



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “MARIANO SAMANIEGO”**  
*El instituto católico de la frontera sur*

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN**

***TEMA***

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN  
DE UN CYBER- LIBRERÍA EN LA PARROQUIA EL LUCERO”**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA: MILADY DE LOS ÁNGELES MONCAYO PEÑA.**

**TUTOR: ING. MARÍA JEZABEL CORREA VIVANCO.**

***Cariamanga- Loja- Ecuador***

***2023***

## **CERTIFICACION**

Ing. María Jezabel Correo Vivanco.

**TUTORA DE TESIS**

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación ha sido orientado y revisado durante su ejecución ajustándose a las normas establecidas por el Instituto Superior Tecnológico “Mariano Samaniego”, por lo tanto, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Ing. Maria Jezabel Correo Vivanco.

**DIRECTORA DE TESIS**

Cariamanga, 29 de mayo de 2023

## AUTORÍA

Yo, **Milady de los Ángeles Moncayo Peña**, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación: **Plan de negocio para la implementación de un cyber-librería en la parroquia El Lucero** es de mi autoría y exclusiva y responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado fuentes correspondientes y respetado las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente.

Cariamanga, 29 mayo de 2023.

.....

**CI: 1105268732**

**Milady de los Ángeles Moncayo Peña.**

## AUTORIZACIÓN DE DERECHOS

Yo, **Milady de los Ángeles Moncayo Peña**, en calidad de autor del trabajo de investigación titulado **Plan de negocio para la implementación de un cyber-librería en la parroquia El Lucero**, autorizo al Instituto Superior Tecnológico “Mariano Samaniego “para hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte que contiene este proyecto, con fines estrictamente académicos o de investigación, los derechos que como autor me corresponden.

.....

**CI: 1105268732**

**Milady de los Ángeles Moncayo Peña.**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis a Dios a mis padres e hijo.

A Dios porque ha estado conmigo siempre guiando mis pasos y dándome el don de la fortaleza y perseverancia para alcanzar mis propósitos.

A mis padres, quienes a lo largo de mi carrera han velado por mi bienestar y mi educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se presentaba sin dudar ni un solo momento de mi inteligencia y capacidad, me brindaran su apoyo incondicional para alcanzar las metas que me propongo.

Y a mi hijo, que es mi fortaleza para seguir adelante, el amor que me brinda ha sido un pilar fundamental en mi vida, hijo eres el amor de mi vida y todo lo hago por ti y cada una mis metas serán dedicadas a ti.

Milady Moncayo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haberme guiado por el camino del bien, a mis padres por brindarme su apoyo y estar pendientes que todo me salga bien, y en especial a mi hijo por ser mi pilar fundamental para seguir adelante y con mucho amor y cariño a mis hermanos ,por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevando hasta donde estoy ahora, también agradecer a cada uno de los que son parte de mi familia, docentes, amigos que de una otra forma me brindaron su apoyo para realizar este trabajo. A la Ing. María Jezabel Correa Vivanco quien a lo largo de este tiempo me orientado con sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de mi tesis.

Milady Moncayo.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo tiene la finalidad de diseñar un plan de negocios para la implementación de un Cyber-librería en la parroquia el Lucero, de esta manera generar la gestión administrativa, motivación, compromiso y trabajo en equipo.

Para la implementación y desarrollo de este negocio, la información se obtendrá de libros, proyectos, encuestas, entrevistas a clientes, y a proveedores; y así dar solución al problema encontrado y alcanzar los objetivos planteados.

Habiendo realizado el análisis de la información requerida con los habitantes de la parroquia y elaborar un plan estratégico donde se detalla cómo será el funcionamiento del negocio, los servicios que prestará, la misión y visión, valores éticos, y objetivos; se lograra que la clientela esté al tanto de la razón de ser del local e ir hacia donde desea ir generando compromiso, responsabilidad y lealtad para el negocio que van a brindar bienestar al cliente, e ingresos para la propietaria y el empleado.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACION .....	ii
AUTORÍA.....	iii
AUTORIZACIÓN DE DERECHOS .....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO .....	vii
INTRODUCCIÓN .....	20
1. PROBLEMATIZACIÓN .....	22
1.1. Planteamiento del problema.....	22
1.1.1. Formulación de problema .....	22
1.2. Justificación .....	23
1.3. Objetivos .....	24
1.3.1. Objetivo general.....	24
1.3.2. Objetivos específicos .....	24
1.4. Hipótesis .....	25
1.4.1. Hipótesis general.....	25
1.4.2. Hipótesis específica .....	25
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27

2.2.	Métodos.....	27
2.3.	Técnicas de investigación .....	28
2.3.1.	Encuesta .....	28
2.3.2.	Población y Muestra .....	28
2.4.	Análisis y presentación de datos .....	29
3.	MARCO TEÓRICO .....	41
3.1.	Fundamentación de la teoría .....	41
3.2.	¿Qué es y para qué sirve un plan de negocios?.....	41
3.3.	Estructura general del plan de negocio .....	42
3.3.1.	¿Por qué planear?.....	42
3.4.	El ciclo de vida de un proyecto.....	42
3.5.	Tipos de planes de negocios .....	42
3.5.1.	Plan de negocio estratégico.....	42
3.5.2.	Plan de negocios operativos.....	43
3.5.3.	Plan de negocios de factibilidad .....	43
3.5.4.	Plan de negocios de crecimiento.....	43
3.5.5.	Plan de negocios para empresas en marcha.....	43
3.5.6.	Plan de negocio de nuevas empresas .....	44
3.5.7.	Plan de negocios para inversionistas.....	44
3.5.8.	Plan de negocio para Administradores .....	44

3.6.	¿Quiénes deben hacer los planes de negocio? .....	44
3.7.	Características que debe tener un plan de negocios .....	45
4.	ESTUDIO DE MERCADO .....	47
4.1.	Investigación de mercado .....	47
4.2.	Demanda .....	48
4.2.1.	Análisis de demanda .....	48
4.2.2.	Demanda real .....	48
4.2.3.	Demanda Efectiva .....	48
4.2.4.	Proyección de la demanda .....	49
4.3.	Oferta .....	49
4.3.1.	Análisis de oferta .....	49
4.3.2.	Proyección de oferta .....	50
4.3.3.	Demanda potencial insatisfecha.....	50
4.4.	Precio .....	50
4.5.	Producto .....	50
4.6.	Plaza .....	50
4.7.	Promoción .....	51
4.8.	Objetivo y Generalidades del Estudio de Mercado.....	51
4.9.	Estrategias Comerciales (marketing mix).....	51
4.9.1.	Precio .....	51

4.9.2.	Producto .....	52
4.9.3.	Plaza .....	52
4.9.4.	Promoción .....	52
4.10.	Análisis de demanda .....	52
4.11.	Demanda potencial.....	53
4.12.	Demanda real .....	53
4.13.	Demanda efectiva.....	54
4.14.	Análisis de oferta .....	56
4.15.	Demanda potencial insatisfecha.....	57
4.16.	Fundamentación conceptual.....	58
4.16.1.	Plan de negocios .....	58
4.17.	Estudio técnico.....	58
4.18.	Tamaño del proyecto.....	58
4.19.	Maquinaria y materiales para la creación del negocio “Cyber-librería” .....	61
4.20.	Estructura organizacional.....	66
4.20.1.	Organigrama funcional .....	66
4.20.2.	Organigrama posicional.....	67
4.20.3.	Organigrama estructural .....	67
4.20.4.	Análisis y descripción de puestos .....	68
4.21.	PERFIL DEL PUESTO: .....	68

4.22.	Direccionamiento estratégico.....	71
4.22.1.	Misión.....	71
Visión	.....	72
4.22.2.	Valores corporativos.....	72
4.23.	Logotipo.....	72
4.23.	Estudio económico y financiero.....	73
4.23.1.	Estudio económico .....	73
4.23.2.	Útiles y herramientas de funcionamiento.....	73
4.23.3.	Maquinaria y equipos .....	74
4.23.4.	Equipos de cómputo .....	74
4.23.5.	Muebles y enseres.....	74
4.23.6.	Servicios básicos.....	75
4.23.7.	Gastos diferidos .....	75
4.23.8.	Resumen de inversiones fijas .....	75
4.23.9.	Financiamiento .....	76
4.23.10.	Análisis de los costos.....	78
4.23.11.	Clasificación de los costos.....	83
4.24.	Evaluación financiera.....	85
4.24.1.	Flujo de caja.....	85
4.24.2.	Valor presente neto .....	86

4.24.3. Factor de descuento .....	86
4.24.4. Valor presente neto (VAN).....	86
4.24.5. Tasa interna de retorno .....	87
4.24.6. Análisis de sensibilidad .....	88
4.24.7. Beneficios costos (B/C).....	89
4.24.8. Beneficio de costo .....	92
4.24.9. Periodo de recuperación .....	92
5. CONCLUSIONES.....	95
5.1. RECOMENDACIONES.....	97
6. BIBLIOGRAFÍA.....	98
7. ANEXOS.....	104
Anexo 7.1. Modelo de la encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia El Lucero .....	104
Anexo 7.2. Evidencia de la Realización de este Plan de Negocio .....	107

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Servicio de internet.....	30
<b>Tabla 2.</b> Internet en su hogar por red de Wi-fi. ....	31
<b>Tabla 3.</b> Que medio utiliza cuando necesita el internet.....	32
<b>Tabla 4.</b> Uso de internet para navegar. ....	33
<b>Tabla 5.</b> Horas diarias.....	34
<b>Tabla 6.</b> Recargas para tener acceso a internet.....	35
<b>Tabla 7.</b> Instalación de Cyber en El Lucero .....	36
<b>Tabla 8.</b> Cyber con más servicios.....	37
<b>Tabla 9.</b> Pago por hora. ....	38
<b>Tabla 10.</b> Que espera del servicio de internet. ....	39
<b>Tabla 11.</b> Población El Lucero .....	49
<b>Tabla 12.</b> Proyección de demanda.....	53
<b>Tabla 13.</b> Demanda real.....	53
<b>Tabla 14.</b> Demanda efectiva.....	54
<b>Tabla 15:</b> Proyección de la demanda potencial, real y efectiva .....	54
<b>Tabla 16.</b> Consumo promedio anual del servicio y compra en el cyber-librería.....	55
<b>Tabla 17.</b> Demanda esperada en uso del servicio.....	56
<b>Tabla 18.</b> Análisis de oferta.....	56
<b>Tabla 19.</b> Oferta anual del servicio de cyber-librería .....	57
<b>Tabla 20.</b> Proyección de oferta.....	57
<b>Tabla 21.</b> Demanda insatisfecha.....	58
<b>Tabla 22.</b> Activo circulante y corriente .....	73
<b>Tabla 23.</b> Adecuación del local .....	74

<b>Tabla 24.</b> Maquinaria y equipos.....	74
<b>Tabla 25.</b> Equipos de cómputo .....	74
<b>Tabla 26.</b> Muebles y enseres .....	74
<b>Tabla 27.</b> Servicios básicos .....	75
<b>Tabla 28.</b> Gastos diferidos.....	75
<b>Tabla 29.</b> Resumen de inversiones fijas .....	75
<b>Tabla 30.</b> Tabla de amortización del préstamo.....	77
<b>Tabla 31.</b> Técnico en sistemas.....	79
<b>Tabla 32.</b> Costos generales anuales.....	79
<b>Tabla 33.</b> Gastos de Administración .....	80
<b>Tabla 34.</b> Gastos de venta.....	81
<b>Tabla 35.</b> Resumen costos de producción .....	81
<b>Tabla 36.</b> Resumen gastos de administración .....	81
<b>Tabla 37.</b> Resumen gastos de venta.....	82
<b>Tabla 38.</b> Intereses préstamo .....	82
<b>Tabla 39.</b> Costo unitario .....	82
<b>Tabla 40.</b> Precio de venta .....	82
<b>Tabla 41.</b> Costos fijos.....	83
<b>Tabla 42.</b> Costos variables.....	83
<b>Tabla 43.</b> Estado de pérdidas y ganancias .....	84
<b>Tabla 44.</b> Resumen ingresos, costos y gastos.....	84
<b>Tabla 45.</b> Flujo de efectivo.....	85
<b>Tabla 46.</b> Factor de descuento.....	86
<b>Tabla 47.</b> Factor de descuento total.....	86

<b>Tabla 48.</b> Valor actual neto .....	87
<b>Tabla 49.</b> Tasa interna de retorno .....	87
<b>Tabla 50.</b> Disminución del 5% de ingresos .....	88
<b>Tabla 51.</b> beneficio -costo .....	89
<b>Tabla 52.</b> VAN con disminución del 5% en los ingresos.....	89
<b>Tabla 53.</b> Disminución del 5% de ingresos .....	90
<b>Tabla 54.</b> VAN con el incremento del 5% en ingresos .....	91
<b>Tabla 55.</b> TIR con el incremento del 5% en gastos.....	91
<b>Tabla 56.</b> Resumen de ingresos y gastos .....	92
<b>Tabla 57.</b> Periodo de recuperación .....	93
<b>Tabla 58.</b> Cronograma de Actividades .....	107

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Tabla 1.</b> Servicio de internet.....	30
<b>Tabla 2.</b> Internet en su hogar por red de Wi-fi. ....	31
<b>Tabla 3.</b> Que medio utiliza cuando necesita el internet.....	32
<b>Tabla 4.</b> Uso de internet para navegar. ....	33
<b>Tabla 5.</b> Horas diarias.....	34
<b>Tabla 6.</b> Recargas para tener acceso a internet.....	35
<b>Tabla 7.</b> Instalación de Cyber en El Lucero .....	36
<b>Tabla 8.</b> Cyber con más servicios.....	37
<b>Tabla 9.</b> Pago por hora. ....	38
<b>Tabla 10.</b> Que espera del servicio de internet. ....	39
<b>Tabla 11.</b> Población El Lucero .....	49
<b>Tabla 12.</b> Proyección de demanda.....	53
<b>Tabla 13.</b> Demanda real.....	53
<b>Tabla 14.</b> Demanda efectiva.....	54
<b>Tabla 15:</b> Proyección de la demanda potencial, real y efectiva .....	54
<b>Tabla 16.</b> Consumo promedio anual del servicio y compra en el cyber-librería.....	55
<b>Tabla 17.</b> Demanda esperada en uso del servicio.....	56
<b>Tabla 18.</b> Análisis de oferta.....	56
<b>Tabla 19.</b> Oferta anual del servicio de cyber-librería.....	57
<b>Tabla 20.</b> Proyección de oferta.....	57
<b>Tabla 21.</b> Demanda insatisfecha.....	58
<b>Tabla 22.</b> Activo circulante y corriente .....	73

<b>Tabla 23.</b> Adecuación del local .....	74
<b>Tabla 24.</b> Maquinaria y equipos.....	74
<b>Tabla 25.</b> Equipos de cómputo .....	74
<b>Tabla 26.</b> Muebles y enseres .....	74
<b>Tabla 27.</b> Servicios básicos .....	75
<b>Tabla 28.</b> Gastos diferidos.....	75
<b>Tabla 29.</b> Resumen de inversiones fijas .....	75
<b>Tabla 30.</b> Tabla de amortización del préstamo.....	77
<b>Tabla 31.</b> Técnico en sistemas.....	79
<b>Tabla 32.</b> Costos generales anuales .....	79
<b>Tabla 33.</b> Gastos de Administración .....	80
<b>Tabla 34.</b> Gastos de venta.....	81
<b>Tabla 35.</b> Resumen costos de producción .....	81
<b>Tabla 36.</b> Resumen gastos de administración .....	81
<b>Tabla 37.</b> Resumen gastos de venta.....	82
<b>Tabla 38.</b> Intereses préstamo .....	82
<b>Tabla 39.</b> Costo unitario .....	82
<b>Tabla 40.</b> Precio de venta .....	82
<b>Tabla 41.</b> Costos fijos.....	83
<b>Tabla 42.</b> Costos variables.....	83
<b>Tabla 43.</b> Estado de pérdidas y ganancias .....	84
<b>Tabla 44.</b> Resumen ingresos, costos y gastos.....	84
<b>Tabla 45.</b> Flujo de efectivo.....	85
<b>Tabla 46.</b> Factor de descuento .....	86

<b>Tabla 47.</b> Factor de descuento total.....	86
<b>Tabla 48.</b> Valor actual neto .....	87
<b>Tabla 49.</b> Tasa interna de retorno .....	87
<b>Tabla 50.</b> Disminución del 5% de ingresos .....	88
<b>Tabla 51.</b> beneficio -costo .....	89
<b>Tabla 52.</b> VAN con disminución del 5% en los ingresos.....	89
<b>Tabla 53.</b> Disminución del 5% de ingresos .....	90
<b>Tabla 54.</b> VAN con el incremento del 5% en ingresos .....	91
<b>Tabla 55.</b> TIR con el incremento del 5% en gastos.....	91
<b>Tabla 56.</b> Resumen de ingresos y gastos .....	92
<b>Tabla 57.</b> Periodo de recuperación .....	93
<b>Tabla 58.</b> Cronograma de Actividades .....	107

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

“Todo el proyecto valioso requiere planificación, La planeación y el desarrollo del plan de negocios ayudarán a diseñar un plan de acción para un nuevo negocio. El plan de negocio es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos” (Viniestra, 2007, pág. 9).

La Internet fue desarrollado en los años sesenta, y utilizada por personas particulares en los años Noventa, y ahora es una herramienta dominante del mundo de la comunicación, la idea de crear un Cyber en la parroquia el Lucero, nace desde la lamentable pandemia del 2020, donde se observó las necesidades de los estudiantes, ellos tenían que salir a la ciudad de Cariamanga a imprimir y elaborar sus trabajos enviados por los docentes, también muchos de ellos tenían mucha dificultad para conectarse a las clases virtuales, las recargas móviles no le abastecían lo suficiente.

El proyecto es muy importante para el bien de la localidad ya que no cuenta con ningún negocio que preste el servicio de Cyber-librería, si bien el proyecto está orientado a satisfacer las necesidades del medio, específicamente para estudiantes y docentes de todos los niveles educativos, se considera que también favorecerá a profesionales y público en general que requiera de un servicio de tan amplio como lo es el acceso a internet.

Posteriormente el cyber-librería prestara el servicio de cómo; proyectos de grado, investigaciones, tesis, descargas de Software, impresiones, copias etc.

La librería ofrece utilices escolares, laminas, libros ,mapas ,textos literarios ,marcadores ,lápices ,esferos ,borradores ,juguetes , arreglos para cumpleaños , materiales principales .

En el estudio de mercado se especifica el servicio que se va a brindar, se analizó la demanda para lo cual se aplicó encuestas a los pobladores de la parroquia El Lucero, la base de la muestra fue de 323, también se analizó la oferta, en dónde se pudo comprobar que es muy factible y no existe competencia,

En el estudio técnico se escogió la dimensión, se consolidó el flujo del proceso y se proyectó innovar el local de maquinaria, equipos y muebles de oficina, y materiales de librería los cuales estarán instalados en dicho local.

El estudio financiero es dónde se convierte las variables del mercado y técnicas a valores monetarios, en este se consolidó el monto de la inversión para empezar con el equipamiento del local que es de 5.454,17 USD ,y para materiales de librería se utilizará 4.545,83 USD en dónde el capital equivale al préstamo de \$10,000 USD que se lo realizará en el Cooperativa de ahorro y crédito “Cariamanga”, también se conoce los costos y los ingresos que requieren en el proyecto en dónde se demostró que el proyecto es factible.

## **1. PROBLEMATIZACIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

La parroquia el Lucero perteneciente al Cantón Calvas provincia de Loja, fue creada un 03 de diciembre del año 1970, por el señor Víctor Berru presidente municipal del cantón Calvas.

Actualmente no existe un Cyber-librería, argumento necesario para idealizar tal necesidad emergente en la comunidad, con la implementación se pretende dar una solución a la falta de internet y librería.

Los principales beneficiados del presente proyecto serán los estudiantes, pese a que es una necesidad básica que en la actualidad la mayor parte de trámites y consultas se maneja a base internet, entre ellas plataformas, deberes digitales, etc.....

Finalmente brindar una solución con materiales y servicios de última tecnología fáciles de utilizar, con los mayores implementos. Además, brindar un servicio de calidad no solo a la población que habita en la parroquia sino también sus barrios más cercanos, para que de esta manera no tengan la necesidad de salir a los cantones vecinos.

#### **1.1.1. Formulación de problema**

El plan de negocio para la implementación de un Cyber-librería, en la parroquia el Lucero no se ha realizado antes en el sector, por tal razón es necesario investigar la posibilidad de la implementación para beneficio de la localidad.

Al realizar una encuesta para determinar qué tan necesario y rentable sería la implementación del proyecto, es indispensable que los habitantes ayuden con su opinión, además se cuenta con un plan estratégico de marketing y de esta manera dar la respectiva solución a las necesidades dentro y fuera de la parroquia.

## **1.2. Justificación**

El proyecto primeramente pretende dar a conocer la razón de la implementación de un Cyber-librería, que actualmente es una necesidad para la comunidad por la falta del mismo, además tomando en consideración la actual situación económica que atraviesa nuestro país, como también de cada uno de los habitantes de la parroquia, se pretende crear fuentes de trabajo, además los productos y el servicio de internet serán con precios accesibles para satisfacer las necesidades que tengan nuestros clientes y toda población.

Al innovar diferentes métodos muy importantes en la rama de administración como lo adquirido a lo largo de la formación académica en el Instituto Tecnológico Superior “Mariano Samaniego” se considera contar con la suficiente capacidad y conocimiento para crear y sacar adelante el proyecto de plan de negocios de la implementación de un nuevo negocio local.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Implementar un plan de negocios para la creación de un Cyber-librería en la parroquia El Lucero, cantón Calvas provincia Loja.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Obtención de los mejores resultados al ofrecer el servicio de internet de calidad, que satisfaga las necesidades del cliente
- Realizar un estudio de mercado que proporcione información relacionado a cyber - librería.
- Efectuar el estudio técnico que permita obtener la capacidad instalada y capacidad utilizada del proyecto y defina la macro y micro localización.
- Garantizar la permanencia en el mercado y un rápido crecimiento.
- Realizar la ingeniería del proyecto que involucre el disponible, equipos de cyber, materiales necesarios para ejecutar el proyecto; además del diseño de la planta y los flujogramas de procesos que facilitan organizar la producción.
- Desarrollar la evaluación financiera del proyecto que permita analizar su factibilidad.

## **1.4. Hipótesis**

### **1.4.1. Hipótesis general**

La implementación de un Cyber-librería en la parroquia el Lucero permite ofrecer un excelente servicio de internet y librería satisficera la demanda de acceso a internet y lectura de la comunidad local, lo que resultara en un negocio rentable y sostenible

### **1.4.2. Hipótesis especifica**

En la ubicación que será establecido el Cyber-librería será en frente del parque central de la parroquia El Lucero, es con finalidad de que las personas que requieran del servicio no tengan inconveniente para lograr ubicarse.

## CAPÍTULO II

## **2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. Materiales y métodos**

#### **Materiales**

- Suministros de oficina
- Internet
- Copiadora
- Equipos para Cyber.
- Textos
- Mostradores
- Perchas

### **2.2. Métodos**

Para el desarrollo de la investigación, primero se llevó a cabo la identificación de los objetivos que se deben cumplir dentro del proyecto de factibilidad y para ello se utilizaron:

#### **Inductivo**

Se recolectó información para poder identificar el tema de estudio, y finalmente se utilizó una encuesta y descubrir que tan importante es el proyecto.

#### **Científico**

Que se lo utilizó para poder estructurar el proyecto.

#### **Deductivo**

Se pudo identificar el problema de estudio.

## **2.3. Técnicas de investigación**

### **2.3.1. Encuesta**

Por medio de un cuestionario a los posibles clientes del Cyber-librería. Se aplicó la encuesta a la población de la parroquia el Lucero, para conocer qué tan factible es la creación del negocio.

### **2.3.2. Población y Muestra**

#### **Población**

La población tomada está dirigida para la parroquia El Lucero, Cantón Calvas, provincia Loja.

Según (INEC, 2022) Se toma la información del consejo nacional de censo del Ecuador, del año 2010, Cantón Calvas, la población de parroquia el Lucero es 460 personas la tasa de crecimiento de 2,65%, Los datos se los obtuvo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del año 2010”

En el año 2022 la población aumenta a 2025 habitantes en la parroquia. La proyección de la población hasta el año 2027, tomando en cuenta que el proyecto será para 5 años de vida útil.

#### **Muestra**

Se determinó la muestra, tomando el número de la proyección de la población de la parroquia el Lucero del año 2022 que representa a 2025 personas que habitan este sector que incluye 1037 hombres y 988 mujeres de toda edad; este resultado se dividió para 4 como promedio por familia dando un promedio 322,5 redondeado 323 son las encuestas que se realizaran.

Este hecho se da por la capacidad de acceso a la tecnología, y a su manejo, al conocimiento, comunicación y nivel educativo, que permite su adecuado uso.

Para comprobar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

**En donde:**

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Total de la población

**P**= Probabilidad de éxito (50%) 0,5 →

**Q**= Probabilidad de fracaso (50%) 0,5 →

**Z**= Nivel de confianza (95%) 1.95 →

**E**= Error experimental (5%) 0,05 →

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

$$n = \frac{2025 (1,96)^2 (0,50)(0,50)}{(2025-1) 0,05^2 + 1,96^2 (0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{2025(3,8416)(0,25)}{2024(0,0025) + (3,8416) (0,25)}$$

$$n = \frac{1944,81}{5,06+0,9604}$$

$$n = \frac{1944,81}{6,0204}$$

$$n = 323,03$$

$$n = 323.$$

#### 2.4. Análisis y presentación de datos

Los datos obtenidos luego de aplicar la encuesta a 323 personas de la parroquia el

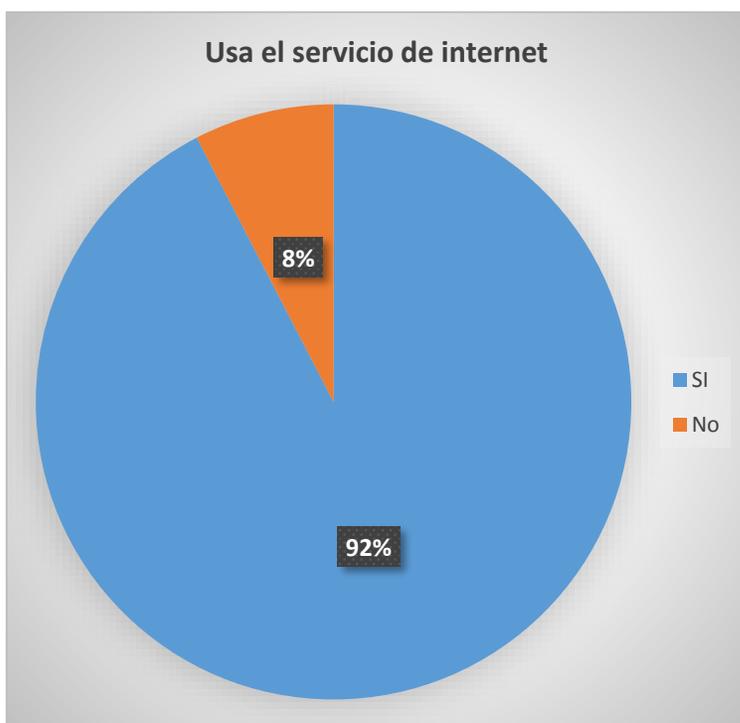
Lucero, donde los resultados fueron:

## 1. ¿Usa usted el servicio de internet?

**Tabla 1.** Servicio de internet.

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	92,4%
No	23	7,6%
<b>TOTAL</b>	<b>323</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los Pobladores de El Lucero.  
**Elaborado por:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.



**Figura 1.** Uso del servicio de internet

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.  
**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

**Análisis:** De las 323 encuestas aplicadas, para conocer si la población de El Lucero usa internet, 300 personas dicen que si lo que corresponde al 92,29% y 23 personas no utilizan internet, que sería el 7,71% determinando de esta manera que la mayor parte de la población tiene la necesidad de usar Internet para sus diferentes actividades diarias.

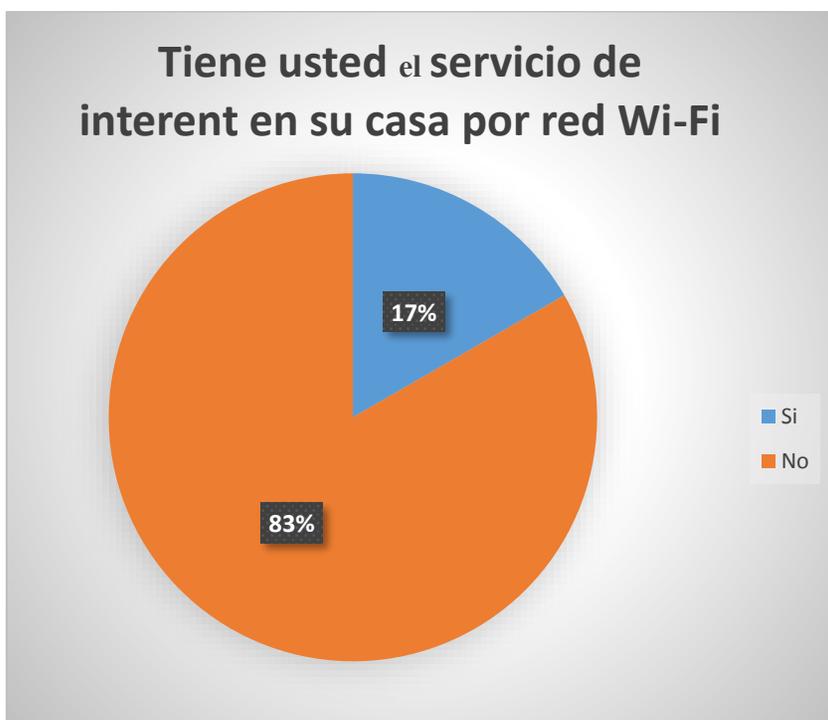
## 2. ¿Tiene usted el servicio de internet en su hogar por la red de Wi-fi?

**Tabla 2.** Internet en su hogar por red de Wi-fi.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	16,67%
No	250	83,33%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña ,Milady de los Angeles .



**Figura 2.** Uso de internet por Wi-Fi

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

**Análisis:** De las 300 personas encuestadas que dicen que, si utilizan el internet, el 16,67% que corresponde a 50 personas, tienen internet en su casa, mientras que 250 personas con el 83,33% no cuenta con internet en sus casas, al observar que la mayoría de la población no cuenta con servicio de red Wi-fi me motiva mucho más a la implementación del Cyber.

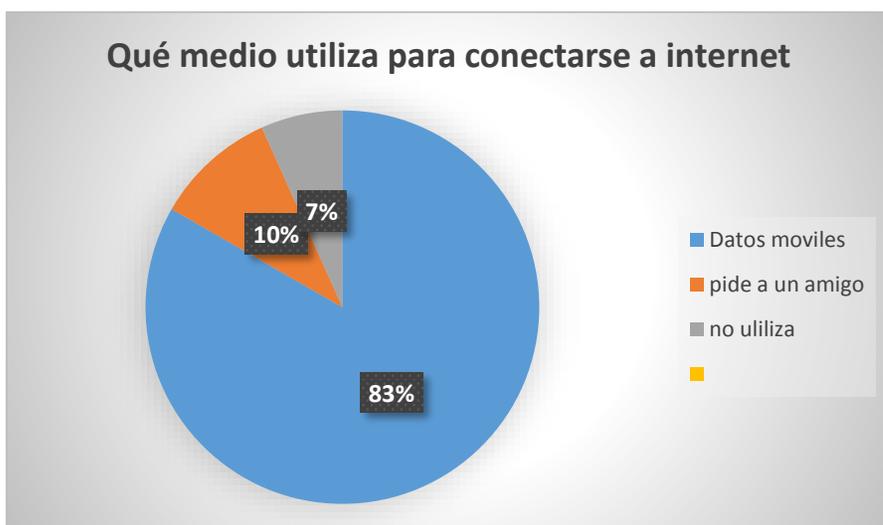
### 3. ¿Cuándo usted necesita utilizar el internet porque medio lo hace?

**Tabla 3.** Que medio utiliza cuando necesita el internet

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Uso de datos móviles mediante recargas	250	83,33%
Pide a un amigo o familiar	30	10%
No utiliza	20	6.7%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña ,Milady de los Angeles.



**Figura 3.** Medio que utiliza para navegar

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

**Análisis:** Seguido con la encuesta a las 300 personas en la parroquia El Lucero, utilizan el servicio de internet con datos móviles mediante recarga 250 personas que equivale al 83,33%, y 30 personas manifiestan que piden el servicio de internet a sus amigos y familiares corresponde 10%, mientras 20 personas dicen que no utilizan el internet con el 6,7%, observamos que la mayoría de la población utiliza datos móviles manifiestan que tienen mucho gasto utilizando recargas.

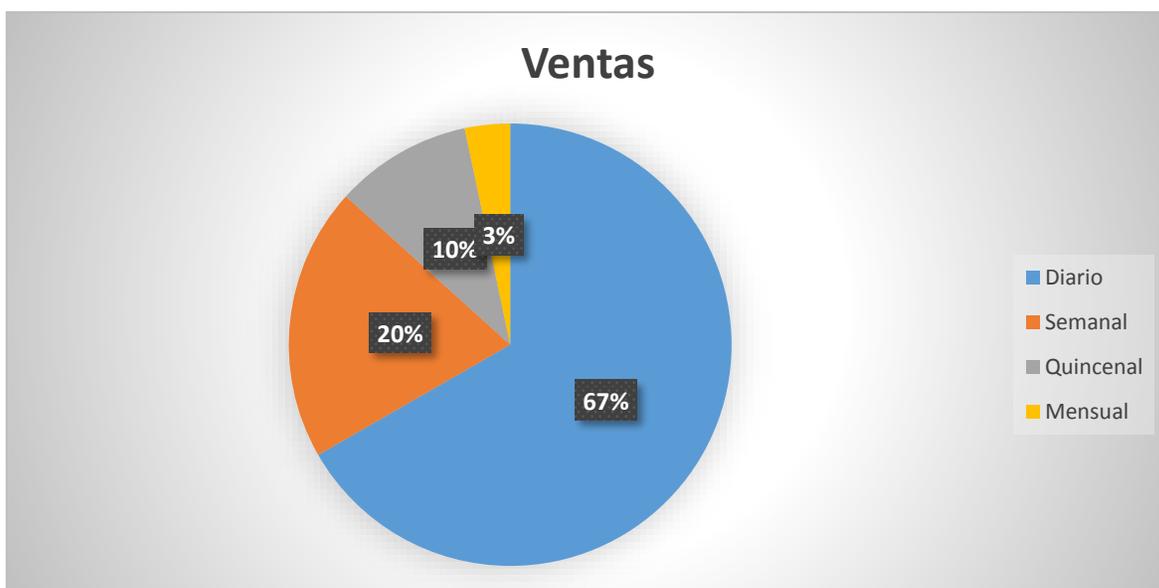
#### 4. ¿Con que frecuencia usted usa el internet para navegar?

**Tabla 4.** Uso de internet para navegar.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	200	66,70%
Semanal	60	20%
Quincenal	30	10%
Mensual	10	3,3%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los posibles clientes cyber-librería

**Elaborado Por:** Moncayo Peña ,Milady de los Angeles .



**Figura 4.** Uso de internet para navegar

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

**Análisis:** De acuerdo con la frecuencia de las 300 personas que utilizan internet para navegar respondieron que 200 personas con el 66,7% usan internet diariamente, 60 personas que corresponde 20% lo usan semanalmente y 30 personas con el 10% utilizan este servicio quincenalmente 10 personas que pertenece 3,3%, por lo que se puede observar en las respuestas que diariamente utilizan más el servicio de internet para navegar.

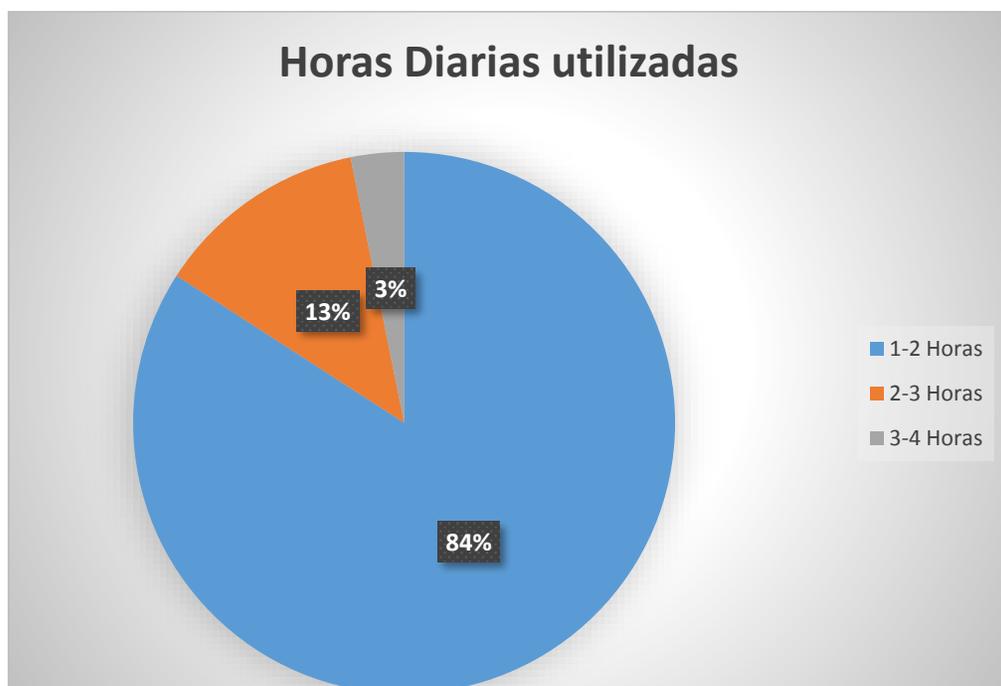
## 5. ¿Cuántas horas diarias utiliza usted el servicio de internet?

**Tabla 5.** Horas diarias

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 a 1 hora	250	83,33%
1 a 2 horas	40	13,3%
2 a 3 horas	10	3,3%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles



**Figura 5.** horas diarias utilizadas.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de el Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles

**Análisis:** Con respecto a la pregunta de cuantas horas utiliza internet 250 personas dicen que usan de 0 a 1 hora diarias que corresponde el 83,33%, de 1 a 2 horas diarias usan 40 personas equivale al 13,33%, y de 2 a 3 horas 10 personas con el 3,3%, se observó que los habitantes usan el internet diario de 0-1 hora con más frecuencia.

**6. ¿Cuánto gasta diariamente en recargas a su celular para poder tener acceso a internet?**

**Tabla 6.** Recargas para tener acceso a internet

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$5-10	250	83,33%
\$10-20	50	16,67%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.



**Figura 6.** Recargas diarias

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de el Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles

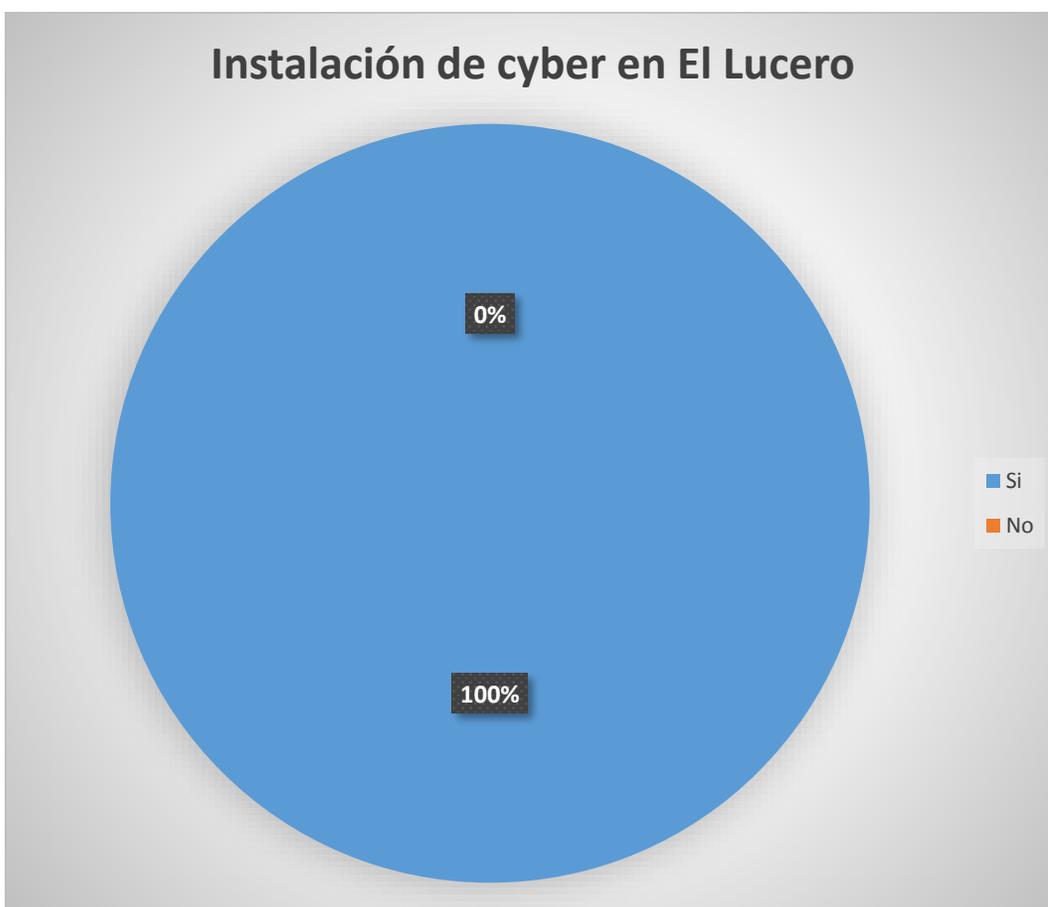
**Análisis:** De acuerdo con la pregunta de las recargas realizadas diarias para navegar con internet de \$5 y\$10 ,250 personas responden que utilizan diariamente con el 83,33%, y de \$10 y\$20 recargan 50 personas que respondieron al 16,67%, aseguran que gastan mucho realizando recargas de 5 y10 dólares.

**7. ¿Si en la parroquia el Lucero se instalara un Cyber que brinde los servicios que usted necesite, estaría dispuesto a usarlo?**

**Tabla 7.** Instalación de Cyber en El Lucero

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	300	100%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de el Lucero.  
**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.



**Figura 7.** Instalación de cyber en El Lucero.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de el Lucero.  
**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

**Análisis:** De acuerdo a la encuestas si estan de acuerdo con la instalacion del cyber en la parroquia ,las 300 personas responden que si estan de acuerdo con el 100% , se observa de acuerdo a la encuesta que si tienen a bien el servicio de internet.

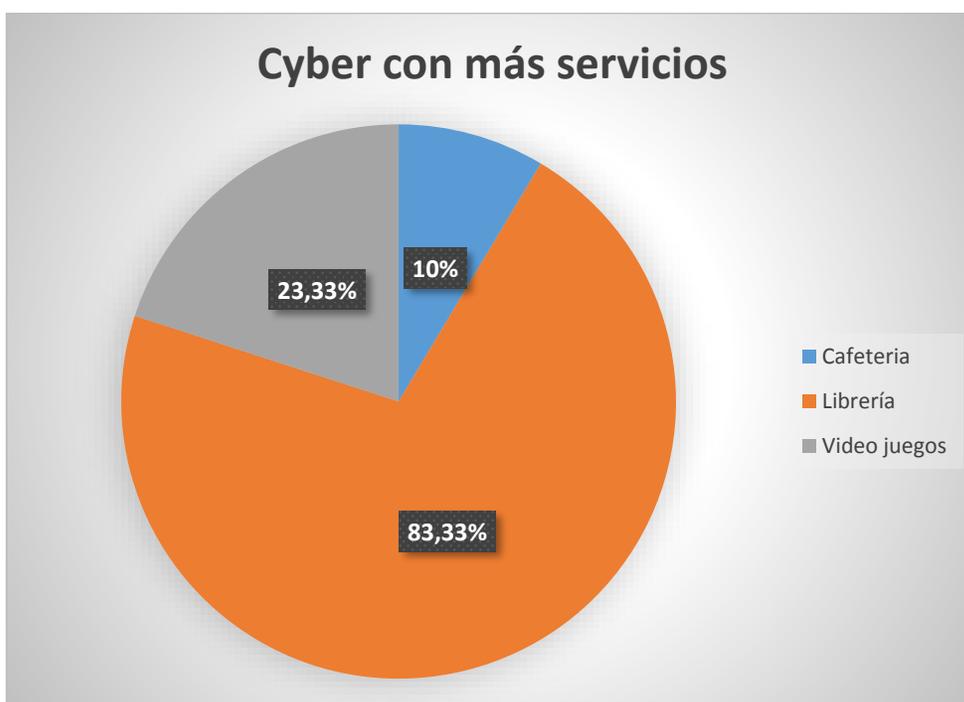
## 8. ¿Qué más servicios debería tener un Cyber?

**Tabla 8.** Cyber con más servicios.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cafetería	30	10,00%
Librería	250	83,33%
Video juegos	70	23,33%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.



**Figura 8.** Cyber con más servicios.

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

**Análisis:** Según los datos obtenidos de la encuesta podemos apreciar que 30 personas con el 10% les gustaría un Cyber-café, 250 personas opinan que el nuevo Cyber cuente con librería con el 83,33% mientras que 70 personas con el 23,33% desean un Cyber con video juegos, la mayoría de la población opinan que el Cyber-librería es más útil en la parroquia porque la mayor parte de la población son estudiantes y docentes.

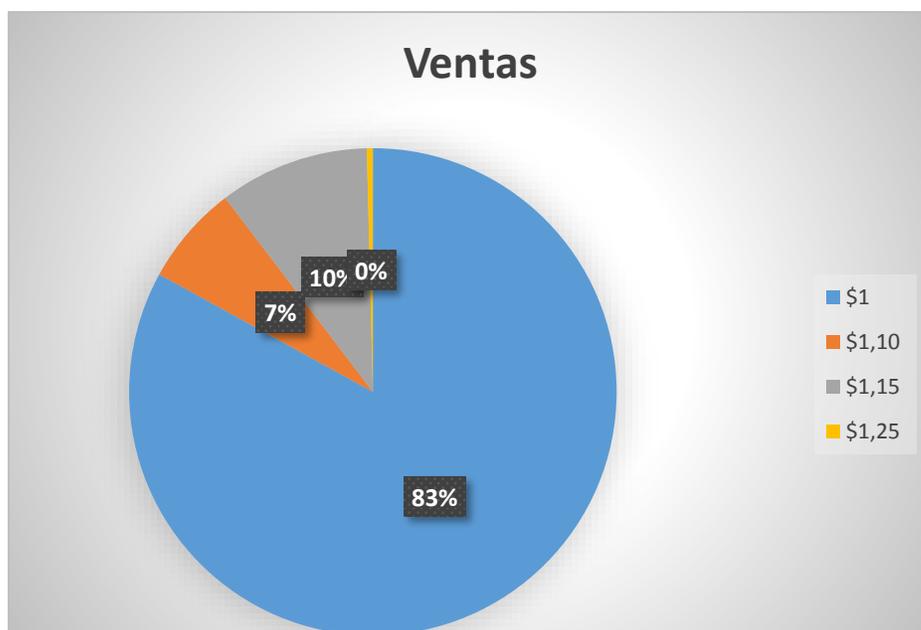
## 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la hora del servicio de internet en un Cyber?

**Tabla 9.** Pago por hora.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1	250	83,33%
\$1,10	20	6,70%
\$1,15	30	10,00%
\$1,25	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de El Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña , Milady de los Angeles.



**Figura 9.** Pago por hora en cyber-librería

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de el Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles

**Análisis:** En lo referente al precio, 250 encuestados que corresponde al 83,33% les gustaría que el precio del servicio de internet sea de \$ 1 dólar, 20 personas con el 6,70 % quieren que el precio sea de \$1,10 centavos, 30 personas con el 10% prefieren que el precio sea de \$1,15 centavos y con el precio de \$1,25 centavos ninguna persona está de acuerdo, según los resultados los pobladores buscan lo más económico que sea el precio, por lo que por hora será de \$1 dólar.

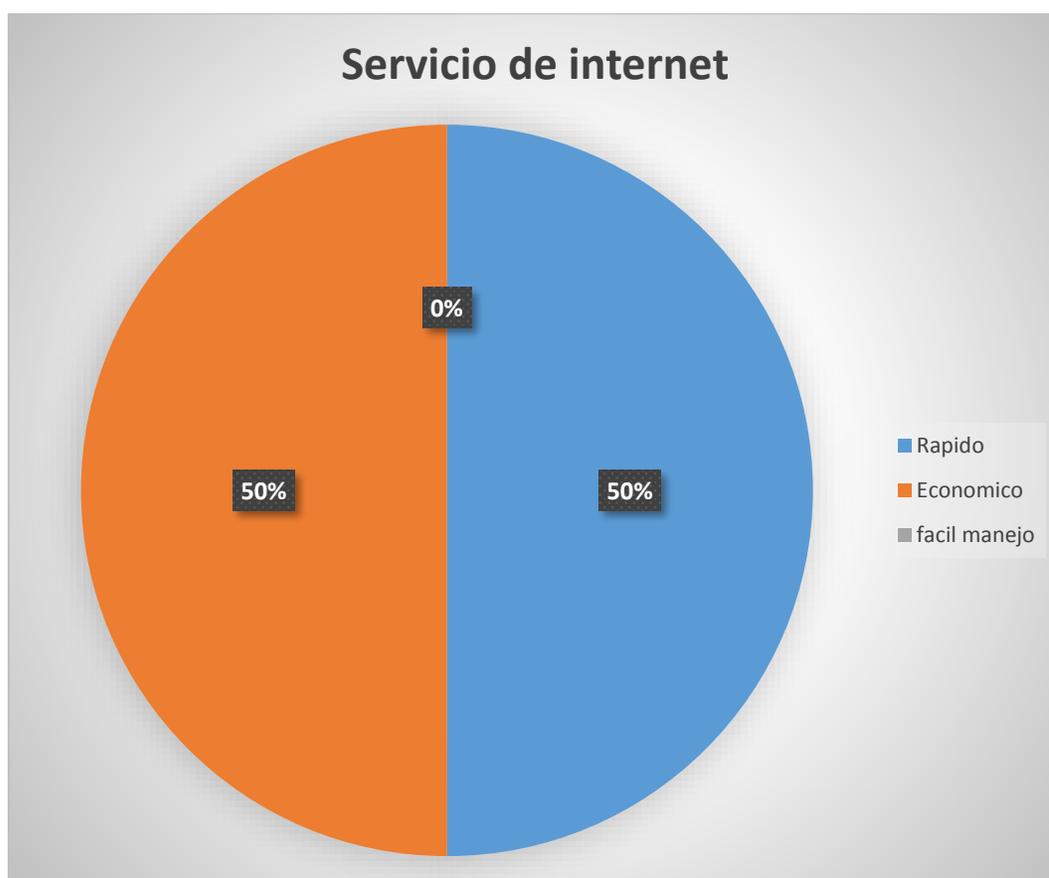
## 10. ¿Qué espera del servicio de internet? Marque una opción

**Tabla 10.** Que espera del servicio de internet.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rápido	150	50%
Económico	150	50%
Fácil manejo	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los posibles clientes del cyber-librería.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña , Milady de los Angeles.



**Figura 10.** Servicio de internet

**Fuente:** Encuesta aplicada a los pobladores de el Lucero.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles

**Análisis:** En cuanto a esta pregunta de qué espera del servicio de internet 150 personas con el 50% desean que el internet sea rápido y también 150 personas que representan al 50% desea que el servicio de internet sea económico, la población busca contar con el servicio de internet rápido y económico.

# CAPÍTULO III

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. Fundamentación de la teoría**

“**De acuerdo con**” (Stutely, 2000, pág. 56). “Actualmente en las empresas de servicios deben tener una meta para a lo largo del proceso desarrollen estrategias que les accedan a la competencia, de un momento a otro la globalización habrá el entorno en que se desenvuelvan las empresas”.

En épocas el crecimiento puede considerarse fácil, pero en otras se admite un reto importante. Encontrar el camino adecuado que cada empresa requiere para un análisis detallado del mercado y mercados anexos, de los competidores y productos sustitutivos, complementarios y por supuesto de la empresa, su análisis situacional y estratégico.

Sin embargo (Garat & Sanchez Moreno, 2019) , “el plan de Negocio se define como el documento que expresa el contenido del proyecto empresarial que pretende poner en marcha cada uno de lo planeado durante el procedimiento del plan empresarial. En la misma dirección los resultados del estudio”. (Garat & Sanchez Moreno, 2019) . “Aumento de bienes y servicios que los emprendedores están dispuestos a vender y comprar en el mercado a un precio determinado y factible”.

#### **3.2. ¿Qué es y para qué sirve un plan de negocios?**

“El plan de negocios nos permite valorar la variabilidad de un proyecto teniendo en cuenta las características del mercado y el plan de marketing que va a realizar, y nos sirve para utilizar normalmente para la creación en una nueva empresa.” (Loreda, 2015, pág. 11 y 15).

### **3.3. Estructura general del plan de negocio**

#### **3.3.1. ¿Por qué planear?**

“Según (Thompson, 2017). La planeación incrementa la posibilidad que gran parte de las actividades planeadas a futuro, sean recursos en la organización sea transformadas en utilidades para el negocio, Así también nos permite generar objetivos a corto o largo plazo”.

#### **¿De dónde surgen las ideas de negocio?**

“Todo proyecto de empresas se desarrolla en torno a una idea, que surge de acuerdo con los emprendedores notando la necesidad que adquiere la localidad y nace una oportunidad de negocio y se da el surgimiento de las ideas para crear una empresa .”

(Albares & Laura, 2019)

### **3.4. El ciclo de vida de un proyecto**

“Según la investigación” (Alvares, 2021).El ciclo de vida de un proyecto suele desglosarse en cuatro fases: **iniciación, planificación ejecución, y cierre**. Estas fases conforman el recorrido de un proyecto de principio a fin”.

“También se dice que las organizaciones suelen identificar un conjunto de ciclos de vida específicos para emplearlos en sus proyectos, se definen que cual es el trabajo técnico para realizar cada fase, cuando deben realizar el control de la aprobación.” (Alvares, 2021).

### **3.5. Tipos de planes de negocios**

#### **3.5.1. Plan de negocio estratégico**

El plan de negocio estratégico tiene como fin mostrar la visión del emprendedor, y así hablar de la rentabilidad del proyecto e inspirar confianza a los posibles inversionistas, por lo regular, delinea el proyecto a lo largo, en vez de enfocarse en un año o un periodo mediano.

### **3.5.2. Plan de negocios operativos**

Un plan de negocios operativos tiene el enfoque en la viabilidad de las operaciones y como deben organizarse conforme con un objetivo, casi siempre financiero. Lo importante de este plan de negocios que permite que a las compañías con su trayectoria inscribir sus prácticas y delimita la responsabilidad en cada una de ellas.

### **3.5.3. Plan de negocios de factibilidad**

Un plan de negocios de factibilidad está enfocado en el mercado, posible demanda y rentabilidad futura. Por lo regular, es utilizado por Strauss que busca una amplia inversión inicial, la promesa lleva dentro del mercado ayuda a innovar el nuevo producto.

### **3.5.4. Plan de negocios de crecimiento**

“Tiene como objetivo principal mostrar las nuevas oportunidades dentro del negocio recibe el financiamiento y capacitación necesario o si obtiene una alianza adecuada. Debe ser tentador para los interlocutores al mostrar que ganarían al apostar al crecimiento de una empresa ya establecida” (Alejandro,Lenis, 2022).

### **3.5.5. Plan de negocios para empresas en marcha**

Evalúa el nuevo método de negocio de manera autónoma y además deberán comerciar los costos fijos de toda la empresa. Es muy usual encontrar que, a las nuevas ideas de negocios en ámbito administrativo, pues consideran que dichos costos ya son cubiertos por la empresa que ya está en marcha, por otro lado, se determina el plan de negocio para una empresa en marcha compensará mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa. (Carrasco, 2017).

### **3.5.6. Plan de negocio de nuevas empresas**

“Te permite definir las estrategias y metas necesarias para alcanzar beneficios económicos reales.

Es una herramienta clave para atraer inversionistas o solicitar financiamiento porque, con este documento, puedes sustentar tu negocio de cara a otras instituciones y públicos” (Banco de Pichincha, 2020).

### **3.5.7. Plan de negocios para inversionistas**

El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. por ello es importante que el documento incorpore toda la información necesaria sobre la idea o empresa en marcha y, sobre todo, datos relevantes que determinen la falibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta. (Antonio, 2020).

### **3.5.8. Plan de negocio para Administradores**

Contiene el nivel necesario para guiar las operaciones de la empresa, este plan suele contener mayor nivel detallado, muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los presupuestos de todas las áreas funcionales en las empresas. Mientras tanto el plan de negocios para los inversionistas no sobrepasa las 30 hojas, el plan de negocios operativo suele tener una gran extensión de 50 a 100 páginas, y midiendo la capacidad y obedeciendo de la complejidad de los negocios. (Antonio, 2020).

## **3.6. ¿Quiénes deben hacer los planes de negocio?**

Por lo tanto, cada persona emprendedora debe hacer el plan de su negocio. Un Plan de su negocio es trazar un mapa para lograr éxito empresarial y su actividad productiva y guía con sus planes a futuro.

### 3.7. Características que debe tener un plan de negocios

**Eficaz:** “Corresponde ni más ni menos, todo aquello que un imprevisto inversor para darse a conocer.

**Estructurado:** Consiste en una estructura simple y clara que permita ser seguido y reconocida fácilmente.

**Comprensible:** “Ha de resultar de fácil comprensión. Debe estar escrito con claridad y vocabulario preciso, evitando conceptos técnicos” (Ealde, 2019).

# CAPÍTULO IV

## **4. ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.1. Investigación de mercado**

La presente tesis trata sobre un plan de negocio de implementación de un “Cyber-librería “en la parroquia el Lucero cantón Calvas provincia Loja, debido a las necesidades que requieren los habitantes que viven en La parroquia el Lucero ya que en la actualidad está afectada por un factor tecnológico que cada día crece y con el transcurso del tiempo se crean nuevas formas de comunicaciones, nuevos equipos tecnológicos, por lo tanto este proyecto permitirá aplicar todos los conocimientos adquiridos en la lapa de la carrera con el fin de satisfacer las necesidades de los estudiantes, docentes y público en general .

De esta manera satisfacer las necesidades en cuanto al uso de internet y materiales de librería, que mediante la encuesta se visualiza a aceptación favorable para el presente y futuro; y esperando que todo esfuerzo sirva de apoyo a la parroquial y comunidades, conseguiremos a través del estudio de mercado adecuado, la elaboración de planes de financiamiento, planes estratégicos, y a futuro una visión más amplia de la realidad como se manejara la implementación del cyber-librería en la parroquia El Lucero.

Construyendo un estudio de mercado aplicando técnicas y estrategias de investigación, que permita conocer la oferta como la demanda y precios con los cuales se trabajara, al realizar un estudio técnico que admita hacer un análisis de factibilidad y conocer si el proyecto a realizarse tendrá éxito, con un análisis económico-financiero teniendo la finalidad de conocer la realización de la propuesta ,además poder implementar valores corporativos como visión y misión pilares fundamentales para iniciar un negocio y finalmente llevar a cabo el proyecto .

Para esta investigación se considerará dos tipos de estudios y son las siguientes:

**Exploratoria:** “consiste en investigar sobre la situación que se va a manejar en la creación del negocio Cyber-Librería, tomando en cuenta los criterios internos como externos y así poder tener unas ideas más claras sobre el plan que se debe realizar”

**Descriptiva:** “mediante esta herramienta sabremos que tanto el factor interno como externo son piezas claves para describir un mercado funcional que permita elaborar un plan de negocio la marcha de acuerdo con los objetivos ya planteados por parte de la empresa” (Zanbrano, 2018).

## **4.2. Demanda**

“La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que se pueden adquirir al momento de crear el negocio “Cyber-Librería” con los diferentes precios del mercado por los consumidores y proveedores, puede ser una demanda individual o demanda total o de mercado en un momento determinado” (Peiro, 2015).

### **4.2.1. Análisis de demanda**

“El análisis de demanda es el proceso que se seguirá en la demanda y esta manera la clientela eligen el producto o servicio que quieren adquirir del Cyber-librería, las técnicas que se utilizaran para abrir el camino de este nuevo negocio se espera exitosamente generar resultados positivos” (Pereda, 2021).

### **4.2.2. Demanda real**

“La demanda real de un cierto producto o servicio a diferentes precios puede considerarse como los requerimientos de cualquier tipo de consumidor” (Hidalgo, 2013).

### **4.2.3. Demanda Efectiva**

“En economía, la demanda efectiva se refiere a la disposición y capacidad de los consumidores de comprar bienes a diferentes precios. Muestra la cantidad de bienes que los consumidores compran, respaldados por su capacidad de pago” (Montaño, 2021).

#### 4.2.4. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda puede variar extraordinariamente, de un producto a otro incluso siendo de misma marca o categoría.

“Según (INEC, 2022) se toma la información del consejo nacional de censo del Ecuador, del cantón Calvas, el 82,20% de población es de parroquia el Lucero y 1,8% se encuentra en sus barrios cuenta 470 viviendas 1037 mujeres y 988 hombres dando un total de 2025 habitantes (Calvas, 2022)

**Tabla 11.** Población El Lucero

PARROQUIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
El Lucero	1.037	988	2.025

**Fuente:** (Calvas, 2022).

**Elaborado por:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.3. Oferta

“La oferta se define como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores y consumidores están dispuestos a vender y comprar en distintos precios en el mercado, existe diferencia entre el termino oferta y cantidad ofrecida, hace referencia la cantidad que los productores y consumidores están dispuestos a vender y comprar en un precio determinado” (Navarro, 2021).

##### 4.3.1. Análisis de oferta

“Para realizar el análisis de oferta se aplican una encuesta a los clientes quienes los que requieren de nuestros servicios y materiales necesarios para la educación, la encuesta se realizó a estudiantes y docentes son los que más utilizan el internet” (Carrasco, 2017).

#### **4.3.2. Proyección de oferta**

“Posteriormente se calcula la oferta proyectada para los cinco años de vida del proyecto, para ello se consideró la última tasa de crecimiento empresarial emitida por el Banco Central del Ecuador que asciende a 2,8%” (Chambi, 2022, pág. 8).

#### **4.3.3. Demanda potencial insatisfecha**

“Por demanda potencial o insatisfecha debe entenderse la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, destacando que si prevalecen las condiciones bajo las cuales se hizo el cálculo, ningún productor actual podrá satisfacer” (Esparza, 2022).

#### **4.4. Precio**

“El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria. Para que se produzca una transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores” (Servilla, 2016).

#### **4.5. Producto**

“El producto es todo aquello que está a disposición, es decir, en el mercado, para que cualquier usuario lo adquiera con la finalidad de satisfacer una necesidad un deseo, Por eso son productos, tanto los bienes de los cuáles la empresa posee un inventario o los bienes que ya se encuentran en posesión de los consumidores” (Quiroa, 2020).

#### **4.6. Plaza**

“Para sintetizar una venta, no es suficiente tener un buen producto o servicio a un precio adecuado, Además se debe tener un plan de eficiencia para conducir el producto o servicio hasta el cliente, es aquí donde la plaza también conocida como distribución” (Grapsas, 2017).

#### **4.7. Promoción**

“La promoción de ventas es una variable de la mezcla de promoción, que consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio” (Quiroa, 2020).

#### **4.8. Objetivo y Generalidades del Estudio de Mercado**

“El objetivo del estudio de mercado es destacar y visualizar la necesidad actual o futura en un bien o servicio, Medir el número de individuos de una empresa u otras entidades económicas y financieras que se adapta a las condiciones que presenta en la demanda y justifica

un determinado programa de producción” (Zaritama, 2020, pág. 108).

#### **4.9. Estrategias Comerciales (marketing mix)**

“El mismo explicaba cuáles son los elementos básicos y permite explicar de una manera

Integral el funcionamiento del marketing mix: el producto, el precio, el punto de venta y la promoción” (Elizalde, 2022).

En el plan de negocio para la implementación de un Cyber-librería en la parroquia el Lucero se utilizará las siguientes estrategias:

##### **4.9.1. Precio**

En el Cyber-librería trabajaremos con los siguientes precios Cyber \$ 1 la hora, impresiones y escaneos \$0,50cvts, copias (color) \$ 0,30ctv. (Blanco y negro) \$0,5ctv, la librería sus precios serán de acuerdo con las facturas ya que se trabajará con la empresa LR “La Reforma de la ciudad de Loja.

#### **4.9.2. Producto**

Los productos que se ofrecerá en el Cyber-librería serán de la mejor calidad y la marca, norman, estrella, carioca, mongol etc... Excelente equipo de Cyber, con el mejor internet “visión net”.

#### **4.9.3. Plaza**

Se trabajará con la empresa LR “La Reforma “ya que cuenta con todos los materiales necesarios para la librería y además distribuye la mercadería en sus camiones a la puerta de cada negocio, el servicio de internet se adquiere de la ciudad de Amaluza “visión net “con la mejor rapidez y velocidad fibra óptica, muebles y equipos de Cyber-librería se realizará la compra en la ciudad de Quito trasportando en un camión.

#### **4.9.4. Promoción**

En el Cyber-librería contara con las siguientes promociones, a estudiantes 10 minutos adicionales (gratis) en la librería las promociones se darán al inicio de los años lectivos, útiles escolares con el 15% de descuento, por las compras mayores a \$30,00 se obsequiará una cartuchera.

Se transmitirá información sobre las promociones mediante publicidades por redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram y medios de comunicación radios, televisión.

#### **4.10. Análisis de demanda**

De acuerdo con el concepto de análisis de demanda tomaremos en cuenta al proyecto de investigación y la demanda que existe en la parroquia El Lucero sobre la creación de un “Cyber-librería” y de esta manera determinar si es factible o no la creación del nuevo negocio.

#### 4.11. Demanda potencial

La demanda potencial es la máxima demanda que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado, se toma la información del total de personas que más utilizan el servicio de Cyber-librería, la investigación presenta que los estudiantes y docentes con 60% del total de la población por familia que asciende 2025.

**Tabla 12.** Proyección de demanda

POBLACIÓN	PORCENTAJE	TOTAL
2025	60%	1215

**Fuente:** Posibles clientes "Cyber-Librería"

**Elaborado por:** Moncayo Peña Milady de los Ángeles

#### 4.12. Demanda real

La demanda real del proyecto indica el porcentaje de personas que utilizaran el servicio de internet y librería; para ello se aplica la fórmula utilizada para determinar la demanda potencial, que es el resultado de multiplicar la cantidad de demanda potencial por el porcentaje de personas que están dispuestas a utilizar de nuestros servicios corresponde al 78,90%.

**Tabla 13.** Demanda real.

POBLACIÓN	%	TOTAL
1215	78,90%	1313

**Fuente:** Posibles clientes del cyber-librería .

**Elaborado Por:** Moncayo Peña ,Milady de los Angeles

#### 4.13. Demanda efectiva

La demanda efectiva facilita conocer el número de personas que realmente visitarían el Cyber-librería y comprarían los productos que ofrece el negocio, para ello se multiplica la demanda efectiva por el porcentaje de personas investigadas que están de acuerdo adquirir y visitar el local a crearse, el mismo que asciende a 98,21%.

**Tabla 14.** Demanda efectiva

POBLACIÓN	%	TOTAL
1313,33	98,21	1289,82

**Fuente:** Posibles clientes del cyber-librería

**Elaborado Por:** : Moncayo Peña ,Milady de los Angeles

Posteriormente se realiza un resumen de la proyección de la demanda potencial, real y efectiva para los años de vida del proyecto.

**Tabla 15:** Proyección de la demanda potencial, real y efectiva

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIÓN INEC	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA
0	1,8%	1664,55	1313,33	1289,82
2022	1,8%	1775,55	1374,33	1347,82
2023	1,8%	1886,55	1435,33	1405,82
2024	1,8%	1997,55	1496,33	1463,82
2025	1,8%	2108,55	1557,33	1521,82
2026	1,8%	2219,55	1618,33	1579,82

**Fuente:** Tabla N°12 ,13,14.

**Elaborado Por:** Moncayo Peña,Milady de los Angeles

Para realizar la proyección de la demanda potencial, real y efectiva se consideró la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia el Lucero que según el INEC asciende al 1,8%; ello da a conocer el incremento que tendrán los diferentes tipos de demanda hasta el quinto año de proyectado el trabajo de investigación.

Seguidamente se realizó el cálculo promedio de consumo anual del servicio y compra en el Cyber-librería.

**Tabla 16.** Consumo promedio anual del servicio y compra en el cyber-librería

ALTERNATIVAS (Semanal)	TIEMPO	FRECUENCIA	PROMEDIO MENSUAL	MESES AL AÑO	CONSUMO ANUAL
1 - 3 horas	2horas	100h	200h	12	1200
5 - 10 horas	4horas	45h	180h	12	2160
12 - 14 horas	6horas	20h	120h	12	1440
16 - 24 horas	8horas	10h	80h	12	960
<b>Total</b>		<b>175 h</b>	<b>580h</b>		<b>5760</b>

**Fuente:** Posibles clientes de cyber.

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

$$\text{Servicio de internet} = \frac{5760}{175} = 33 \text{ horas de servicio de internet anual por familia}$$

**Tabla 17.** Demanda esperada en uso del servicio

AÑO	DEMANDA EFECTIVA	PM-A	DEMANDA ESPERADA ANUAL
0	1289	33	42537
1	1347	33	44451
2	1405	33	46365
3	1463	33	48279
4	1521	33	50193
5	1579	33	52107

**Fuente:** Tabla N° 14

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles

#### 4.14. Análisis de oferta

Para analizar la oferta se amplió la encuesta a los clientes que utilizan el internet, la encuesta se realizó a estudiantes y docentes de los planteles educativos de la parroquia y se obtuvieron los siguientes resultados:

**Tabla 18.** Análisis de oferta

OFERENTES	TIEMPO (HORAS AL DIA)
Niños -adolescentes	1 hora
Jóvenes (estudiantes)	3 horas
Adultos (docentes)	2 horas
Publico	3 horas
<b>Total</b>	<b>9 horas DIARIAS</b>

**Fuente:** Los oferentes que adquieren el servicio de internet.

**Elaborado por:** Moncayo Peña Milady de los Ángeles.

Con esta informacion se realiza el calculo de la oferta anual del servicio, obteniendo los siguientes resultados:

**Tabla 19.** Oferta anual del servicio de cyber-librería

USO DIARIO	POR SEMANA (7 DIAS)	POR SEMANAS DEL MES (4 SEMANAS)	ANUAL (12 MESES)
9 HORAS	63 HORAS	252 HORAS	3024 HORAS

Fuente: tabla N°16

Elaborado Por: Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

Posteriormente se calcula la oferta proyectada para los cinco años de vida del proyecto, para ello se consideró la ultima tasa de crecimiento empresarial emitida por el Banco Central del Ecuador que asciende a 2,8%.

**Tabla 20.** Proyección de oferta

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL 2,8%	TOTAL DE NAVEGACION
0	2.8%	3024
1	2.8%	8467
2	2.8%	2377
3	2.8%	6656
4	2.8%	1836
5	2.8%	5141

Fuente: Tabla 9 tasa de crecimiento empresarial Banco Central del Ecuador.

Elaborado Por: Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

#### 4.15. Demanda potencial insatisfecha

Expresa que la demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que se pretende cubrir, para ello se resta la demanda de la oferta calculada.

**Tabla 21.** Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA EFECTIVA ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	42537	3024	45561
1	44451	8467	52918
2	46365	2377	48742
3	48279	6656	54935
4	50193	1836	52029
5	52107	5141	57248

**Fuente:** Tabla N° 14

**Elaborado Por:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

#### **4.16. Fundamentación conceptual**

##### **4.16.1. Plan de negocios**

La falta de un Cyber- librería que brinde servicios cibernéticos y materiales didácticos a la comunidad, ha sido la causa para que se realice el plan de negocios de la implementación del Cyber, en la parroquia El Lucero, lugar donde cuenta con 16 barrios, y según el último censo los habitantes son 2025, calculando con la fórmula para obtener una muestra donde da como resultado que se debe aplicar 323 encuestas.

##### **4.17. Estudio técnico**

##### **4.18. Tamaño del proyecto**

Se hizo la investigación en algunos negocios de Cyber en el cantón Calvas similares al que se proyecta a implementar, además hacer una observación de equipos que va a

adquirir para el negocio, así como el personal con experiencia técnica, para determinar que el local cuenta con empleados eficiente y profesionales en la tecnología.

El tiempo que se tomara para la adecuación de instalación de muebles, y maquinas, red de internet e implementos necesarios para el Cyber-Librería es de 1 mes y 2 semanas.

Seguido de ello se procederá a iniciar con la inauguración del local, para incentivar al cliente se les obsequiará un (esferográfico) con el nombre del local, se hará todo lo posible para que la apertura del negocio ya iniciamos el 2023, y de esta manera poder ofrecer las promociones antes mencionadas.

De la misma manera llegar a los clientes con productos de calidad y valores, dando una buena expectativa dentro del local, para dar un mejor realce a las ventas y atención al cliente, y darnos a conocer dentro y fuera de la parroquia, finalmente tener excelentes ventas y el negocio sea exitoso.

### **Suministros e insumos**

Se debe identificar el abasto suficiente en cantidad y calidad que se quiere adquirir en el desarrollo del proyecto, también conocer la importación de proveedores precios y cantidades.

### **La tecnología y los equipos**

La tecnología y equipos que se utilizaran en la implementación del Cyber librería en la parroquia el lucero son los siguientes:

- Muebles para computadora
- Máquinas y equipos
- Copiadora Impresora
- Red inalámbrica

## Localización óptima del proyecto

### Macro localización

La macro localización se refiere a la referencia a nivel nacional en donde estará ubicada la microempresa; en este caso es en Ecuador, en la provincia de Loja, cantón Calvas parroquia El Lucero.

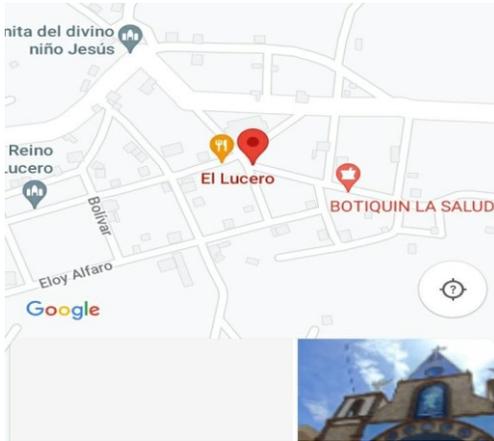


Figura 11. Mapa Político de Calvas

Fuente. (Calvas, 2022)

### Micro localización

La implementación del negocio Cyber-librería, se instalará en la parroquia el Lucero, en la calle 3 de diciembre y 18 de noviembre, lugar referencial frente al parque central, el local es muy amplio de dividirá en 2 partes una para librería y la otra para Cyber, con la finalidad de ofrecer un excelente servicio de calidad a los clientes.



**Figura 12.** Micro localización del proyecto.

**Fuente:** (Lucero., 2022).

**Elaborado por:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

## **Ingeniería del proyecto**

### **Proceso de producción**

El proceso de implementación de Cyber-librería se presenta el siguiente proceso:

#### **4.19. Maquinaria y materiales para la creación del negocio “Cyber-librería”**

Para detallar la maquinaria y materiales que se utilizaran en la implementación de un Cyber –librería, se realizó un análisis para ver cuáles son los requerimientos necesarios para el negocio.

Para la creación del Cyber-librería se necesitan los siguientes equipos:

## **Cyber**

Muebles para computadora

Equipos de cómputo (computadora, CPU, ratón, parlantes, audífonos).

Copiadora impresora

Escritorio, silla

Red Wi-Fi, antenas

## **Librería**

Perchas

Mostradores

## **Muebles para computadora**

“Es un tipo de mueble y una clase de mesa. Su uso a menudo en el entorno de trabajo en ambiente de Cyber y papelería y video juegos, para tener un uso de máquinas y sus equipos acompañado con silla” (Camacho, 2019).



**Figura 13. Muebles para computador**

**Fuente:** (Camacho, 2019)

## Equipo de cómputo

“Dispositivo electrónico que almacena y procesa información para después mostrarla en una interfaz a la disposición del usuario, permite una interacción del hardware (parte tangible) con el software (parte intangible).” (Macas, 2021).



**Figura 14. Equipo de Cómputo**

Fuente: (Macas, 2021).

## Copiadora e Impresora

Una impresora multifuncional, como su propio nombre indica, es un equipo de impresión que es capaz de realizar varias funciones en un solo dispositivo: actúa como fotocopidora, como escáner, como impresora y también puede actuar como fax. (Macas, 2021).



**Figura 15. Impresora**

Fuente: (Macas, 2021).

## **Escritorio**

“El escritorio es un tipo de mueble y una clase de mesa. Es usado frecuentemente en el entorno de trabajo y de oficina, para leer, escribir sobre él, para usar utensilios sencillos como lápiz y papel o complejos como una computadora” (Camacho, 2019).



**Figura 16. Escritorio**

**Fuente:** (Camacho, 2019)

## **Wii-fi modem**

“Es un dispositivo que ofrece una conexión de internet por medio de la red Wii-Fi, normalmente está conectado a un módem, amplio para negocios o empresas que deseen el aseso a internet y envía información de Internet a tus dispositivos personales, como ordenadores, teléfonos o tabletas.” (Montaño M. , 2018).



**Figura 18. Modem**

**Fuente:** (Montaño M. , 2018)

## **Librería**

### **Perchas metálicas**

Es un organizador que sirve para organizar ropa, libros, zapatos, productos de tienda entre otro uso que se le dé.



**Figura 18.** Percha

**Fuente:** taller “Castillo”

## **Mostradores**

Es un mueble de vidrio que se utiliza para mostrar la mercadería o el producto que se quiere exhibir



**Figura 19.** Mostrador

**Fuente:** Taller “Castillo”

## 4.20. Estructura organizacional

### 4.20.1. Organigrama funcional

“Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, que incluye las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen hacen un esquema de relaciones jerárquicas y competencias de vigor” (Referencial, 2022).

En el local de Cyber-librería, estará dividiendo en tres departamentos que son gerencia, técnico en sistemas, cajero puesto que se trata de una organización pequeña no necesita más personal.



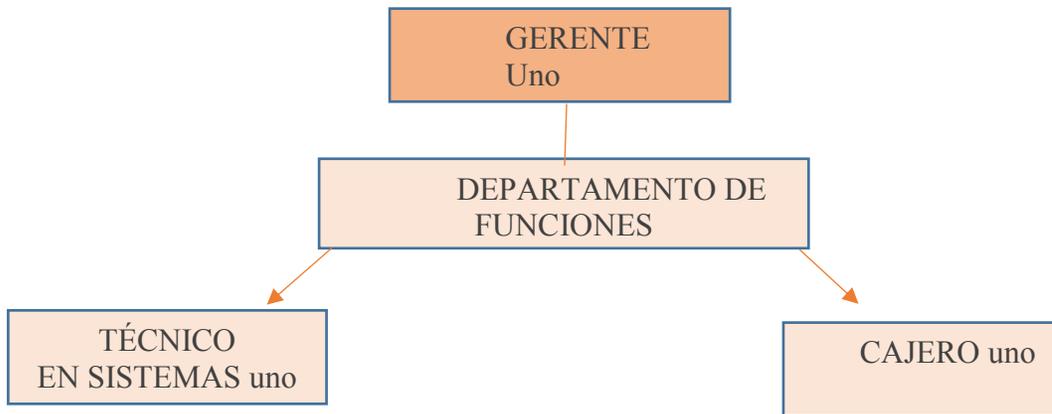
**Figura 21.** Organigrama funciona

**Fuente:** (Alejandro,Lenis, 2022).

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.20.2. Organigrama posicional

“El organigrama posicional indican el número de personas que ocupan cada cargo en una empresa o negocio, muy importante puesto que permite conocer ordenadamente el nivel que ocupa cada servidor y empleado” (Referencial, 2022).



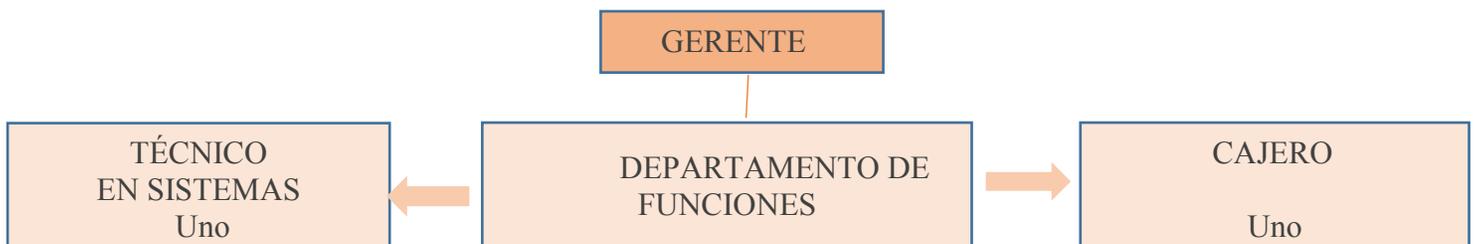
**Figura 20.** Organigrama posicional

**Fuente:** (Referencial, 2022).

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.20.3. Organigrama estructural

“Representa la estructura administrativa de la empresa, el conjunto de unidades y las relaciones que las ligan, se lo realiza en forma departamental izada, y permite conocer la jerarquía de cada departamento” (Referencial, 2022).



**Figura 21.** Organigrama posicional.

**Fuente:** (Referencial, 2022).

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles

#### **4.20.4. Análisis y descripción de puestos**

##### **Manual de funciones: descripción y especificación de puestos de trabajo.**

El manual de funciones se lo ha elaborado considerando la magnitud económica del negocio, que en este caso es pequeño.

#### **4.21. PERFIL DEL PUESTO:**

##### **Cargo: Gerente**

Función Básica.

Planificar, coordinar y controlar todas las funciones y actividades que desempeña el personal de los diferentes departamentos para lograr el cumplimiento de objetivos, así como llevar la contabilidad y realizar las funciones de ventas.

##### Funciones Específicas:

- Dirigir la gestión de la empresa, identificando y solucionando problemas encontrados y percibidos en los diferentes departamentos.
- Analizar las políticas de empresa.
- Motivar al personal
- Evaluar el desempeño del personal
- Contratar personal.
- Realizar las compras de materia prima, insumos y bienes necesarios
- Analizar y aprobar los estados financieros
- Realizar pagos a proveedores.
- Elaborar y evaluar las políticas de la empresa.

- Llevar y controlar la contabilidad de la empresa, cumpliendo los principios normas técnicas, procedimientos, leyes y reglamentos tributarios vigentes para las entidades financieras del país.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- Preparar y presentar informes mensuales y anuales de la situación financiera de la empresa.
- Emitir informes de las disponibilidades económicas de la empresa.
- Mantener actualizada la contabilidad de los costos y presupuestos.

Perfil del cargo.

Edad: Entre los 23 a 40 años

Género: femenino

Estado civil: soltero

Competencia Técnica

Educación: Título de tercer nivel de administración de empresas.

Experiencia: 4 años en trabajos similares.

**CARGO: TÉCNICO EN SISTEMAS**

Es la persona encargada del mantenimiento, supervisión de aparatos tecnológicos y presta sus servicios en trabajos como: proyectos, trabajos de investigación, tesis cts.

Funciones específicas

- Da soporte al Departamento de Administración de Sistemas. ...
- Colabora en la gestión de la red informática. ...
- Mantiene los servidores. ...

- Realiza tareas de herpes de redes, hardware o incluso software, si no existen especialistas en estas áreas en la empresa.
- Elaboración de trabajos de estudiantes y profesionales
- Instalación de equipos tecnológicos.

#### Perfil de cargo

Edad: Entre los 25 a 30 años

Género: femenino

Estado civil: soltero

#### Competencia Técnica

Educación: Título de tercer nivel en técnico en sistemas tecnológicos

Experiencia: 2 años en trabajos similares.

#### **CARGO: CAJERO**

El cajero es la persona maneja el dinero en efectivo, cheques, giros y documentos de valor, en fin, la cancelación de pagos destinados a diferentes entidades financieras a través de caja o la política que maneje la empresa.

#### Funciones específicas

- Recibir dinero
- Cobrar
- Liquidación de facturas
- Custodiar los fondos de caja
- Gestión de devolución de cambios
- Atención al cliente

### Perfil de cargo

Edad: Entre los 25 a 30 años

Género: femenino

Estado civil: soltero

### Competencia Técnica

Educación: Título de tercer nivel en contabilidad y auditoría.

Experiencia: 2 años en trabajos similares.

#### **4.22. Direccionamiento estratégico**

“En el ámbito de la estrategia organizacional, podemos decir que el Direccionamiento Estratégico es el proceso mediante el cual el equipo de Dirección define el marco que guía todos los planes y acciones de la organización, define la filosofía organizacional, la estrategia y el plan para alcanzar sus objetivos” (Universidad del Ecuador, 2021).

##### **4.22.1. Misión**

“La misión describe el motivo o la razón de ser de una organización, empresa o institución. Se dirige en los objetivos a cumplir en el presente proyecto planteado. Debe estar definida de manera precisa y concreta para guiar al grupo de trabajo en el día a día” (Flores, 2020).

La misión del Cyber-librería satisfacer las necesidades de toda la población estudiantil

Y público en general, proporcionando materiales y servicio de calidad, equipos de cómputo más actualizados y la mayor velocidad de internet, al mismo tiempo brindar comunidad y seguridad.

## Visión

“La visión describe una expectativa ideal sobre lo que se espera que la organización sea o alcance en un futuro. Debe ser realista, pero puede ser ambiciosa; su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo” (Flores, 2020).

Sobresalir en el mercado el servicio de internet y materiales de librería, como la única opción para todos los clientes en general lograr el máximo crecimiento de un cyber-librería.

### 4.22.2. Valores corporativos

#### 4.23. Logotipo

El logotipo en un negocio es un elemento indispensable de la imagen corporativa, es su identificación a la que los clientes la reconocen y permite diferenciar de la competencia, incluye las características más importantes.

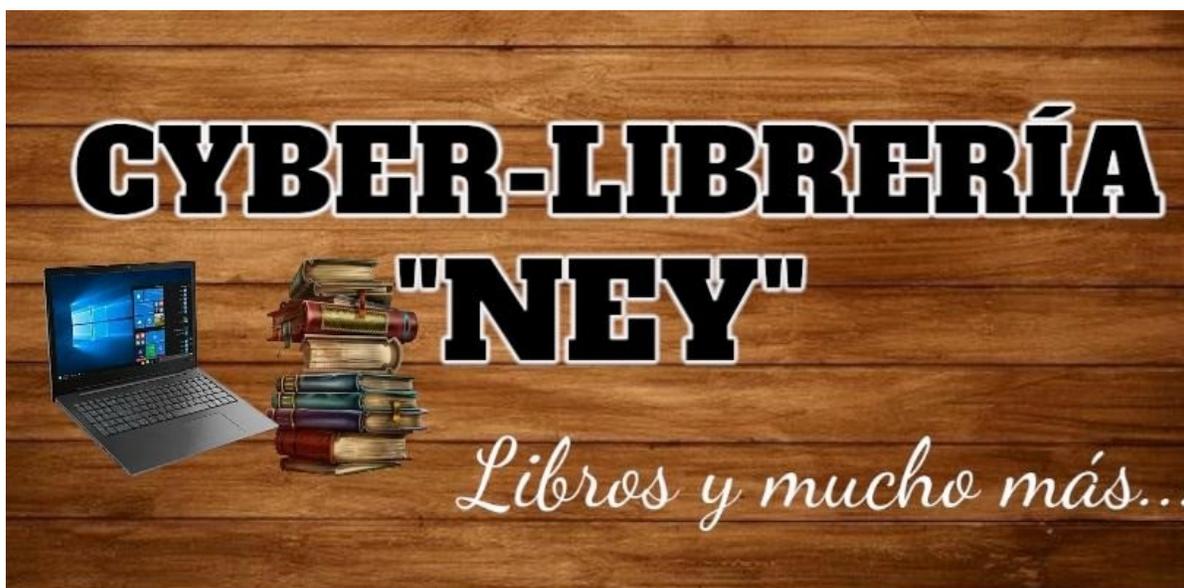


Figura 22. Nombre del local

Fuente: Cyber-librería.

Elaboración: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles

## 4.23. Estudio económico y financiero

### 4.23.1. Estudio económico

#### **Inversión**

Indica el capital que necesita el negocio para adquirir materiales para el Cyber-librería, productos, materiales equipos de Cyber, para dar apertura al funcionamiento del local.

#### **En activo circulante o corriente**

Para el proyecto se establece el capital de operación para 1 mes; los gastos que comprende el capital de trabajo o activo circulante son los siguientes:

#### **Disponible**

El monto de dinero que se utilizará para poder ejecutar la implementación del negocio es la cantidad que asciende a \$ 10.000 que se los obtendrá de la siguiente forma:

**Tabla 22.** Activo circulante y corriente

<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Crédito Bancario	10.000,00
Total	<b>10.000,00</b>

**Fuente:** Cuadro de inversión

**Autora:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

### 4.23.2. Útiles y herramientas de funcionamiento

Registra bienes de valor menor necesarios para cumplir con la función.

Para adecuar un local es necesario cumplir con las funciones necesarias.

**Tabla 23.** Adecuación del local

Detalle	Unidad de medida	cantidad	Total
Adecuación e instalación del local	Unidad	1	300,00
Arriendo	Unidad	1	200,00
<b>Subtotal</b>			<b>500,00</b>

Fuente: Proformas del Cyber “el portal”

Autora: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.23.3. Maquinaria y equipos

La maquinaria y equipos que se necesita en el Cyber-librería “Ney” para desarrollar las funciones, como copiadora, modem, antenas, ups.

**Tabla 24.**Maquinaria y equipos.

Detalle	Unidad de medida	cantidad	Costo unitario	Total
Copiadora	Unidad	1	500,00	400,00
Modem	Unidad	1	50,00	30,00
Antenas	Unidad	1	100,00	100,00
<b>Subtotal</b>			<b>650,00</b>	<b>650,00</b>

Fuente: Proformas del Cyber “el portal”

Autora: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.23.4. Equipos de cómputo

**Tabla 25.**Equipos de cómputo

Detalle	Unidad de medida	cantidad	Costo unitario	Total
Computadoras completas.	Unidad	4	500,00	2.000,00
<b>Subtotal</b>			<b>500,00</b>	<b>2.000,00</b>

Fuente: Proformas del Cyber “el portal”

Autora: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.23.5. Muebles y enseres

**Tabla 26.** Muebles y enseres

Detalle	Unidad de medida	cantidad	Costo unitario	Total
Mesas de internet	Unidad	4	100,00	400,00
Sillas	Unidad	4	10,00	40,00
Perchas	Unidad	3	100,00	300,00
Vitrinas	Unidad	2	100,00	200,00
Escritorio de oficina	Unidad	1	100,00	100,00
Silla giratoria	Unidad	1	50,00	50,00
<b>Subtotal</b>			<b>460,00</b>	<b>1.090,00</b>

Fuente: Proformas del Cyber “el portal”

Autora: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.23.6. Servicios básicos

**Tabla 27.** Servicios básicos

Detalle	Unidad de medida	cantidad	Costo unitario	total
Energía eléctrica	KW/h	200	0,20	36,00
Internet	KBPS	3g	40,00	40,00
Agua	m3	4	4,00	4,00
<b>Subtotal</b>			<b>40,20</b>	<b>80,00</b>

Fuente: ERSSA (Montaño M. , 2018)

Autora: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.23.7. Gastos diferidos

**Tabla 28.** Gastos diferidos

DETALLE	Valor
Trámites legales de permiso y funcionamiento	250,00
Publicidad: radio, TV y volantes	150,00
<b>Sub Total</b>	<b>400,00</b>

Fuente: Proformas obtenidas Cyber el portal

Autora: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

#### 4.23.8. Resumen de inversiones fijas

**Tabla 29.** Resumen de inversiones fijas

Detalle	Total
Adecuación e instalación local	300,00
Arriendo	200,00
Maquinarias y equipos	650,00
Equipos de computo	2.000,00
Muebles y enseres	1.090,00
Servicios básicos	80,00
<b>Subtotal</b>	<b>4.320,00</b>

<b>Inversión en gastos preoperativos</b>	
Trámites legales de permiso y funcionamiento	250,00
Publicidad: radio, TV y volantes	150,00
<b>Sub Total</b>	<b>400,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
<b>Gastos Operativos</b>	
Costos de producción	4.720,00
<b>Total, Capital de Trabajo Operativo</b>	<b>4.720,00</b>
<b>Gastos de Administración</b>	
Gastos Administración	480,00
Gastos Técnico	150,00
Gastos Financieros	104,17
<b>Total, gastos de administración, ventas y financieros</b>	<b>734,17</b>
<b>TOTAL, INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>5454,17</b>

Fuente: Tablas N°20, 21, 22,23, 24, 25, 26, 27,28.

Autora: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

Para conformar el Cyber-librería “Ney” se necesitará 5.454,17 UDS; la inversión del cyber y algunos muebles para librería, los 4.545,83 UDS; para la adquisición de implementos y materiales para librería.

De los cuales los \$ 10.000,00 se solicitarán un crédito a la cooperativa de ahorro y crédito “Cariamanga”.

#### 4.23.9. Financiamiento

Se solicitará un crédito a la cooperativa de ahorro y crédito “Cariamanga” de \$ 10.000,00, que se lo cancelará en cinco años; los valores se los representa en la siguiente tabla de amortización:

**Tabla 30.** Tabla de amortización del préstamo

<b>Capital:</b>		10.000,00				
<b>Interés:</b>		12,50%				
<b>Plazo:</b>		5 años				
<b>Nº Pago</b>	<b>Fecha de pago</b>	<b>Saldo inicial</b>	<b>Pago total</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Saldo final</b>
1	20/02/23	10000,00	224,98	120,81	104,17	9879,19
2	20/03/23	9879,19	224,98	122,07	102,91	9757,12
3	20/04/23	9757,12	224,98	123,34	101,64	9633,77
4	20/05/23	9633,77	224,98	124,63	100,35	9509,15
5	20/06/23	9509,15	224,98	125,93	99,05	9383,22
6	20/07/23	9383,22	224,98	127,24	97,74	9255,98
7	20/08/23	9255,98	224,98	128,56	96,42	9127,42
8	20/09/23	9127,42	224,98	129,90	95,08	8997,52
9	20/10/23	8997,52	224,98	131,26	93,72	8866,26
10	20/11/23	8866,26	224,98	132,62	92,36	8733,64
11	20/12/23	8733,64	224,98	134,00	90,98	8599,64
12	20/01/24	8599,64	224,98	135,40	89,58	8464,24
13	20/02/24	8464,24	224,98	136,81	88,17	8327,43
14	20/03/24	8327,43	224,98	138,24	86,74	8189,19
15	20/04/24	8189,19	224,98	139,68	85,30	8049,52
16	20/05/24	8049,52	224,98	141,13	83,85	7908,38
17	20/06/24	7908,38	224,98	142,60	82,38	7765,78
18	20/07/24	7765,78	224,98	144,09	80,89	7621,70
19	20/08/24	7621,70	224,98	145,59	79,39	7476,11
20	20/08/24	7476,11	224,98	147,10	77,88	7329,01
21	20/10/24	7329,01	224,98	148,64	76,34	7180,37
22	20/11/24	7180,37	224,98	150,18	74,80	7030,19
23	20/12/24	7030,19	224,98	151,75	73,23	6878,44
24	20/01/25	6878,44	224,98	153,33	71,65	6725,11
25	20/02/25	6725,11	224,98	154,93	70,05	6570,19
26	20/03/25	6570,19	224,98	156,54	68,44	6413,65
27	20/04/25	6413,65	224,98	158,17	66,81	6255,48
28	20/05/25	6255,48	224,98	159,82	65,16	6095,66
29	20/06/25	6095,66	224,98	161,48	63,50	5934,17
30	20/07/25	5934,17	224,98	163,17	61,81	5771,01
31	20/08/25	5771,01	224,98	164,86	60,11	5606,14
32	20/09/25	5606,14	224,98	166,58	58,40	5439,56
33	20/10/25	5439,56	224,98	168,32	56,66	5271,25
34	20/11/25	5271,25	224,98	170,07	54,91	5101,17
35	20/12/25	5101,17	224,98	171,84	53,14	4929,33
36	20/01/26	4929,33	224,98	173,63	51,35	4755,70
37	20/02/26	4755,70	224,98	175,44	49,54	4580,26
38	20/03/26	4580,26	224,98	177,27	47,71	4402,99
39	20/04/26	4402,99	224,98	179,11	45,86	4223,88
40	20/05/26	4223,88	224,98	180,98	44,00	4042,90
41	20/06/26	4042,90	224,98	182,87	42,11	3860,03
42	20/07/26	3860,03	224,98	184,77	40,21	3675,26
43	20/08/26	3675,26	224,98	186,70	38,28	3488,56
44	20/09/26	3488,56	224,98	188,64	36,34	3299,92
45	20/10/26	3299,92	224,98	190,61	34,37	3109,32
46	20/11/26	3109,32	224,98	192,59	32,39	2916,73

47	20/12/26	2916,73	224,98	194,60	30,38	2722,13
48	20/01/27	2722,13	224,98	196,62	28,36	2525,51
49	20/02/27	2525,51	224,98	198,67	26,31	2326,83
50	20/03/27	2326,83	224,98	200,74	24,24	2126,09
51	20/04/27	2126,09	224,98	202,83	22,15	1923,26
52	20/05/27	1923,26	224,98	204,95	20,03	1718,32
53	20/06/27	1718,32	224,98	207,08	17,90	1511,24
54	20/07/27	1511,24	224,98	209,24	15,74	1302,00
55	20/08/27	1302,00	224,98	211,42	13,56	1090,58
56	20/09/27	1090,58	224,98	213,62	11,36	876,96
57	20/10/27	876,96	224,98	215,84	9,14	661,12
58	20/11/27	661,12	224,98	218,09	6,89	443,02
59	20/12/27	443,02	224,98	220,36	4,61	222,66
60	20/01/28	222,66	222,66	222,66	2,32	0,00
		<b>Total</b>	<b>13.496,44</b>	<b>10.000,00</b>	<b>3.498,76</b>	

**Fuente:** Cooperativa de ahorro y crédito Cariamanga

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Angeles.

#### 4.23.10. Análisis de los costos

Se detalla todos los costos que intervienen en la implementación del Cyber-librería

“Ney”:

##### **Costos de producción**

Están calculados sobre la base de la implementación del negocio que se ha determinado tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales.

**Mano de obra directa:** Está constituida por la remuneración que debe pagarse al personal que realiza el proceso de producción. El valor requerido para cubrir el pago de mano de obra asciende a \$7560,00 dólares anuales.

**Gastos Financieros:** Constituyen los intereses a pagar por el crédito obtenido, que según la tabla de amortización para el primer año este valor asciende a \$ 1.163,99.

**Gastos de amortización:** Que se compone de la amortización de los gastos de constitución para cinco años que corresponde a un valor de \$ 150,00.

##### **Presupuestos proyectados**

“Para realizar la proyección de los siguientes presupuestos se utilizó la tasa de inflación del año 2022 que es de 3,6%” (NEC, 2022).

## Mano de obra

**Tabla 31.**Técnico en sistemas

DETALLE	Técnico en sistemas	
	Valor mensual (4horassemanales)	Valor anual
Salario	150,00	1.800,00
<b>Sub total</b>	<b>150,00</b>	<b>1.800,00</b>

**Fuente:** Salario básico unificado 2022

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

## Costos generales de producción

Dentro de los costos generales se citan a: arriendo de local, servicios básicos y supervisor.

**Tabla 32.** Costos generales anuales

Servicio básico de producción		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Agua	4,00	48,00
Luz	40,00	480,00
<b>Sub total</b>	<b>44,00</b>	<b>528,00</b>
Arriendo local de producción		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Arriendo local	200,00	2400,00
<b>Sub total</b>	<b>200,00</b>	<b>2400,00</b>
Sueldo de Administración en actividades.		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Técnico en sistemas (4horas)	150,00	1800,00
<b>Sub total</b>	<b>150,00</b>	<b>1800,00</b>
<b>TOTAL, COSTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN</b>	<b>394,00</b>	<b>4728,00</b>

**Fuente:** Proformas cyber portal, distribución de Mano de Obra

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

## Gastos de administración, gastos financieros, de ventas y otros gastos

Desembolsos utilizados en el departamento de administración, ventas, intereses por préstamos bancarios.

## Gastos de administración

**Tabla 33.** Gastos de Administración

<b>Sueldo</b>					
<b>Detalle</b>				<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Sueldo del Gerente (propietaria)				450,00	5400,00
<b>Sub total</b>				<b>450,00</b>	<b>5400,00</b>
<b>Suministros para cajera</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Perforadora (Unidades)	Unidades	1	3,00	3,00	3,00
Grapadora (Unidades)	Unidades	1	3,00	3,00	3,00
Carpetas (docena)	Unidades	5	0,25	1,25	1,25
Esferos (Cajas)	Unidades	1	0,30	0,30	0,30
Hoja de papel bond (resmas)	Unidades	20	0,02	0,40	2,00
Caja de grapas	Cajas	1	0,70	0,70	0,70
Cartuchos de tinta negra	Unidad	1	18,00	18,00	18,00
Cartuchos de tinta colores	Unidad	1	27,00	27,00	27,00
Facturas electrónicas		120	14,99	14,99	14,99
Firma electrónica	Unidades	1	19,00	19,00	19,00
<b>Sub total</b>				<b>87,64</b>	<b>89,24</b>
<b>Suministro de aseo y limpieza</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Fundas para basura	Paquete	1	1,75	1,75	5,25
Basurero	Unidad	1	4,00	4,00	4,00
Cloro	Unidad	1	2,50	2,50	7,50
Recolector de basura	Unidad	1	3,50	3,50	3,50
Trapeadores	Unidad	1	1,50	1,50	1,50
Escobas	Unidad	1	1,50	1,50	1,50
<b>Sub total</b>				<b>14,75</b>	<b>23,25</b>
<b>Arriendo local administración</b>					
<b>Descripción</b>				<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Arriendo local				200,00	2400,00
<b>Sub total</b>				<b>200,00</b>	<b>2400,00</b>
<b>TOTAL, GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>				<b>200,00</b>	<b>2400,00</b>

**Fuente:** Salario básico unificado año 2022; proformas cyber El portal.

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

## GASTOS DE VENTA

**Tabla 34.** Gastos de venta

<b>Sueldo actividades de ventas</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cant</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Distribución actividades del gerente en el departamento de ventas			480,00	5760,00
<b>Sub total</b>			<b>480,00</b>	<b>5.760,00</b>
<b>Publicidad</b>				
<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Publicidad	30	30	50,00	600,00
<b>Sub total</b>			<b>50,00</b>	<b>600,00</b>
<b>Arriendo local de ventas</b>				
<b>Descripción</b>			<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Arriendo local			200,00	2400,00
<b>Sub total</b>			<b>200,00</b>	<b>2400,00</b>
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>			<b>730,00</b>	<b>8760,00</b>

**Fuente:** Proformas televisoras, distribución de sueldos.

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles

**Tabla 35.** Resumen costos de producción

<b>Elementos del costo</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Mano de Obra	630,00	7560,00
Costos Generales de producción	394,00	4728,00
<b>TOTAL, COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1.128,17</b>	<b>13.538,04</b>

**Fuente:** Tabla 32

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

**Tabla 36.** Resumen gastos de administración

<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Sueldo	480,00	5760,00
Suministros de limpieza	14,75	23,25
<b>TOTAL, GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>494,75</b>	<b>5783,25</b>

**Fuente:** Tabla 33

**Elaboración:** Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

**Tabla 37.** Resumen gastos de venta

Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Sueldo de técnico	150,00	1800,00
Publicidad	50,00	600,00
Arriendo de local de venta	200,00	2400,00
<b>TOTAL, GASTOS DE VENTA</b>	<b>400,00</b>	<b>4800,00</b>

Fuente: Tabla 34

Elaboración: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

### Gastos financieros

**Tabla 38.** Intereses préstamo

Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Intereses sobre préstamo	104,17	1.163,99
<b>TOTAL, GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>104,17</b>	<b>1.163,99</b>

Fuente: Tabla 30

Elaboración: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles

### Establecimiento de precios

**Tabla 39.** Costo unitario

DETALLE	TOTAL
Gastos de Administración	<b>2400,00</b>
Gastos de Venta	<b>5.760,00</b>
Gastos financieros	<b>1.163,99</b>

Fuente: Tabla 29

Elaboración: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

**Tabla 40.** Precio de venta

DETALLE	COSTO	UTILIDAD	PRECIO DE HORA	VALOR ANUAL
Cyber	\$1,00	9 horas	\$1,00	500,30
<b>Costos de producción</b>				<b>500,30</b>

Fuente: Tabla 29

Elaboración: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles

#### 4.23.11. Clasificación de los costos

Los costos del proyecto se dividen en costos fijos y costos variables.

Los costos fijos son aquellos desembolsos cuyo valor es igual en todos los periodos, no alteran a cualquier nivel de producción.

Entre los cuales se afectan los siguientes:

**Tabla 41.** Costos fijos

Detalle	Total
Sueldo técnico en sistemas	1.800,00
Sueldo gerente.	5.760,00
Sueldo Administración	2.400,00
Sueldo de ventas	5.760,00
Amortización	150,00
Arriendos	2400,00
<b>Total</b>	<b>18.270,00</b>

Fuente: Tabla 32.33

Elaboración: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

Los costos variables están en función al número de unidades producidas, mientras más unidades produzca el negocio se desembolsará más dinero.

Entre ellos se utilizarán los siguientes:

**Tabla 42.** Costos variables

COSTOS VARIABLES	
Detalle	Total
Mano de obra	8.810,04
Arriendo y adecuación de local	500,00
Suministro de cajero	70,25
Suministro de limpieza y aseo	23,25
Publicidad	600,00
Servicios básicos	80,00
Gastos financieros	1.745,98
<b>Total</b>	<b>11.806,27</b>

Fuente: Tabla 36,37

Elaboración: La autora

## Estado de pérdidas y ganancias

**Tabla 43.** Estado de pérdidas y ganancias

Ingresos	500,30
(-) Costo de venta	4.800,00
(=) Utilidad bruta	4.299,70
(-) Gastos Administrativos	2400,00
(-) Gastos de Ventas	5.760,00
(-) Gastos Financieros	1.163,99
(=) UTILIDAD ANTES DE DISTRIBUCIÓN A TRABAJADORES	5.024,29
15% UTILIDAD TRABAJADORES	753.643,50
<b>RESULTADO</b>	<b>7.245,90</b>

Fuente: Tabla 39.40

Elaboración: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles.

## Determinación del punto de equilibrio.

**Tabla 44.** Resumen ingresos, costos y gastos

Descripción	Valor
Ingresos	500,30
Costos fijos	18.270,00
Costos variables	11.806,27

Fuente: Tabla 40, 41,42

Elaboración: Moncayo Peña, Milady de los Ángeles

## Fórmula:

### En función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}} \times 100$$

$$PE = \frac{18.270,00}{500,30 - 11.806,27} \times 100$$

$$PE = \frac{18.270,00}{11.305,97} \times 100$$

$$PE = 162\%$$

### En función de ventas

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{Costos variables}/\text{Ventas totales})} \times 100$$

$$PE = \frac{18.270,00}{1 - \frac{11.806,27}{500,30}} \times 100$$

$$PE = \frac{18.270,00}{22,60} \times 100$$

$PE = 8.084,00$  Valor total a vender

### En función al número de unidades

$E = \text{Ventas totales} / \text{precio unitario}$

$$E = 500,30/3$$

$E = 1.667,65$  Unidades a vender

## 4.24. Evaluación financiera

### 4.24.1. Flujo de caja

El estado de flujo de efectivo mide la capacidad que tiene el proyecto para generar efectivo; involucra ingresos y gastos en efectivo presentados durante su periodo operativo, relacionándolo con la inversión que debe realizar hasta que empieza a recibir el dinero del negocio de Cyber-librería” muy”, que en este caso será dentro de un mes.

**Tabla 45.** Flujo de efectivo

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>		<b>500,30</b>	<b>6.000,60</b>	<b>7.207,20</b>	<b>8.648,64</b>	<b>10.378,48</b>
(-) Costo de ventas		4.800,00	5.760,00	6.912,00	8.294,40	9.953,28
(=) Utilidad Bruta		<b>4.299,70</b>	<b>2.406,00</b>	<b>2.952,00</b>	<b>3.542,40</b>	<b>4.252,00</b>
<b>(-) Gastos Administrativos</b>		<b>2.400,00</b>	<b>2.880,00</b>	<b>3.456,00</b>	<b>4.147,20</b>	<b>4.976,60</b>
Sueldos		2.400,00	2.880,00	3.456,00	4.147,20	4.976,60
<b>(-) Gastos de Ventas</b>		<b>5.760,00</b>	<b>6.912,00</b>	<b>8.294,00</b>	<b>9.953,29</b>	<b>11.943,93</b>
Sueldo		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Publicidad		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
<b>(-) Gastos financieros</b>		<b>1163,99</b>	<b>960,63</b>	<b>730,34</b>	<b>469,56</b>	<b>174,25</b>
(-) Intereses		1163,99	960,63	730,34	469,56	174,25
<b>UTILIDAD NETA (=)</b>		<b>12017,14</b>	<b>12339,70</b>	<b>12686,82</b>	<b>13747,09</b>	<b>14160,58</b>
Amortización		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Financiamiento	-10.000,00					
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>-10.000,00</b>	<b>12.167,14</b>	<b>12489,70</b>	<b>12836,82</b>	<b>13897,09</b>	<b>14310,58</b>

Fuente: Tabla, 41, 42, 43,44.

**Elaboración:** La autora.

La presente información es la base para realizar la evaluación financiera del proyecto para conocer si es factible o no su ejecución.

#### 4.24.2. Valor presente neto

Al realiza este cálculo para conocer si el proyecto es rentable o no, si es mayor a cero se debe aprobar, para ello se determina el factor de descuento al que se expone el proyecto; en él se incluye el índice de inflación, tasa pasiva y el riesgo país.

#### 4.24.3. Factor de descuento

**Tabla 46.** Factor de descuento

Inflación=	1,12
Tasa pasiva=	5,08
Riesgo=	6,19
Total=	<b>12,39</b>

**Fuente:** Cooperativa de ahorro y crédito "Cariamanga"

**Elaboración:** La autora

De este modo se compara el factor de descuento obtenido con el interés que cobra la cooperativa por el préstamo adquirido que asciende a 12,50% y se determina el factor de descuento total a afectar en la evaluación financiera.

**Tabla 47.** Factor de descuento total

ESTRUCTURA FINANCIERA	MONTO	PARTIC.	COSTO	PONDERACIÓN	%
Crédito Bancario	10000,00	0,52	0,1250	0,6534	6,53%
<b>Total</b>	<b>10.000,00</b>	<b>1,00</b>			<b>12,45%</b>

**Fuente:** Cooperativa de ahorro y crédito "Cariamanga" Tabla 46

**Elaboración:** La autora.

Esta tasa se la coloca al tanto por uno, dando el 0,01245, con ello se realiza los siguientes cálculos:

#### 4.24.4. Valor presente neto (VAN)

**Tabla 48.** Valor actual neto

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	%	VAN
-10.00,00	10.00,00	-10.00,00	10.00,00
12.167,14	0,1245	11942,97	12.167,14
12339,70	0,1245	10876,03	12339,70
12686,82	0,1245	9916,23	12686,82
13897,09	0,1245	9481,70	13897,09
14310,58	0,1245	8662,10	14310,58
VAN			29.621,42

Fuente: Tabla 45 y 47

Elaboración: La autora

El VAN del proyecto es de \$29.621,42 que es mayor a 0, por tanto, el proyecto es factible y debe aprobarse.

#### 4.24.5. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno indica la tasa de interés a la que se descuentan los flujos de efectivos generados por el proyecto durante la vida útil, para que se igualen con la inversión; si es mayor que el costo de oportunidad el proyecto debe aceptarse.

**Tabla 49.** Tasa interna de retorno

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	TASA MIN 67%	VAN	TASA MÁX. 68%	VAN
0	-10.00,00		10.00,00		10.00,00
1	12167,14	0,67	8151,98	0,68	5543,35
2	12339,70	0,67	8267,59	0,68	5621,96
3	12686,82	0,67	8500,17	0,68	5780,12
4	13897,09	0,67	9311,05	0,68	6331,48
5	14310,58	0,67	9588,08	0,68	6519,90
VAN			27,24		-18,71

Fuente: Tabla 45

Elaboración: La autora

$$TIR = Tasa\ inferior + (Tasa\ mayor - tasa\ menor) * \frac{[VAN(+)]}{VAN(+)-VAN(-)}$$

$$TIR = 0,67 + (0,68 - 0,67) * \frac{[27,24]}{27,24 - (-18,71)}$$

$$TIR = 0,67 + (0,01) * \frac{27,24}{45,95}$$

$$TIR = 0,67 + (0,01) * 0,06$$

$$TIR = 67,06$$

El TIR del proyecto es igual a 67,06% que es mayor a la tasa de descuento 12,45%, por ello el proyecto debe aprobarse.

#### 4.24.6. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad logra determinar, qué tan vulnerable es la TIR o el VAN frente a los cambios presentados en las variables que intervienen en la inversión; en este caso se analizó la sensibilidad que tiene el proyecto si se presentará una disminución del 5% en ingresos. En primer lugar, se realiza el cálculo del flujo de efectivo con este cambio de variables.

**Tabla 50.** Disminución del 5% de ingresos

Disminución del 5% de ingresos						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>		<b>500,30</b>	<b>6.000,60</b>	<b>7.207,20</b>	<b>8.648,64</b>	<b>10.378,48</b>
Disminución del 5% en ingresos		250,15	300,00	360,38	432,43	518,92
Costo de ventas		4.800,00	5.760,00	6.912,00	8.294,40	9.953,28
(-) Gastos Administrativos		2.400,00	2.880,00	3.456,00	4.147,20	4.976,60
(-) Gastos de Ventas		5.760,00	6.912,00	8.294,00	9.953,29	11.943,93
(-) Gastos financieros		1163,99	960,63	730,34	469,56	174,25
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>1523,99</b>	<b>4992,00</b>	<b>5568,34</b>	<b>6275,65</b>	<b>7141,58</b>
(-) Amortización		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
<b>(=) Utilidad Antes de distribución</b>		<b>1373,99</b>	<b>4842,00</b>	<b>5418,34</b>	<b>6125,65</b>	<b>6991,58</b>
(-) 15% de Impuesto a la Renta		2060,98	7263,00	8127,51	9187,50	1048,74
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>686,99</b>	<b>2421,00</b>	<b>2709,17</b>	<b>3061,85</b>	<b>5942,84</b>
Amortización		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Financiamiento	-10.000,00					
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>-10.000,00</b>	<b>536,99</b>	<b>2271,00</b>	<b>2859,17</b>	<b>3211,85</b>	<b>6092,84</b>

Fuente: Tabla 45

Elaboración: La autora

#### 4.24.7. Beneficios costos (B/C)

**Tabla 51.** beneficio -costo

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	%	VAN
0	-10.000,00		10.000,00
1	536,99	0,1245	0,6685
2	2271,00	0,1245	2827,39
3	2859,17	0,1245	3559,66
4	3211,85	0,1245	3998,75
5	6092,84	0,1245	7585,58
VAN			17972,05

Fuente: Tabla 45 y 47

Elaboración: La autora

El nuevo VAN del proyecto con el 5% de disminución en ingresos es igual al 17.972,05; ello significa que a pesar de cambio aun es rentable, sin embargo, presenta disminución del TIR En relación con el original.

**Tabla 52.** VAN con disminución del 5% en los ingresos

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	TASA MIN 44 %	VAN	TASA MÁX. 45 %	VAN
0	-10.000,00		-10.000,00		-10.000,00
1	536,99	0,44	2362,76	0,45	10632,42
2	2271,00	0,44	9992,40	0,45	44965,80
3	2859,17	0,44	12580,34	0,45	56611,15
4	3211,85	0,44	14132,14	0,45	63594,63
5	6092,84	0,44	26808,50	0,45	120638,25
VAN			30,24		-275,18

Fuente: Tabla 67

Elaboración: La autora

$$TIR = Tasa\ inferior + (Tasa\ mayor - tasa\ menor) * \frac{[VAN(+)]}{VAN(+)-VAN(-)}$$

$$TIR = 0,44 + (0,45 - 0,44) * \frac{[30,24]}{30,24 - (-275,18)}$$

$$TIR = 0,44 + (0,01) * \frac{30,24}{305,42}$$

$$TIR = 0,44 * 0,01 * 0,10$$

$$TIR = 0,4410567$$

$$TIR = 44,10\%$$

Con una disminución de ingresos del proyecto en un 5% se obtiene una TIR del 44,10% que todavía es mayor a la tasa de descuento del 12,45%, en tal virtud el proyecto aún soporta este cambio.

### Aumento en gastos 5%

Para conocer si el proyecto es sensible a un aumento del 5% en gastos igual que en el caso anterior se debe hacer el flujo de efectivo

**Tabla 53.** Disminución del 5% de ingresos

Aumento en 5% gastos						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>		<b>500,30</b>	<b>6.000,60</b>	<b>7.207,20</b>	<b>8.648,64</b>	<b>10.378,48</b>
Costo de ventas		4.800,00	5.760,00	6.912,00	8.294,40	9.953,28
(-) Gastos Administrativos		2.400,00	2.880,00	3.456,00	4.147,20	4.976,60
(-) Gastos de Ventas		5.760,00	6.912,00	8.294,00	9.953,29	11.943,93
(-) Gastos financieros		1163,99	960,63	730,34	469,56	174,25
<b>TOTAL, DE GASTOS</b>		<b>4523,99</b>	<b>4992,63</b>	<b>5568,34</b>	<b>6275,65</b>	<b>7141,58</b>
Aumento en 5% gastos		22619,95	24963,15	27841,70	32878,25	3570,79
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>2257,47</b>	<b>2491,32</b>	<b>2227,34</b>	<b>2630,26</b>	<b>3570,79</b>
(-) Amortización		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
<b>(=) Utilidad de Antes</b>		<b>2107,47</b>	<b>2341,32</b>	<b>2077,34</b>	<b>2480,26</b>	<b>3420,79</b>
(-) 15% de Utilidad trabajadores		3161,21	3511,98	3116,01	3720,39	5131,19
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>1053,74</b>	<b>1170,66</b>	<b>1038,67</b>	<b>880,13</b>	<b>1710,40</b>
Amortización		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Financiamiento	10.000,00					
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>10.000,00</b>	<b>1203,74</b>	<b>1320,66</b>	<b>1188,67</b>	<b>1030,13</b>	<b>1860,40</b>

Fuente: Tabla 45

Elaboración: La autora

### VAN con el 5% de incremento en gastos

**Tabla 54.** VAN con el incremento del 5% en ingresos

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	%	VAN
0	-10.000,00		-10.000,00
1	1203,74	0,1245	1498,65
2	1320,66	0,1245	1644,22
3	1188,67	0,1245	1479,89
4	1030,13	0,1245	1282,51
5	1860,40	0,1245	2316,19
<b>VAN</b>			<b>5224,16</b>

Fuente: Tabla 45 y 47

Elaboración: La autora

**Tabla 55.** TIR con el incremento del 5% en gastos

AÑOS	FLUJO N. ANUAL	TASA MIN. 43%	VAN	TASA MÁX.44%	VAN
0	-10.000,00		-10.000,00		-10.000,00
1	1203,74	0,43	5176,08	0,44	22774,75
2	1320,66	0,43	5678,83	0,44	24986,85
3	1188,67	0,43	5111,28	0,44	22489,63
4	1030,13	0,43	4429,56	0,44	19490,14
5	1860,40	0,43	7999,72	0,44	35198,77
<b>VAN</b>			<b>18,04</b>		<b>-793,91</b>

Fuente: Tabla 67 y 69

Elaboración: La autora

$$TIR = Tasa\ inferior + (Tasa\ mayor - tasa\ menor) * \frac{[VAN(+)]}{VAN(+)-VAN(-)}$$

$$TIR = 0,43 + (0,43 - 0,44) * \frac{18,04}{18,04 - (-793,91)}$$

$$TIR = 0,43 + (0,01) * \frac{18,04}{775,87}$$

$$TIR = 0,43 + (0,01) * 0,02$$

$$TIR = 0,43 + 0,0002321$$

$$TIR = 0,43 * 100$$

TIR = 43%

#### 4.24.8. Beneficio de costo

El costo beneficio mide el rendimiento que se obtiene por cada dólar invertido, por ello para que el proyecto se pueda aceptar debe ser mayor a uno.

**Tabla 56.** Resumen de ingresos y gastos

Resumen de Ingresos y Costos						
AÑOS	INGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	GASTOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	GASTOS ACTUALIZADOS
1	500,30	0.1245	6228,73	1203,74	0.1245	1498,65
2	6.000,60	0.1245	7470,75	1320,66	0.1245	1644,22
3	7.207,20	0.1245	8972,96	1188,67	0.1245	1479,89
4	8.648,64	0.1245	10767,58	1030,13	0.1245	1282,51
5	10.378,48	0.1245	12921,21	1860,40	0.1245	2316,20
			<b>1099,89</b>			<b>8221,47</b>

Fuente: Tabla 49,52 y 53

Elaboración: La autora

$B/C = 1099,89 / 8221,47$

$B/C = 0,14$ .

El costo beneficio del proyecto es igual a 0,14; por lo tanto, el proyecto es rentable y debe aprobarse.

#### 4.24.9. Periodo de recuperación

Da a conocer el tiempo en el que será recuperada la inversión que ocasiona el proyecto

**Tabla 57.** Periodo de recuperación

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO ANUAL	FLUJO ACUMULADO
0	-10.000,00		
1		1203,74	1203,74
2		1320,66	2524,40
3		1188,67	3713,07
4		1030,13	4743,20
5		1860,40	6603,60
<b>TOTAL</b>		<b>6603,60</b>	

**Fuente:** Tabla 45

**Elaboración:** La autora.

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo neto que supra la inversión}}$$

$$PRC = 1 + \frac{10.000,00 - 1203,74}{1320,66}$$

$$PRC = 1 + \frac{8796,26}{13.20,66}$$

$$PRC = 1 + 6,6$$

$$PRC = 1,6$$

$$PRC = 1 \text{ año}$$

$$PRC = 6 \text{ meses},6 \text{ días}$$

La inversión del proyecto se la recuperará en un año y medio y 6 días.

# CAPÍTULO V

## 5. CONCLUSIONES

Al culminar con la investigación se determinó que la misma ha cumplido con los objetivos planteados al inicio del proyecto; se obtuvo información necesaria y suficiente que permita llegar a las siguientes conclusiones:

1. Con el estudio de mercado se determinó que existe un mercado potencial en la insatisfecho en la zona donde se ha planeado realizar dicho proyecto; en la parroquia El Lucero Cantón Calvas, y que el servicio de renta de equipo de cómputo e Internet, también prestando el servicio de librería es una necesidad para gran parte de la población sobre todo para la estudiantil.

2. La inversión iniciar que se precisa efectuar con el objetivo de poner en ejecución el presente proyecto asciende a 5.454,17 USD, para instalación de equipos y muebles de cyber-librería, 4.545,83 USD, se adquirirá materiales para librería y capital de trabajo y será financiado por la Cooperativa de ahorro y Crédito “Cariamanga”.

3. Con los estudios técnico y económico, se demostró que no hay impedimento alguno para implementar el Cyber librería en la parroquia El Lucero eh iniciar el emprendimiento físicamente el proyecto; con la obtención del préstamo se logra satisfacer todos y cada uno de los requerimientos necesarios para iniciar la operación del negocio.

4. El análisis de costos y gastos permitió establecer que el precio de venta al público del servicio de internet es de 1 dólar, por hora.

5. Lo que concierne en la evaluación financiera se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) equivalente \$29.621,42, Tasa Interna de Retorno (TIR) de a 67,08%, que es mayor a la tasa de descuento 12,45%; Relación beneficio costo (RBC) de \$ 0,14; Periodo de recuperación del capital (PRC) de un año,6 meses ,6 días y soporta un

incremento de gastos y disminución de ingresos del 5%; por lo que se deduce que el proyecto debe ejecutarse.

6. Por último, se determinó también que se cumplió con el objetivo más importante de todos, el demostrar que el negocio es rentable y que la inversión hecha puede recuperarse.

## 5.1.RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el proyecto se lleve a cabo, pues además de satisfacer las necesidades de los habitantes de la parroquia El Lucero, se obtendrá una rentabilidad que irá aumentando año con año.
- Se recomienda la actualización del Hardware y Software del equipo utilizado en el Cyber –librería, con el fin de que este continúe trabajando y brindando a sus usuarios tecnología de punta.
- Para la implementación del proyecto se recomiendan una eficiente atención al cliente, ya que este negocio es de servicio y contacto personal.
- Se recomienda un esmerado mantenimiento de instalaciones técnicas y de apoyo para lograr la mayor satisfacción del usuario.
- Implementar nuevos servicios como video juegos y mantenimiento de computadoras, que se irán incrementado acorde a las necesidades del cliente.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- [1] Albares, C., & Laura, M. (2019). *Ideas de negocio ,el emprendimienro y el marketing (vol.54) 3 ciencias*. España: Area de innovacion y desarrollo,S,L.
- [2] Alejandro,Lenis. (5 de septiembre de 2022). *tipos de planes de negocios y sus características*. Obtenido de MARKETING : <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-planes-negocios>
- [3] Alvares, N. P. (28 de septiembre de 2021). *propositario internacional*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10251/182193>
- [4] Antonio. (27 de julio de 2020). *TIPOS DE PLANES DE NEGOCIOS*. Obtenido de crece mipe: <https://negociosmype.com/tipos-de-planes-de-negocios/>
- [5] Banco de Pichincha. (18 de noviembre de 2020). *Cómo hacer un plan de negocio para tu emprendimiento o pyme*. Obtenido de Mi negocio: <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/plan-de-negocios-para-pymes#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20plan%20de,y%20el%20potencial%20de%20crecimiento>.
- [6] Calvas, G. a. (14 de octubre de 2022). *Mapa de provincia de Loja*. Obtenido de Mapa del canton Calvas: [https://www.google.com/search?q=mapa+de+cariamanga&tbm=isch&ved=2ahUK EwjsyrfZp-j7AhXsUN8KHZ2hApAQ2-cCegQIABAA&oq=mapa+de+caria&gs\\_lcp=CgNpbWcQARgAMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDoECCMQJzoICAAQg](https://www.google.com/search?q=mapa+de+cariamanga&tbm=isch&ved=2ahUK EwjsyrfZp-j7AhXsUN8KHZ2hApAQ2-cCegQIABAA&oq=mapa+de+caria&gs_lcp=CgNpbWcQARgAMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDIFCAAQgAQyBQgAEIAEMgUIABCABDoECCMQJzoICAAQg)
- [7] Camacho, M. (2019). *equipos de oficina*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=mesa+de+cyber&bih=680&biw=1246&hl=es&s>

xsrF=ALiCzsYTUQFK1YveTaG\_sDnMz-Y-  
y6Oq1A%3A1671060658150&ei=slyaY8DaCMLJkvQPm7OfSA&ved=0ahUKEwj  
A-  
7SHovr7AhXCpIQIHZvZBwkQ4dUDCA8&uact=5&oq=mesa+de+cyber&gs\_lcp=  
Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAzIGCAA

- [8] Carrasco, V. (7 de junio de 2017). *PLAN DE NEGOCIOS UNA GU A EMPRESARIAL PARA PEQUE OS NEGOCIOS*. Obtenido de Observatorio Economía Latinoamericana. ISSN: 1696-8352:  
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/plan-negocios-ecuador.html#:~:text=El%20plan%20de%20negocios%20para,de%20negocios%2C%20incluida%20la%20nueva.>
- [9] Chambi, G. (26 de abril de 2022). FX choice. *proyeccion de oferta , estudio de mercado*, pág. 8.
- [10] *Clarín & Cultura* . (24 de Noviembre de 2020). Obtenido de Qué es el método inductivo: significado, pasos y ejemplos: [https://www.clarin.com/cultura/que-es-el-metodo-inductivo-significado-pasos-y-ejemplos\\_0\\_6AL5shQEw.html](https://www.clarin.com/cultura/que-es-el-metodo-inductivo-significado-pasos-y-ejemplos_0_6AL5shQEw.html)
- [11] Ealde. (14 de febrero de 2019). *Características, componentes y objetivos del Plan de Negocio*. Obtenido de DIRECCIÓN GENERAL:  
<https://www.ealde.es/caracteristicas-componentes-objetivos-plan-de-negocio/>
- [12] Elizalde, M. (15 de mayo de 2022). *clasificacion del marketing mix*. Obtenido de Marketign mix:  
[https://www.google.com/search?q=marketing+mix&sxsrf=ALiCzsYISyRcupkILeR4k1JdIyYkARhuFA%3A1670886369860&ei=4bOXY7-QNKSJwbkP2P2RgA0&oq=mar&gs\\_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQARgAMgQII](https://www.google.com/search?q=marketing+mix&sxsrf=ALiCzsYISyRcupkILeR4k1JdIyYkARhuFA%3A1670886369860&ei=4bOXY7-QNKSJwbkP2P2RgA0&oq=mar&gs_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQARgAMgQII)

xAnMgQIIxAnMgoILhDHARCvARBDMgoILhDHARCvARBDMgQIABBDMgo  
IABCxAxCDARBDMgQILhBDMgQIABB

- [13] Esparza, J. L. (2022). *Potencial de demnda* . España: Análisis y evaluación de potencial de demada .
- [14] Ferrer. (2016). Obtenido de <http://ferrerconsultor.blogspot.com/2011/11/organigrama-funcional-de-la-empresa.html>
- [15] Flores, M. (23 de febrero de 2020). *Empresas y negocios*. Obtenido de mision y vision: <https://concepto.de/mision-y-vision/>
- [16] Garat, J., & Sanchez Moreno, F. (15 de julio de 2019). *Plan de negocio:we pets*. Obtenido de plan de negocio:we pets: <http://hdl.handle.net/10908/16840>
- [17] Grapsas, T. (22 de Noviembre de 2017). *Rockcontent*. Obtenido de Qué es Plaza en la mezcla de mercadotecnia y por qué es tan importante: <https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/>
- [18] Hidalgo, J. (22 de Agosto de 2013). *Mercado de Analisis* . Obtenido de Demanda Real: <https://www.google.com/search?q=demanda+real&oq=de&aqs=chrome.0.69i59l2j69i57j69i59j0i131i433i512l3j0i131i433j0i131i433i512l2.1924j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- [19] INEC. (15 de octubre de 2022). *consejo nacional de censo del Ecuador*. Obtenido de Censo Calvas,El Lucero: <https://www.dateas.com/es/explore/censo-poblacion-densidad-superficie-ecuador/el-lucero-501>
- [20] Llerena, B. (2016). planteamiento de negocio. *Plan de negocio para la instalacion de un negocio*, 45-56.
- [21] Loreda, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid : ESIC editorial.

- [22] Lucero., G. P. (28 de Noviembre de 2022). *El Lucero*. Obtenido de cariamanga tv:  
<https://www.google.com/search?q=gap+de+la+parroquial+el+lucero&oq=gap+de+la+parroquial+el+Lucer&aqs=chrome.1.69i57j33i10i160l2.20694j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- [23] Macas, A. (2021). *tipos de equipos de oficina*. Obtenido de  
[https://www.google.com/search?q=equipos+de+centros+de+computo&bih=680&biw=1246&hl=es&sxsrf=ALiCzsbh\\_K7\\_fLI0tG3j7P3SDbOcHGS3YQ%3A1671061946510&ei=umGaY\\_PhHunKwbkP\\_5-B2Ag&oq=e&gs\\_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAARgAMgQIIxAnMgQIIxAnMgQIIxAnMgUIABCABDIFCAAQgAQyCwgAEI](https://www.google.com/search?q=equipos+de+centros+de+computo&bih=680&biw=1246&hl=es&sxsrf=ALiCzsbh_K7_fLI0tG3j7P3SDbOcHGS3YQ%3A1671061946510&ei=umGaY_PhHunKwbkP_5-B2Ag&oq=e&gs_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAARgAMgQIIxAnMgQIIxAnMgQIIxAnMgUIABCABDIFCAAQgAQyCwgAEI)
- [24] Montaña, H. (15 de marzo de 2021). *wikipedia* . Obtenido de Demanda Efectiva:  
[https://www.google.com/search?q=demanda+efectiva&sxsrf=ALiCzsZglNomFfa4WAu-Y\\_tRVEat1koWrA%3A1670964930800&ei=wuaYY-ewMJHgXgGQ9aPQBg&oq=demanda+&gs\\_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAARgBMgQIIxAnMgQIIxAnMgQIIxAnMhAIABCABBCHAhCxAxCDARAUMhAIABCABBCHAhCxAxCDARAUMgsIABCA](https://www.google.com/search?q=demanda+efectiva&sxsrf=ALiCzsZglNomFfa4WAu-Y_tRVEat1koWrA%3A1670964930800&ei=wuaYY-ewMJHgXgGQ9aPQBg&oq=demanda+&gs_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAARgBMgQIIxAnMgQIIxAnMgQIIxAnMhAIABCABBCHAhCxAxCDARAUMhAIABCABBCHAhCxAxCDARAUMgsIABCA)
- [25] Montaña, M. (2018). *red La Naranja*. Obtenido de vision net :  
[https://www.google.com/search?q=wifi+router&source=lmns&bih=680&biw=1246&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjB1a\\_1q\\_r7AhVnbDABHfGJDaUQ\\_AUoAHoECAEQAA](https://www.google.com/search?q=wifi+router&source=lmns&bih=680&biw=1246&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjB1a_1q_r7AhVnbDABHfGJDaUQ_AUoAHoECAEQAA)
- [26] Navarro, J. (22 de junio de 2021). *el Blog Salomon* . Obtenido de La oferta:  
<https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>

- [27] NEC. (Nobriembre. de 2022). *Boletín Técnico*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Noviembre-2022/Bolet%C3%ADn\\_t%C3%A9cnico\\_11-2022-IPC.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2022/Noviembre-2022/Bolet%C3%ADn_t%C3%A9cnico_11-2022-IPC.pdf)
- [28] Orellana, P. (2020 de junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Método analítico: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>
- [29] Peiro, A. (16 de julio de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Demanda: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- [30] Pereda, M. (17 de noviembre de 2021). *Rockcontent*. Obtenido de Qué es el análisis de la demanda y cómo hacer: <https://rockcontent.com/es/blog/analisis-de-la-demanda/>
- [31] Portal. (2020). *El portal net*. Obtenido de cyber-portal: [https://www.google.com/search?q=cyber+el+portal+cariamanga+cabinas&tbm=isch&ved=2ahUKEwjcxJalrfn7AhWIDN8KHU5A7AQ2-cCegQIABAA&oq=cyber+el+portal+cariamanga+cabinas&gs\\_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJ1DbBljW5wRgsewEaABwAHgAgAHDAYgBmgqSAQMwLjmYAQCgAQGqAQtnD3Mtd2l6LWltZ](https://www.google.com/search?q=cyber+el+portal+cariamanga+cabinas&tbm=isch&ved=2ahUKEwjcxJalrfn7AhWIDN8KHU5A7AQ2-cCegQIABAA&oq=cyber+el+portal+cariamanga+cabinas&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECCMQJ1DbBljW5wRgsewEaABwAHgAgAHDAYgBmgqSAQMwLjmYAQCgAQGqAQtnD3Mtd2l6LWltZ)
- [32] Quiroa, M. (07 de enero de 2020). *producto*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/producto.html>
- [33] Referencial, D. (10 de Agosto de 2022). *Estructura Orgacional*. Obtenido de el organigrama: [https://www.google.com/search?q=organigrama&source=lmns&bih=680&biw=1258&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj\\_mNDBsej7AhXLPt8KHW29CKYQ\\_AUoAHoECAEQAA](https://www.google.com/search?q=organigrama&source=lmns&bih=680&biw=1258&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj_mNDBsej7AhXLPt8KHW29CKYQ_AUoAHoECAEQAA)



[43] Zambrano, A. (2 de abril de 2018). *Investigacion de mercado* . Obtenido de wikipedia:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n\\_de\\_mercados](https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados)

[44] Zaritama, J. (2020). *Estudio de mercado* 8. Italia : Los clientes compran a la empresa que desde su punto de vista, ofrece el valor.más alto entregado al cliente.

## 7. ANEXOS

**Anexo 7.1.** Modelo de la encuesta aplicada a los pobladores de la parroquia El Lucero

### ANEXOS



### INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “MARIANO SAMANIEGO”

*El instituto católico de la frontera sur*

ENCUESTA “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
CYBER- LIBRERÍA EN LA PARROQUIA EL LUCERO.”

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POSIBLES CLIENTES

Estimado amigo(a) dígnese a contestar las siguientes preguntas con absoluta sinceridad se le agradece.

**INDICACIONES:** Lea las preguntas que se plantean a continuación y responda con sinceridad.

**1. ¿Usa usted el servicio de internet?**

Si

No

**2. ¿Tiene usted el servicio de internet en su hogar por la red de Wi-fi?**

Si

No

**3. ¿Cuándo usted necesita utilizar el internet porque medio lo hace?**

- Uso de datos móviles mediante recargas.
- Pide a un amigo o familiar.
- No utiliza.

**4 ¿Con que frecuencia usted usa el internet para navegar?**

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

**5. ¿Cuántas horas diarias utiliza usted el servicio de internet?**

0 a 1 hora

1 a 2 horas

2 a 3 horas

**6. ¿Cuánto gasta diariamente en recargas a su cédular para poder tener acceso a internet?**

\$5-10

\$10-20

**7. ¿Si en la parroquia el Lucero se instalara un Cyber que brinde los servicios que usted necesite, estaría dispuesto a usarlo?**

Si

No

**8. ¿Qué más servicios debería tener un Cyber?**

Cafetería

Librería

Video juegos

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la hora del servicio de internet en un Cyber?**

\$1

\$1,10

\$1,15

\$1,25

**10. ¿Qué espera del servicio de internet? Marque una opción**

Rápido

Económico

Fácil manejo

**Gracias por su colaboración**

**Anexo 7.2.** Evidencia de la Realización de este Plan de Negocio

**Tabla 58.** Cronograma de Actividades

Meses/Semanas Actividades	Noviembre 2022				Diciembre 2022				Enero 2023				Febrero 2023				Marzo 2023			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Presentación y aprobación del tema			X	X																
Redacción de la primera parte de la Tesis					X	X	X	X												
Presentación del primer avance y correcciones de la Tesis					X															
Desarrollo de las fases de investigación(metodología)						X	X	X												
Análisis e Interpretación de Resultados									X	X	X									
Redacción del proyecto de Plan de Negocio para la parroquia El Lucero										X	X	X								
Determinar el VAN y TIR es decir todo el estudio financiero													X	X	X					
Presentación del Informe Final																	X			X
<b>Total</b>	<b>5 meses</b>																			