes		1,50	2,00	2,50	3,50	5,00
Precio por paquete de megabytes	\$	30,60	\$ 36,00	\$ 45,00	\$ 63,00	\$ 90,00
Utilidad unitaria por paquete de megabytes	\$	1,91	\$ 7,31	\$ 16,31	\$ 34,31	\$ 61,31
Margen unitaria		6%	20%	36%	54%	68%

Fuente: Parte financiera BastidasCorp

Elaborado por: Investigador

4.10.3 Plaza

La ubicación de la plaza del proyecto es la zona urbana del Cantón Durán¹¹. El canal de distribución está en el nivel cero ya que el producto será vendido directamente al cliente final sin el uso de intermediarios.

¹⁰ El ACU (Análisis de Costo Unitario) es un modelo matemático que adelanta el resultado, expresado en moneda, de un proyecto relacionado con una actividad económica estudiada.

¹¹ Durán es un cantón ecuatoriano en el margen este (izquierda) del río Guayas, en la provincia homónima. Está situada frente a Guayaquil, capital provincial, a la que está unida por el puente de la Unidad Nacional

4.10.4 Promoción

Cuadro # 4.15 Promoción

PLAN DE PROMOCION ANUAL													
ACTIVIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PRESUPUESTO
<u>PUBLICIDAD</u>													
FOLLETOS													\$ 1,050.00
<u>PROMOCIÓN VENTAS</u>													
DEMOSTRACIONES			\$ 50.00			\$ 50.00				\$ 50.00			\$ 150.00
ACUERDOS	\$ 87.00					\$ 87.00						\$ 87.00	\$ 261.00
REPORTES ANUALES												\$ 150.00	\$ 150.00
<u>EVENTOS EXPERIENCIAS</u>													
ACTIVIDADES CALLE		\$ 50.00		\$ 50.00					\$ 50.00				\$ 150.00
<u>RELACIONES PUBLICAS</u>													
SEMINARIOS	\$ 180.00			\$ 180.00				\$ 180.00					\$ 540.00
PUBLICACIONES		\$ 100.00		\$ 100.00			\$ 100.00			\$ 100.00		\$ 100.00	\$ 500.00
RELACIÓN COMUNIDAD													\$ 1,400.00
<u>MARKETING DIRECTO</u>													
MENSAJES CORREO													\$ 80.00
REDES SOCIALES													\$ 500.00
TOTAL DE INVERSIÓN EN ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN ANUAL													\$ 4,781.00

Fuente: BastidasCorp

Elaborado por: Investigador

La promoción será realizada a través de folletos repartidos en la zona de objeto de estudio de este proyecto y en el centro comercial de mayor concurrencia en este sector, se firmarán acuerdos con periódicos, tiendas y supermercados del sector. Las publicaciones se harán en el periódico de mayor circulación y en la página web. El correo electrónico se lo utilizará siempre ya que este es un medio de comunicación eficaz. Además se planea realizar un comercial que se difundirá en el canal interno de Durán. Es necesario el uso publicitario, en virtud de que es un medio de hacer conocer el producto y así llegar a la mayor cantidad de personas en el sector de interés.

CAPITULO V
ESTUDIO TÉCNICO

5.1 Estudio de localización

Se utilizara el método cualitativo por puntos, este Método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la Importancia que se le atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador; al comparar las tres localizaciones posibles tenemos en: Yaguachi, Durán y Playas, se procederá a calificar a cada factor de localización en una escala del uno al diez. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la Localización que acumule el mayor puntaje.

Cuadro # 5.1 Método cualitativo por punto

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTO							
		ZONA					
Factores	Peso	Yaguachi		Durán		Playas	
Acceso vial	0,35	5	1,75	9	3,15	6	2,1
Acceso tecnologico	0,15	8	1,2	6	0,9	6	0,9
Seguridad	0,2	8	1,6	7	1,4	7	1,4
Geoposicionamiento	0,1	7	0,7	8	0,8	8	0,8
Mano de obra calificada	0,2	8	1,6	9	1,8	8	1,6
TOTALES	1	6,85		8,05		6,8	

De acuerdo a este método tenemos que la mejor opción para la localización de la empresa está en el Cantón Durán, con la puntuación del 8.05.

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

5.2 Proceso Productivo

QuickServ, funciona con la siguiente mecánica:

- a. Dialogo entre el vendedor y el potencial cliente.
- b. De mutuo acuerdo el cliente y el vendedor establecen un paquete acorde a sus necesidades.
- c. Se acuerda una forma de pago.
- d. El vendedor traslada al jefe administrativo las ventas realizadas para que coordine con el jefe técnico las instalaciones.
- e. El técnico encargado de la instalación, coordina con el cliente la visita técnica.
- f. Se procede a la instalación de los equipos y a su configuración y prueba.
- g. El cliente prueba la conexión a la red y se da por terminado el proceso.

5.3 Capacidad Utilizada

5.3.1 Capacidad teórica

La capacidad teórica de la organización, esta explicada y detallan en la siguiente cuadro. QuickServ con un equipo técnico capacitado y se estima que capacidad teórica estimada sea la que se detalla en la Tabla 5.2, adicionalmente es importante mencionar que la atención a los clientes será los 7 días de la semana incluyendo feriados telefónicamente y las visitas técnicas de lunes a sábado de 8h00 a.m. a 17h00. El nivel de penetración es un dato proporcionado por la Superintendencia de Telecomunicaciones.

Cuadro # 5.2 Capacidad teórica

CAPACIDAD TEORICA	
HOGARES DE LA ZONA DE EL RECREO	13.164
NIVEL DE PENETRACION DEL SERVICIO DE INTERNET	43,00%
POTENCIALES CLIENTES	5.661

Fuente: Superintendencia de Telecomunicaciones
Elaborado por: Investigador

5.3.2 Capacidad máxima

Para proyectar la capacidad máxima de las instalaciones, equipos y personal técnico con el que cuenta QuickServ, se utiliza la información proporcionada por la empresa Nolimitservice S.A., empresa dedicada también a la distribución de internet con redes inalámbricas, de lo cual se deduce que de la penetración del 43%, equivalente a 5 661 potenciales clientes se reduce la penetración a 38%, en relación al número de técnicos disponibles, capacidad de adquisición de nuevos equipos y cobertura de la antena matriz ubicada en el sector de El Recreo.

Cuadro # 5.3 Capacidad máxima

CAPACIDAD MAXIMA	
HOGARES DE LA ZONA DE EL RECREO	13.164
NIVEL DE PENETRACION DEL SERVICIO DE INTERNET	38,00%
POTENCIALES CLIENTES	5.002

Fuente: Nolimitservice S.A.
Elaborado por: Investigador

5.3.3 Aplicando castigo

El castigo a la capacidad máxima con la que cuenta QuickServ, en función de los equipos, logística y número de técnicos, es una herramienta utilizada para reforzar los cálculos de la viabilidad financiera, es decir, si a pesar del castigo en la capacidad máxima, el proyecto sigue siendo viable, quedará demostrada su aplicabilidad en la realidad. En relación al porcentaje de castigo es un valor arbitrario determinado por el tesista, en función de su experiencia en el sector de las telecomunicaciones. Cabe destacar que aunque el castigo no sea generalmente utilizado, para los análisis, se observa que aun disminuyendo las ventas el proyecto es viable, se cuenta con un futuro negocio que tiene posibilidades.

Cuadro # 5.4 Aplicando castigo

APLICANDO CASTIGO 2,82%	
HOGARES DE LA ZONA DE EL RECREO	13.164
NIVEL DE PENETRACION DEL SERVICIO DE INTERNET	38,00%
CAPACIDAD MAXIMA	5.002
APLICANDO CASTIGO	4.865

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

5.4 Estimación de ventas

La proyección de las ventas procede del valor obtenido después del castigo que es 4,865 clientes potenciales, el valor de cada 256 Kb se desprende del costo de cada mega limpio del Clear Channel, es decir \$90.00 dividido para cuatro, lo que nos da \$22.50, este valor es limpio, pero el negocio del internet es la distribución compartida en el caso del servicio que QuickServ, brindará es 5:1, por lo que se divide los \$22.50 para cuatro lo que nos da un valor de \$4.50 por cada 256 Kb.

Cuadro # 5.5 Ventas proyectadas año 1

VENTAS PROYECTADAS AÑO 1		
DEMANDA PROYECTADA	4,865	NUMERO DE CLIENTES POTENCIALES
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA	5.00%	
COSTO DE CADA 256 Kb	\$ 4.50	
EN UN MEGABYTE EXISTE	1,024	KILOBYTES

TIPO DE CLIENTE	PAQUETES EN MEGABYTE	PAQUETES EN KILOBYTES	PRECIO	NUMERO PROMEDIO DE CLIENTES POR PAQUETE	PARTICIPACION	INGRESOS MENSUALES POR PAQUETE
RESIDENCIAL HASTA 2 MEGAS	1.70	1740.80	\$ 30.60	487	10.00%	\$ 14,887.95
	2.00	2048.00	\$ 36.00	730	15.00%	\$ 26,272.86
EMPRESARIAL MAYOR A 2 MEGAS	2.50	2560.00	\$ 45.00	2,189	45.00%	\$ 98,523.22
	3.50	3584.00	\$ 63.00	1,216	25.00%	\$ 76,629.17
	5.00	5120.00	\$ 90.00	243	5.00%	\$ 21,894.05
TOTALES				4,865	100.00%	\$ 238,207.24

Fuente: Investigador, Otecel

Elaborado por: Investigador

En relación al crecimiento del valor del Clear Channel, está en relación del 11.11% valor obtenido del proveedor Otecel S.A., Movistar. De este se desprende el crecimiento en el precio de cada 256 Kb.

Cuadro # 5.6 Ventas proyectadas año 2

VENTAS PROYECTADAS AÑO 2			
DEMANDA PROYECTADA		5,109	NUMERO DE CLIENTES POTENCIALES
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA		5.00%	
COSTO DE CADA 256 Kb	\$	5.00	
EN UN MEGABYTE EXISTE		1,024	KILOBYTES

TIPO DE CLIENTE	PAQUETES EN MEGABYTE	PAQUETES EN KILOBYTES	PRECIO	NUMERO PROMEDIO DE CLIENTES POR PAQUETE	PARTICIPACION	INGRESOS MENSUALES POR PAQUETE
RESIDENCIAL HASTA 2 MEGAS	1.70	1740.80	\$ 34.00	511	10.00%	\$ 17,369.10
	2.00	2048.00	\$ 40.00	766	15.00%	\$ 30,651.36
EMPRESARIAL MAYOR A 2 MEGAS	2.50	2560.00	\$ 50.00	2,299	45.00%	\$ 114,942.60
	3.50	3584.00	\$ 70.00	1,277	25.00%	\$ 89,399.80
	5.00	5120.00	\$ 100.00	255	5.00%	\$ 25,542.80
TOTALES				5,109	100.00%	\$ 277,905.67

Fuente: Investigador, Otecel
Elaborado por: Investigador

Para concluir el análisis de las ventas proyectadas, se debe mencionar que el valor del crecimiento de las ventas, que en el cuadro 5.5 está en el orden del 5% anual se deduce de la siguiente relación. El crecimiento promedio sin mayor incremento en la inversión está en el orden del 10% anual, valor determinado en relación a la capacidad técnica y operativa de la organización, pero la terminación de contratos ya sea por falta de pago o por decisión unilateral del cliente está en el orden de 5% anual, por lo que el tesista decide estimar el crecimiento menos la pérdida de clientes y de ahí nace el 5% anual en el crecimiento de las ventas.

Cuadro # 5.7 Ventas proyectadas año 3

VENTAS PROYECTADAS AÑO 3		
DEMANDA PROYECTADA	5,364	NUMERO DE CLIENTES POTENCIALES
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA	5.00%	
COSTO DE CADA 256 Kb	\$ 5.56	
EN UN MEGABYTE EXISTE	1,024	KILOBYTES

TIPO DE CLIENTE	PAQUETES EN MEGABYTE	PAQUETES EN KILOBYTES	PRECIO	NUMERO PROMEDIO DE CLIENTES POR PAQUETE	PARTICIPACION	INGRESOS MENSUALES POR PAQUETE
RESIDENCIAL HASTA 2 MEGAS	1.70	1740.80	\$ 37.78	536	10.00%	\$ 20,263.75
	2.00	2048.00	\$ 44.44	805	15.00%	\$ 35,759.56
EMPRESARIAL MAYOR A 2 MEGAS	2.50	2560.00	\$ 55.55	2,414	45.00%	\$ 134,098.36
	3.50	3584.00	\$ 77.78	1,341	25.00%	\$ 104,298.73
	5.00	5120.00	\$ 111.11	268	5.00%	\$ 29,799.64
TOTALES				5,364	100.00%	\$ 324,220.04

Fuente: Investigador, Otecel
Elaborado por: Investigador

CAPITULO VI
ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Costos Operativos

6.1.1 Costos Directos

Los costos directos de QuickServ, se dividen entre la compra del clear channel (Paquete de Megabytes), es decir, la compra del servicio de internet que luego distribuiremos entre los clientes y la mano de obra directa, donde se tiene el sueldo del Gerente técnico y de los asistentes técnicos, cuyo costo anual alcanza los \$ 52,138.28, ya incluyendo todos los beneficios de ley.

Cuadro # 6.1 Costos Directos

COSTOS DIRECTOS											
COMPRA DEL CLEAR CHANNEL											
DETALLE	COSTO POR MEGA	NUMERO DE MEGAS MENSUALES							COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	
CLEAR CHANNEL	\$ 90.00	\$ 25.00							\$ 2,250.00	\$ 27,000.00	
TOTAL COMPRA DEL CLEAR CHANNEL									\$ 27,000.00		
MANO DE OBRA DIRECTA											
CARGO	MONTO	CANTIDAD	COSTO NOMINA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO RESERVA 8,33%	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL BENEFICIOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GERENTE TÉCNICO	\$ 450.00	1	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 26.50	\$ 17.00	\$ 37.49	\$ 54.68	\$ 173.16	\$ 623.16	\$ 7,477.88
ASISTENTES TÉCNICOS	\$ 350.00	3	\$ 1,050.00	\$ 29.17	\$ 26.50	\$ 13.22	\$ 29.16	\$ 42.53	\$ 421.70	\$ 1,471.70	\$ 17,660.39
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA										\$ 25,138.28	
TOTAL COSTOS DIRECTOS										\$ 52,138.28	

Fuente: Investigador, Nolimitservice S.A.
Elaborado por: Investigador

6.1.2 Costos indirectos

Los costos indirectos que se valoran en el caso de QuickServ, son dos, los gastos administrativos donde se encuentran los sueldos y salarios de la parte administrativa y adicionalmente los gastos generales, donde ubicamos luz, agua, teléfono, suministros de oficina, publicidad e internet. Todos estos rubros alcanzan un costo anual de \$ 59,341.62.

Cuadro # 6.2 Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS											
GASTOS ADMINISTRATIVOS											
CARGO	MONTO	CANTIDAD	COSTO NOMINA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO RESERVA 8,33%	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL BENEFICIOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 450,00	1	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ 17,00	\$ 37,49	\$ 54,68	\$ 173,16	\$ 623,16	\$ 7.477,88
GERENTE FINANCIERO	\$ 400,00	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 15,11	\$ 33,32	\$ 48,60	\$ 156,86	\$ 556,86	\$ 6.682,34
CONTADOR	\$ 350,00	1	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 13,22	\$ 29,16	\$ 42,53	\$ 140,57	\$ 490,57	\$ 5.886,80
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	\$ 340,00	1	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 12,84	\$ 28,32	\$ 41,31	\$ 137,31	\$ 477,31	\$ 5.727,69
VENDEDOR	\$ 340,00	3	\$ 1.020,00	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 12,84	\$ 28,32	\$ 41,31	\$ 411,92	\$ 1.431,92	\$ 17.183,07
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS											\$ 42.957,78
											\$ 3.579,81
GASTOS GENERALES											
CARGO	MONTO									COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
LUZ	\$ 50,00									\$ 45,00	\$ 600,00
AGUA	\$ 27,00									\$ 27,00	\$ 324,00
TELEFONO	\$ 105,00									\$ 57,00	\$ 1.260,00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 50,00									\$ 50,00	\$ 600,00
PUBLICIDAD	\$ 1.250,00									\$ 1.250,00	\$ 15.000,00
ALQUILER OFICINA	\$ 500,00									\$ 500,00	\$ 6.000,00
TOTAL GASTOS GENERALES											\$ 17.784,00
TOTAL COSTOS INDIRECTOS											\$ 60.741,78

Fuente: Investigador, Nolimitservice S.A.

Elaborado por: Investigador

6.2 Inversión inicial

A continuación se desglosa cada uno de los activos que se requieren para poner en marcha a la organización, con sus respectivos valores unitarios y el total de la inversión inicial. El capital de trabajo considerado en la inversión, en este caso no está implementado para solventar la ausencia de ventas del primer mes, sino para apoyar en caso de un déficit en la cobertura de los costos operativos.

Cuadro # 6.3 Inversión Inicial

INVERSION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	PART%
MAQUINARIA Y EQUIPOS				
TALADRO	2	\$ 80.00	\$ 160.00	
ESCALERA INDUSTRIAL	1	\$ 50.00	\$ 50.00	
PINCHADORA	2	\$ 30.00	\$ 60.00	
NEXT/CABLE	1	\$ 100.80	\$ 100.80	
RJ45 CONECTORES	100	\$ 0.10	\$ 10.00	
MASTILES PARA ANTENAS	25	\$ 3.50	\$ 87.50	
CAJA DE HERRAMIENTA BASICA	2	\$ 60.00	\$ 120.00	
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS			\$ 588.30	1%
MUEBLES Y ENSERES				
ESCRITORIOS	10	\$ 180.00	\$ 1,800.00	
SILLAS	13	\$ 35.00	\$ 455.00	
ACONDICIONADOR DE AIRE	1	\$ 780.00	\$ 780.00	
ILUMINARIAS	8	\$ 3.50	\$ 28.00	
TELEFONOS	10	\$ 25.00	\$ 250.00	
ARCHIVADORES	5	\$ 95.00	\$ 475.00	
MESA DE REUNIONES	1	\$ 250.00	\$ 250.00	
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 4,038.00	5%
EQUIPOS DE COMPUTACION				
COMPUTADORAS PORTATILES	10	\$ 490.00	\$ 4,900.00	
IMPRESORAS	5	\$ 150.00	\$ 750.00	
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION			\$ 5,650.00	8%
TORRE DE TRANSMISION				
ESTRUCTURA METALICA	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	
ANTENAS 120"	6	\$ 302.40	\$ 1,814.40	
RADIOS MICROTIK	6	\$ 448.00	\$ 2,688.00	
INVERSOR	2	\$ 302.40	\$ 604.80	
BATERIAS SELLADAS	4	\$ 168.00	\$ 672.00	
CABLE COAXIAL	1	\$ 201.60	\$ 201.60	
CAJA	2	\$ 134.40	\$ 268.80	
TOTAL TORRE DE TRANSMISION			\$ 7,749.60	10%
EQUIPOS INALAMBRICOS				
ACCESS POINT UBIQUITI NANO STATION M5	1500	\$ 30.00	\$ 45,000.00	
TOTAL EQUIPOS REMOTOS			\$ 45,000.00	60%
SOFTWARE				
PROGRAMA DE CONTROL DE REDES INALAMBRICAS	1	\$ 200.00	\$ 140.00	
SISTEMA CONTABLE	1	\$ 450.00	\$ 450.00	
TOTAL SOFTWARE			\$ 590.00	1%
TOTAL INVERSIONES DE CAPITAL				
			\$ 63,615.90	85%
GASTOS PREOPERATIVOS				
GASTOS DE CONSTITUCION			\$ 1,500.00	
OBTENCION DE PERMISOS SUPERTEL			\$ 1,200.00	
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 5,000.00	
ADECUACIONES LOCAL			\$ 3,600.00	
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS			\$ 11,300.00	15%
TOTAL INVERSIONES DE CAPITAL Y GASTOS PREOPERATIVOS			\$ 74,915.90	100%

Fuente: Investigador, Nolimitservice S.A.

Elaborado por: Investigador

6.3 Calendario de inversión

El cuadro 6.4 se muestra el programa de inversión durante los tres años del proyecto, se considera una inversión adicional en el año 2 de maquinarias y equipos en el orden del 50% en relación con su inversión inicial, en el caso de muebles y enseres se considera una inversión adicional en el año 3, en el orden del 30% en relación con su inversión inicial, en el caso de los equipos de computación se considera una inversión adicional en el año 2, en el orden del 25% en relación con su inversión inicial, en el caso de la torre de transmisión se considera una inversión adicional en el año 3 en el orden del 50%, en relación con su inversión inicial, en el caso de los equipos inalámbricos se considera una inversión adicional en el año 1, 2 y 3 en el orden del 30% y finalmente en el caso del software se considera una inversión adicional en el año 3 en el orden del 50% en relación a su inversión inicial. Los activos no tienen valor de desecho.

Cuadro # 6.4 Calendario de inversión

INVERSION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 588.30	\$ 0.00	\$ 294.15	\$ 0.00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4,038.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,211.40
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 5,650.00	\$ 0.00	\$ 1,412.50	\$ 0.00
TORRE DE TRANSMISION	\$ 7,749.60	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 3,874.80
EQUIPOS INALAMBRICOS	\$ 45,000.00	\$ 13,500.00	\$ 13,500.00	\$ 13,500.00
SOFTWARE	\$ 590.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 295.00
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 11,300.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL INVERSIONES + GASTOS PREOP.	\$ 74,915.90	\$ 13,500.00	\$ 15,206.65	\$ 18,881.20
TOTAL ACUMULADO	\$ 74,915.90	\$ 88,415.90	\$ 103,622.55	\$ 122,503.75

ACTIVOS FJOS TOTALES	\$ 77,115.90	\$ 92,322.55	\$ 111,203.75
-----------------------------	---------------------	---------------------	----------------------

Fuente: Investigador, Nolimitservice S.A.

Elaborado por: Investigador

6.4 Tabla de depreciación

En el cuadro 6.5, se muestra la depreciación de cada activo del cuadro de inversión y la depreciación total anual del proyecto.

Cuadro # 6.5 Tabla de depreciación

DEPRECIACIÓN	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MAQUINARIA Y EQUIPOS	20%			
AÑO 1		\$ 117.66	\$ 117.66	\$ 117.66
AÑO 2			\$ 58.83	\$ 58.83
AÑO 3				\$ -
		\$ 117.66	\$ 176.49	\$ 176.49
MUEBLES Y ENSERES	10%			
AÑO 1		\$ 403.80	\$ 403.80	\$ 403.80
AÑO 2			\$ -	\$ -
AÑO 3				\$ 121.14
		\$ 403.80	\$ 403.80	\$ 524.94
EQUIPOS DE COMPUTACION	33%			
AÑO 1		\$ 1,883.15	\$ 1,883.15	\$ 1,883.15
AÑO 2			\$ 470.79	\$ 470.79
AÑO 3				\$ -
		\$ 1,883.15	\$ 2,353.93	\$ 2,353.93
TORRES DE TRANSMISION	33%			
AÑO 1		\$ 2,582.94	\$ 2,582.94	\$ 2,582.94
AÑO 2			\$ -	\$ -
AÑO 3				\$ 1,291.47
		\$ 2,582.94	\$ 2,582.94	\$ 3,874.41
EQUIPOS INALAMBRICOS	33%			
AÑO 1		\$ 14,999.99	\$ 14,999.99	\$ 14,999.99
AÑO 2			\$ 4,500.00	\$ 4,500.00
AÑO 3				\$ 4,500.00
		\$ 14,999.99	\$ 19,499.98	\$ 23,999.98
TOTAL DEPRECIACIÓN		\$ 19,987.53	\$ 25,017.14	\$ 30,929.75
TOTAL DEPRECIACIÓN ACUM		\$ 19,987.53	\$ 45,004.68	\$ 75,934.42

Fuente: Investigador, NIIF
Elaborado por: Investigador

6.5 Financiamiento

En el cuadro 6.6, se muestra el total del aporte propio y del crédito bancario, adicionalmente se detalla la fuente de financiamiento y el tipo de crédito que se otorga a QuickServ.

Banco del Pacifico, es una entidad financiera pública, que otorga créditos a nivel nacional. QuickServ, para financiar su proyecto solicitara un préstamo en la modalidad Back to Back, solicitando que los pagos sean semestrales. El préstamo será respaldado por un depósito a plazo por el mismo valor.

Cuadro # 6.6 Financiamiento

	MONTO	PARTICIPACION
APORTE PROPIO	\$ 34,915.90	46.61%
PRESTAMO	\$ 40,000.00	53.39%
TOTAL INVERSION	\$ 74,915.90	100%

BANCO	PACIFICO
TASA ANNUAL	18.00%
PLAZO EN AÑOS	3
PAGOS	SEMESTRALES
PERIODO DE GRACIA EN AÑOS	0

Fuente: Investigador, Banco del Pacifico, Ecuador

Elaborado por: Investigador

6.6 Tabla de amortización

En el cuadro 6.7, se observa un modelo de tabla de amortización con dividendo constante, con una tasa del 18% anual, con pagos semestrales a tres años sin periodos de gracia.

Cuadro # 6.7 Tabla de amortización

PRÉSTAMO	\$	40,000.00	
TASA ANUAL NOMINAL		18.00%	
TASA SEMESTRAL NOMINAL		9.00%	
PERIODO DEL PRÉSTAMO		3	AÑOS
PAGOS		SEMESTRALES	
PERIODO DE GRACIA		0	AÑO

PERIODOS	INTERESES	DIVIDENDO	AMORTIZACIÓN	SALDO DE CAPITAL
1	\$ 3,600.00	\$ 8,916.79	\$ 5,316.79	\$ 34,683.21
2	\$ 3,121.49	\$ 8,916.79	\$ 5,795.30	\$ 28,887.91
3	\$ 2,599.91	\$ 8,916.79	\$ 6,316.88	\$ 22,571.03
4	\$ 2,031.39	\$ 8,916.79	\$ 6,885.40	\$ 15,685.63
5	\$ 1,411.71	\$ 8,916.79	\$ 7,505.08	\$ 8,180.54
6	\$ 736.25	\$ 8,916.79	\$ 8,180.54	\$ 0.00
TOTALES	\$ 13,500.75	\$ 53,500.75	\$ 40,000.00	

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

CAPITULO VII
EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1 Estado de Resultado proyectado

En el cuadro 7.1, se observa el estado de resultado proyectado, la demanda proyectada en meses, en años y los ingresos anuales nacen de los Cuadros 5.4 para el año 1, Cuadros 5.5 para el año 2, Cuadros 5.6 para el año 3, además se observa una utilidad neta positiva durante los tres años proyectados. Se considera un crecimiento tanto en los costos directos e indirectos en relación a una proyección de la inflación en el periodo Enero 2014/Enero 2013, en referencia de la inflación del periodo Enero 2013/Enero 2012 de 4.16%.

Cuadro # 7.1 Estado de resultado proyectado

VARIABLES A CONSIDERAR				
INFLACION	5.12%		IMPUESTO A LA RENTA	25.00%
			PARTICIPACION TRABAJADORES	15.00%
PERIODO	0	1	2	3
DEMANDA PROYECTADA EN MESES		405	426	447
DEMANDA PROYECTADA EN AÑOS		4,865	5,109	5,364
INGRESOS ANUALES		\$ 238,207.24	\$ 277,905.67	\$ 324,220.04

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO				
PERIODOS EN AÑOS	1	2	3	
INGRESOS ANUALES	\$ 238.190,41	\$ 277.886,03	\$ 324.197,12	
COSTOS DIRECTOS	\$ (52.138,28)	\$ (54.807,75)	\$ (57.613,91)	
UTILIDAD BRUTA	\$ 186.052,13	\$ 223.078,27	\$ 266.583,21	
COSTOS INDIRECTOS	\$ (60.741,78)	\$ (63.851,75)	\$ (67.120,96)	
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 125.310,35	\$ 159.226,52	\$ 199.462,25	
DEPRECIACION	\$ (19.987,53)	\$ (25.017,14)	\$ (30.929,75)	
GASTOS FINANCIEROS	\$ (6.721,49)	\$ (4.631,30)	\$ (2.147,96)	
GASTOS AMORTIZACION DIFERIDOS	\$ (3.766,67)	\$ (3.766,67)	\$ (3.766,67)	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 94.834,67	\$ 125.811,40	\$ 162.617,88	
PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ (14.225,20)	\$ (18.871,71)	\$ (24.392,68)	
IMPUESTOS A LA RENTA	\$ (20.152,37)	\$ (26.734,92)	\$ (34.556,30)	
UTILIDAD NETA	\$ 60.457,10	\$ 80.204,77	\$ 103.668,90	

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

7.2 Flujo de caja proyectado

Se tiene un flujo neto de efectivo positivo durante los tres años proyectados, una utilidad antes de impuestos positiva, la proporción promedio entre los ingresos y los costos directos, en el orden del 22%, lo cual se considera dentro los rangos aceptados como positivo y sostenible.

Cuadro # 7.2 Flujo de caja proyectado

VARIABLES A CONSIDERAR				
INFLACION	5.12%		IMPUESTO A LA RENTA	25.00%
			PARTICIPACION TRABAJADORES	15.00%
PERIODO	0	1	2	3
DEMANDA PROYECTADA EN MESES		405	426	447
DEMANDA PROYECTADA EN AÑOS		4,865	5,109	5,364
INGRESOS ANUALES		\$ 238,207.24	\$ 277,905.67	\$ 324,220.04
FLUJO DE CAJA PROYECTADO				
PERIODOS EN AÑOS	0	1	2	3
INGRESOS ANUALES		\$ 238.190,41	\$ 277.886,03	\$ 324.197,12
COSTOS DIRECTOS		\$ (52.138,28)	\$ (54.807,75)	\$ (57.613,91)
COSTOS INDIRECTOS		\$ (60.741,78)	\$ (63.851,75)	\$ (67.120,96)
PAGO DIVIDENDO CREDITO		\$ (17.833,58)	\$ (17.833,58)	\$ (17.833,58)
ADICIONES DE ACTIVOS FIJOS		\$ (13.500,00)	\$ (15.206,65)	\$ (18.881,20)
DEPRECIACION		\$ (19.987,53)	\$ (25.017,14)	\$ (30.929,75)
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 93.976,77	\$ 126.186,29	\$ 162.747,46
PARTICIPACION TRABAJADORES		\$ (14.225,20)	\$ (18.871,71)	\$ (24.392,68)
IMPUESTOS A LA RENTA		\$ (20.152,37)	\$ (26.734,92)	\$ (34.556,30)
UTILIDAD DESPUES IMPUESTOS		\$ 59.599,20	\$ 80.579,65	\$ 103.798,48
MAS DEPRECIACION		\$ 19.987,53	\$ 25.017,14	\$ 30.929,75
APORTE PROPIO	\$ (34.915,90)			
PRESTAMO BANCARIO	\$ (40.000,00)			
FLUJO NETO EFECTIVO	\$ (74.915,90)	\$ 59.599,20	\$ 80.579,65	\$ 103.798,48
FLUJO ACUMULADO	\$ (74.915,90)	\$ (15.316,70)	\$ 65.262,96	\$ 169.061,44

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

7.3 Balance General

En el Balance General que se muestra en el cuadro 7.3, se observa un equilibrio entre los activos y los pasivos durante los tres años del balance. La estructura de capital está dada por un 23% de pasivo y un 77% de patrimonio. Se observa en los activos, que los activos fijos netos significan el 46% del total de los activos. El cálculo de capital de trabajo se realiza de la resta del activo circulante menos el pasivo circulante.

Cuadro # 7.3 Balance General

BALANCE GENERAL			
PERIODOS EN AÑOS	1	2	3
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 59.599,20	\$ 140.178,86	\$ 243.977,34
ACTIVOS FIJOS NETOS	\$ 57.128,37	\$ 47.317,87	\$ 35.269,33
ACTIVOS FIJOS	\$ 77.115,90	\$ 92.322,55	\$ 111.203,75
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ (19.987,53)	\$ (45.004,68)	\$ (75.934,42)
ACTIVOS DIFERIDOS NETOS	\$ 7.533,33	\$ 3.766,67	\$ -
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 11.300,00	\$ 11.300,00	\$ 11.300,00
AMORTIZACION DE ACTIVOS	\$ (3.766,67)	\$ (7.533,33)	\$ (11.300,00)
TOTAL ACTIVOS	\$ 124.260,91	\$ 191.263,40	\$ 279.246,67
PASIVO CORRIENTE	\$ 25.138,28	\$ 31.422,84	\$ 39.278,55
PASIVO NO CORRIENTE	\$ 28.887,91	\$ 15.685,63	\$ (0,00)
PATRIMONIO	\$ 95.373,00	\$ 175.577,77	\$ 279.246,67
APORTE DE CAPITAL	\$ 34.915,90	\$ 34.915,90	\$ 34.915,90
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 60.457,10	\$ 80.204,77	\$ 103.668,90
UTILIDAD RETENIDA	\$ -	\$ 60.457,10	\$ 140.661,87
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 124.260,91	\$ 191.263,40	\$ 279.246,67

Fuente: Investigador

Elaborado por: Investigador

7.4 Análisis de Costo Unitario

En el cuadro 7.4, se desglosa los costos directos e indirectos totales en el año 1 y con un costo unitario calculado en \$ 28.40, por paquete de servicio establecido, se divide en función de los cinco planes de servicio de internet y se obtienen los márgenes unitarios que se muestran a continuación:

Cuadro # 7.4 Análisis de Costo Unitario

ANALISIS COSTO UNITARIO		AÑO 1				
Costos directos	\$	52.138,28				
Costos indirectos	\$	60.741,78				
Depreciacion	\$	19.987,53				
Gastos Financieros	\$	6.721,49				
Costos Totales	\$	139.589,07				
Unidades anuales		4.865				
COSTOS UNITARIO	\$	28,69				
Paquete de megabytes		1,50	2,00	2,50	3,50	5,00
Precio por paquete de megabytes	\$	30,60	\$ 36,00	\$ 45,00	\$ 63,00	\$ 90,00
Utilidad unitaria por paquete de megabytes	\$	1,91	\$ 7,31	\$ 16,31	\$ 34,31	\$ 61,31
Margen unitaria		6%	20%	36%	54%	68%

Fuente: Investigador,
Elaborado por: Investigador

7.5 Análisis Financiero

7.5.1 Tasa de Rendimiento Promedio

La Tasa de Rendimiento Promedio del proyecto en función del flujo neto total y los años de inversión es del 76%, la misma que se encuentra 58 puntos porcentuales por encima de la tasa que cobra la Institución que otorga el préstamo que es de 18%, lo que significa que la TRP es positiva y reafirma la viabilidad del proyecto.

Cuadro # 7.5 Análisis de Costo Unitario

Flujo Neto Total	\$ 169.061,44
Años de inversión	3
Inversión	\$ 74.915,90
TRP	75%

Fuente: Investigador, Flujo de Caja, Inversión

Elaborado por: Investigador

7.5.2 Valor Actual Neto

En los tres años del proyecto se genera un Valor Actual Neto de \$ 92,769.09 y se invertirá en el proyecto en el periodo cero \$ 74,915.90, en virtud de un VAN positivo mayor a cero, se lo considera positivo y reafirma la viabilidad financiera del proyecto.

Cuadro # 7.6 Valor Actual Neto

PERIODO	0	1	2	3
FLUJO NETO EFECTIVO	\$ (74.915,90)	\$ 59.599,20	\$ 80.579,65	\$ 103.798,48
TASA REQUERIDA POR LOS INVERSIONISTAS	20,00%			

VAN	\$ 90.776,76
------------	---------------------

Fuente: Investigador, Flujo de Caja proyectado

Elaborado por: Investigador

7.5.5 Tasa Interna de Retorno

La tasa máxima que se podría pagar en este proyecto para que Valor Actual Neto sea cero es del 82% y la tasa que actualmente se está pagando es del 18%.

Cuadro # 7.8 Índice de rentabilidad

PERIODO	0	1	2	3
FLUJO NETO EFECTIVO	\$ (74.915,90)	\$ 59.599,20	\$ 80.579,65	\$ 103.798,48

TIR	81%
------------	------------

Fuente: Investigador, Flujo de Caja proyectado

Elaborado por: Investigador

7.5.6 Punto de equilibrio

El nivel de ventas que se debe alcanzar para cubrir los costos operativos es de \$ 75,969.70 y en relación con las ventas anuales está en el orden del 31.89%, que se considera aceptado debido a que está por debajo del 50% del promedio de las ventas anuales.

Cuadro # 7.9 Punto de Equilibrio

Costos Directos	\$ 52.138,28
Costos Indirectos	\$ 60.741,78
Ingresos anuales	\$ 238.190,41
Unidades productivas anuales	4.865

		Porcentaje sobre las ventas	Unidades anuales
Punto de equilibrio	\$ 77.763,73	32,65%	1.588

Fuente: Investigador, Flujo de Caja proyectado

Elaborado por: Investigador

7.5.7 Payback

Se estima que la recuperación de la inversión puede darse en un plazo de 2 años con 1 mes, que por estar por debajo de los 3 años del plazo máximo del crédito otorgado se considera aceptable.

Cuadro # 7.10 Payback

PERIODO	0	1	2	3
Flujo neto de efectivo	\$ (74.915,90)	\$ 59.599,20	\$ 80.579,65	\$ 103.798,48
Flujo acumulado	\$ (74.915,90)	\$ (15.316,70)	\$ 65.262,96	\$ 169.061,44
Tasa requerida por el inversionista	20,00%			

Año de recuperación	2
Diferencia con la inversión inicial	\$ 9.652,94
Flujo mensual promedio año siguiente	\$ 8.649,87
Número de meses	1
PAYBACK	2 años y 1 mes

Fuente: Investigador, Flujo de Caja proyectado
Elaborado por: Investigador

7.6 Análisis de sensibilidad

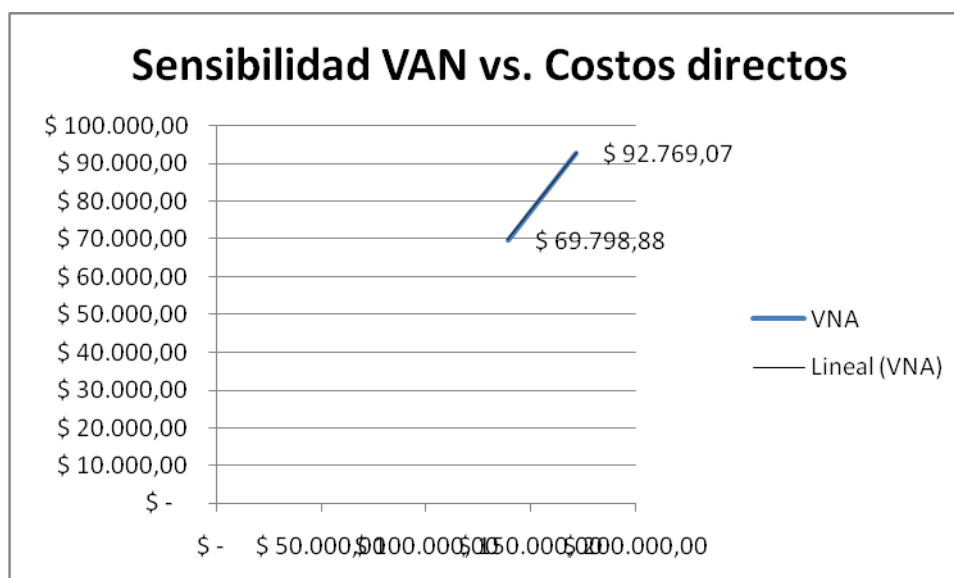
7.6.1 Incremento en el costo directo

En el cuadro 7.20, se muestra las consecuencias en el VAN, producto de un incremento no previsto del 20% en los costos directos, vinculado al incremento de los sueldos de los trabajadores por decreto de ley. Se deduce una reducción en el VAN en el orden del 24.76%.

Cuadro # 7.20 Incremento costo directo

Resumen de escenario	Valores actuales	Incremento de los Costos Directos
Celdas cambiantes:		
Incremento 20% costos directos	\$ (52,138.28)	\$ (62,565.94)
Celdas de resultado:		
Flujo acumulado	\$ 171,916.53	\$ 139,004.52
VNA	\$ 92,769.07	\$ 69,798.88

Fuente: Investigador, Flujo de Caja proyectado
Elaborado por: Investigador



7.6.2 Reducción de los ingresos

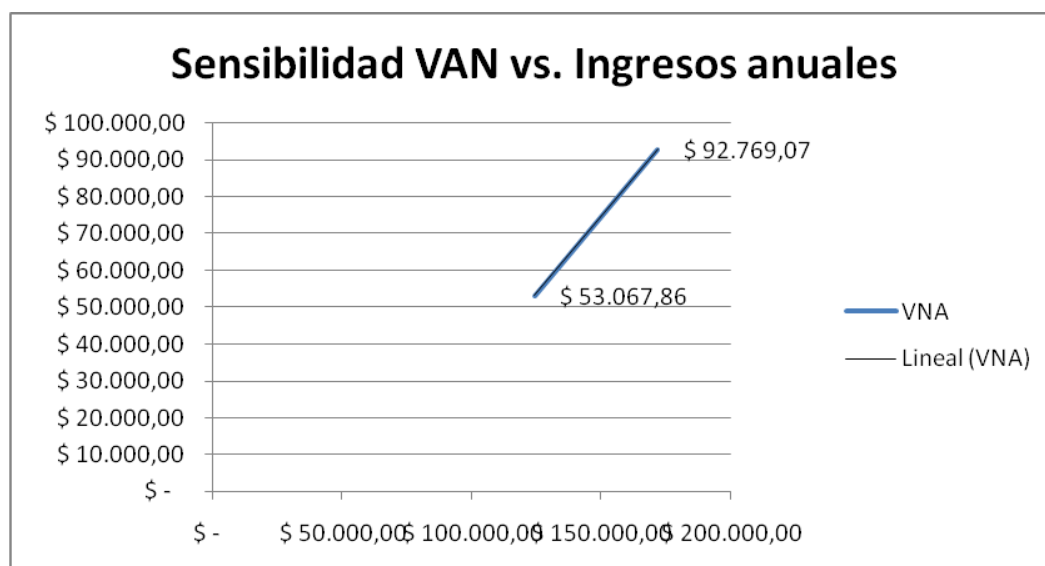
En el cuadro 6.21, se las consecuencias en el VAN, producto de una reducción no esperada del 20% en los ingresos anuales, vinculado a la reducción del número de clientes. Se deduce una reducción en el VAN, en el orden del 42.80%.

Cuadro # 7.21 Reducción de los ingresos

Resumen de escenario	Valores actuales	Reduccion de los ingresos anuales
Celdas cambiantes:		
Reducción 20% ingresos anuales	\$ 238.207,24	\$ 190.565,79
Celdas de resultado:		
Flujo acumulado	\$ 171.916,53	\$ 124.275,08
VNA	\$ 92.769,07	\$ 53.067,86

Fuente: Investigador, Flujo de Caja proyectado

Elaborado por: Investigador



7.6.3 Conclusión del Análisis de Sensibilidad

Tomando en consideración los escenarios planteados, tanto en el cuadro 6.20 y 6.21, los resultados de la variación en el VAN, se concluye que una reducción en los ingresos, afecta en un mayor porcentaje a los resultados en el VAN del proyecto, que un incremento en los costos directos.

CONCLUSIONES

- El mercado donde se desarrollan las empresas de distribución de servicio de internet en el país, a pesar de las mayores medidas de control, se encuentra en pleno crecimiento, más aun frente a la necesidad creciente en la sociedad de cada vez mayor uso del internet, mails y demás herramientas virtuales en el Ecuador. Para iniciar las operaciones en el cantón Durán QuickServ cuenta con una capacidad máxima castigada de 4,865 potenciales clientes.
- Durante la proyección de los tres años en el estado de resultado se observa que la Utilidad Operativa siempre positiva, además se posee un Flujo Neto el primer año en \$60,502.53, el segundo año en \$81,530.47 y el último año en \$104,799.43. Se posee un patrimonio positivo y creciente durante los tres años con un incremento del primero al segundo año del 84.29% y del segundo al tercer año del 58.99%.
- El margen unitario promedio obtenido del análisis de costo unitario es del 37.70% con un precio promedio de \$52.92 y con un costo unitario de \$28.40. El periodo de recuperación de la inversión inicial es de dos años con un mes, se tiene un valor actual neto positivo después de la recuperación de la inversión inicial, la rentabilidad real es de 23.83%, muy superior a la tasa del préstamo que es de 18%.
- El porcentaje de las ventas que se debe alcanzar para cubrir los costos operativos es del 31.89%, en cuanto al análisis de sensibilidad se concluye que el proyecto si es sensible a incremento en los costos, pero que para mantener la utilidad operativa, la mejor solución es un incremento en el precio.
- La parte más importante de concluir es que con los datos financieros del proyecto, QuickServ no tan solo es sostenible en el largo plazo sino que adicionalmente podemos utilizar los flujos del proyecto para crear nuevas y mejores promociones que atraigan a nuevos clientes y mantengan enganchados a los actuales.

RECOMENDACIONES

- Conociendo que el mercado potencial, consta de 4865 clientes, la meta no solo es llegar a todos ellos sino es mantenerse activo como empresa en el corto y largo plazo, para conseguirlo es necesario mantener una constante innovación de productos y servicios, que permita que el cliente perciba un servicio acorde a sus necesidades e incluso por encima de sus expectativas.
- Además de mantener un flujo neto, positivo y creciente, se requiere aplicar estrategias que permitan optimizar los recursos de la empresa, minimizando los costos, incrementando los ingresos y manteniendo una operatividad en el tiempo, siempre cuidando la imagen de la organización y la calidad en su servicio.
- Se debe cuidar el margen de utilidad del negocio, para ello es importante minimizar costos, buscando nuevos proveedores, utilizando de técnicas de instalación más eficientes y por supuesto una correcta administración del talento humano. Todo esto en suma permitirá siempre mantener márgenes de utilidad altos y apoyara al desarrollo de la organización.
- Incrementar los precios, frente a cambios en los costos operacionales aunque financieramente es la mejor alternativa para mantener el margen de utilidad, comercialmente afectaría al incremento en el número de clientes nuevos, por ello siempre se debe tener opciones en todas las áreas de la organización aplicando las economías a escala.
- Aunque financieramente todo indica que el negocio es sostenible en el largo plazo, es necesario mantener una supervisión técnica y administrativa para que siempre este coordinado la parte financiera con la comercial y así la organización cumpla con su real objetivo de prestar un servicio optimo con un costo aceptable y cumpliendo las normas técnicas de rigor.

BIBLIOGRAFÍA

- Amat, Oriol (2010). *Análisis integral de empresas*. España: Profit Editorial. Primera edición.
- Baca Urbina, Gabriel (1995). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill. Primera edición.
- Bohlander, George (2008). *Administración Estratégica* (Trad. Por Javier Arellano). México: CENGAGE Learning. Catorceava edición.
- Méndez, Rafael (2010). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Colombia: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación- ICONTEC. Primera edición.
- Novales, Alfonso (1993). *Econometría*. España: McGraw-Hill. Segunda edición.
- Pérez Carballo, Juan Francisco (1996). *Estrategia y Políticas financieras*. México: McGraw-Hill. Primera edición.
- Robbins, Stephen Coulter, Mary (2005) *Administración* (Trad. Por Marisa de Anta). México: Prentice Hall. Octava edición.
- Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo (1983). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill. Segunda edición.
- Taylor, John (1999). *Economía* (Trad. Por Julio Coro). México: Compañía editorial Continental. Primera edición.
- INEC. (2010, noviembre 30). Estadística. Retrieved julio 07, 2014, from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Telecomunicaciones, S. d. (2013, diciembre 14). Estadísticas. Retrieved julio 07, 2014, from

http://www.supertel.gob.ec/index.php?option=com_k2&view=itemlist&task=category&id=1&Itemid=90

ANEXO

Modelo del cuestionario utilizado para la encuesta

Marque con una X la respuesta que mejor le convenga.

1. Edad

17-25 26-34 35-43 44-65

2. Sexo

Hombre Mujer

3. Sector donde vive

El Recreo Vía Durán-Tambo

4. ¿Vivienda o negocio?

Vivienda Negocio

5. ¿Posee servicio de internet?

Si No

Si la respuesta es SI, ir a la pregunta 7, caso contrario continuar con la encuesta

6. ¿Le gustaría tener servicio de internet?

Si No

Si la respuesta es NO, fin de la encuesta, caso contrario continuar con la encuesta

7. ¿Qué proveedor de internet conoce o con cual tiene actualmente su servicio?

Satnet - Quito
 Telconet - Guayaquil - Quito - Cuenca...
 Claro – Guayaquil – Quito
 Skynet
 Incomepro
 CNT

8. ¿Cuál es su opinión del servicio que actualmente recibe o conoce?

Muy buena Buena Regular Mala
 Muy mala

9. ¿Qué plan de internet posee o le gustaría tener?

256 Kbps

- 512 Kbps
- 1200 Kbps
- 2500 Kbps

10. ¿Cuánto paga o estaría dispuesto a pagar por un plan de internet?

- \$15 - \$25
- \$26 - \$30
- \$31 - \$35
- Más de \$36