

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE INTERNET Y COMPLEMENTARIOS
“EL PORTAL.COM” EN EL MUNICIPIO DE LEBRIJA-SANTANDER**

OSCAR CONTRERAS JAIMES

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA “INSED”
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2005**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE INTERNET Y COMPLEMENTARIOS
“EL PORTAL.COM” EN EL MUNICIPIO DE LEBRIJA-SANTANDER**

OSCAR CONTRERAS JAIMES

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Director:
NELSON ENRIQUE MORENO
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA “INSED”
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2005**

DEDICATORIA

A Dios todo Poderoso
A Mi familia por su comprensión. Cariño y Apoyo
A mis amigos y compañeros por su
Motivación y colaboración
Y al Ingeniero Nelson E. Moreno
Por sus valiosos conocimientos

Oscar Contreras Jaimes

AGRADECIMIENTOS

El Autor expresa sus agradecimientos

A todos los profesores del Instituto de Educación a Distancia de la Universidad Industrial de Santander, quienes aportaron sus conocimientos para llevar a feliz termino el presente proyecto.

Al Ingeniero Nelson Enrique Moreno, quién a demás de poseer excelente calidad profesional y humano, orientó y dirigió desde sus inicios este trabajo de investigación y así cumplir con los objetivos propuestos.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron con la realización de este proyecto.

CONTENIDO

	Pág.
INT7RODUCCIÓN	20
1. GENERALIDADES	22
2. ESTUDIO DE MERCADOS	38
2.1. OBJETIVOS	38
2.1.1. General	38
2.1.2. Específicos	38
2.2. DESCRIPCION DEL SERVICIO	39
2.2.1. Definición, usos y especificaciones del servicio:	39
2.2.2. Productos sustitutos	40
2.2.3. Servicios complementarios:	41
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio:	41
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO:	42
2.3.1. Mercado Potencial:	42
2.3.2. Mercado Objetivo	42
2.4. DEMANDA:	43
2.4.1. Investigacion de mercados	43
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados análisis cuantitativo sobre el trabajo de campo aplicado a los habitantes del municipio de Lebrija sobre la necesidad de crear un centro de Internet	50
2.4.2 Estimación de la demanda	62
2.4.3 Evolución histórica de la demanda del servicio	62
2.4.3. Proyección de la demanda.	62
2.5. LA OFERTA	64
2.5.1. Necesidades de información	65
2.5.2. Análisis de la situación actual de la competencia	65

2.5.3	Proyección de la Oferta	66
2.6.	RELACIÓN ENTRE OFERTA Y DEMANDA	66
2.7.	CANALES DE COMERCIALIZACION	67
2.7.1.	Estructura de los canales actuales	67
2.7.2.	Ventajas y desventajas de los canales actuales.	67
2.7.3.	Selección de los canales de comercialización	68
2.8	PRECIO	68
2.8.1.	Análisis de precios de la Internet	68
2.8.2.	Estrategias de fijación de precios	69
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCION	69
2.9.1.	Objetivos	69
2.9.2.	Logotipo	70
2.9.3.	Lema	70
2.9.4.	Análisis de medios	70
2.9.5.	Selección de medios	71
2.9.6.	Estrategias publicitarias	71
2.9.7.	Presupuesto de publicidad y promoción	71
2.10.	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	72
3.	ESTUDIO TÉCNICO	75
3.1	TAMAÑO PROYECTO	75
3.1.1	Descripción del tamaño proyecto	75
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto	75
3.1.3	Capacidad del proyecto	76
3.2	LOCALIZACIÓN	78
3.2.1	Macro localización	78
3.2.2	Micro localización	78
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	81
3.3.1	Ficha técnica del servicio	81
3.3.2	Descripción técnica del proceso	81
3.3.3	Diagrama de operación proceso y procedimiento	83

3.3.4 Control de calidad	84
3.3.5 Recursos	84
3.3.6 Estudio de proveedores	86
3.3.7 Distribución planta	87
3.3.8 Logística de distribución	89
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	89
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	91
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	91
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	92
4.2.1 Visión	92
4.2.2 Misión	92
4.2.3 objetivos	93
4.2.4 Políticas	93
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	94
4.3.1 Organigrama.	94
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.	94
4.3.3 Asignación salarial	101
4.4 CONCLUSIONES DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO DESDE LO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	102
5. ESTUDIO FINANCIERO	103
5.1 INVERSIONES	103
5.1.1 Inversión Fija	103
5.1.2 Inversión diferida	105
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	106
5.1.4 Inversión Total	112
5.1.5 Fuentes de financiación	113
5.2 COSTOS	114
5.2.1 Costos fijos unitarios	114
5.2.2 Costos variables Unitarios	115
5.2.3 Costos total unitario	115

5.2.4 Precio de venta	116
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	116
5.3.1 Egresos Proyectados	116
5.3.2 Ingresos proyectados	117
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	120
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	120
5.6 ESTADO DE RESULTADOS	122
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	124
6.1 IMPACTO SOCIAL	124
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	124
6.3 EVALUACION FINANCIERA	124
6.3.1 Valor Presente Neto	124
6.3.2 Tasa Interna de Retorno TIR	126
6.3.3 Periodo de Recuperación	127
6.3.4 Análisis de las Razones Financieras	127
CONCLUSIONES	133
RECOMENDACIONES	135
BIBLIOGRAFIA	136
ANEXOS	138

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Mercado Potencial	42
Cuadro 2. Ficha técnica	47
Cuadro 3. ¿ Posee conocimiento acerca del manejo del servicio del Internet	50
Cuadro 4. ¿Utiliza usted el servicio de la Internet?	51
Cuadro 5. ¿Desde qué lugar se conecta al servicio de la Internet?	51
Cuadro 6. Cómo evalúa usted la calidad del servicio de conexión a la Internet?.	52
Cuadro 7. ¿Considera adecuada las instalaciones físicas?	53
Cuadro 8. ¿ A través de qué medios se enteró de la existencia del café Internet	54
Cuadro 9. ¿Con qué frecuencia y tiempo utiliza el servicio del Internet	55
Cuadro 10. ¿Cuanto paga usted por hora de servicio del Internet	56
Cuadro 11. ¿Cuándo visita un centro de Internet que otros servicios complementarios utiliza y cuanto invierte en ellos.	57
Cuadro 12. ¿Cómo evalúa la calidad de estos servicios?	58
Cuadro 13. ¿Qué otros servicios le gustaría que ofreciera el centro de Internet	59
Cuadro 14. ¿Qué factores no le han permitido usar el servicio del Internet?	60
Cuadro 15. ¿En qué lugar del municipio de Lebrija le gustaría que se ubicara el Centro de Internet.	61
Cuadro 16. Evolución histórica de la demanda	62
Cuadro 17. Cuantificación de la demanda	63
Cuadro 18. Proyección del Servicio de Internet	63
Cuadro 19. Proyección Servicios Complementarios	64
Cuadro 20. Publicidad de lanzamiento	72

Cuadro 21. Presupuesto de operación	72
Cuadro 22. De promoción	72
Cuadro. 26 Ponderación de factores	79
Cuadro. 27 Puntaje del factor	80
Cuadro. 28 Lugar de ubicación del centro	80
Cuadro 29. Ficha Técnica del servicio	81
Cuadro 30. Diagrama de operación proceso y procedimiento	83
Cuadro 31. Descripción y perfiles de cargos	95
Cuadro. 32 Asignación salarial	101
Cuadro 33. Maquinaria y equipo	103
Cuadro. 34. Equipo de Oficina	104
Cuadro 35. Herramientas	105
Cuadro 36. Total Inversión Fija	105
Cuadro 37. Inversión diferida	106
Cuadro 38. Amortización de diferidos	106
Cuadro 39. Insumos	107
Cuadro 40. Mano obra directa	108
Cuadro 41. CIF del servicio	108
Cuadro 42. Depreciación de Inversión fija	109
Cuadro 43. Costos del servicio	109
Cuadro 44. Nómina administrativa	110
Cuadro 45. Gastos generales	110
Cuadro 46 Gastos de Admón. y ventas;	110
Cuadro 47. Amortización del crédito	111
Cuadro 48. Total capital de trabajo	112
Cuadro 49. Inversión Total	113
Cuadro 50. Fuentes de financiación	113
Cuadro 51. Costos Totales	114
Cuadro 52. Costos fijos unitarios	115
Cuadro 53. Costos Variables Unitarios	115

Cuadro 54. Costo total unitario	116
Cuadro 55. Precio de venta	116
Cuadro 56. Egresos proyectados	117
Cuadro 57. Ingresos de Internet	118
Cuadro 58. Ingresos de Impresión	118
Cuadro 56. Ingresos de Scanner	118
Cuadro 60. Ingresos de Quemador de CDS	118
Cuadro 61. Ingresos de llamadas internacionales vía Internet	119
Cuadro 62. Ingresos por capacitación	119
Cuadro 63. Ingresos totales	119
Cuadro 64. Punto de equilibrio de cada servicio	120
Cuadro 65. Flujo de caja proyectado	121
Cuadro 66. Estado de resultados	122
Cuadro 67. Balance General Proyectado	123
Cuadro 68. Valor Presente Neto	125
Cuadro 69. Valor de la tasa interna de retorno (TIR)	126
Cuadro 70. Razón corriente	127
Cuadro 71. Capital de trabajo	128
Cuadro 72. Nivel de endeudamiento	128
Cuadro 73. Rotación de patrimonio	129
Cuadro 74. Rotación de activos totales	129
Cuadro 75. Margen bruto de rentabilidad	130
Cuadro 76. Margen de operación	130
Cuadro 77. Margen neto de ganancias	131
Cuadro 78. Rentabilidad de capital	131
Cuadro 79. Rentabilidad de inversión	132

LISTA DE FIGURAS

	Pág
Figura 1. Retroalimentación de la Internet	23
Figura 2. Distribución de planta El Prtal.com	88
Figura 3. Organigrama	94

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfica. 1 Crecimiento de la Internet en Colombia	29
Gráfica. 2 Penetración del servicio de la Internet	30
Gráfica 3. ¿Posee conocimiento acerca del manejo del servicio del Internet	50
Gráfica 4. ¿Utiliza usted el servicio de la Internet?	51
Gráfica 5. Desde qué lugar se conecta al servicio de la Internet?	52
Gráfica 6. ¿Cómo evalúa usted la calidad del servicio de conexión a la Internet?.	53
Gráfica 7. Considera adecuada las instalaciones físicas?	53
Gráfica 8. A través de qué medios se enteró de la existencia del café Internet	54
Gráfica 9. Con qué frecuencia y tiempo utiliza el servicio del Internet	55
Gráfica 10. Cuanto paga usted por hora de servicio del Internet	56
Gráfica 11. Cuándo visita un centro de Internet que otros servicios complementarios utilizan y cuanto invierte en ellos	57
Gráfica 12. Cómo evalúa la calidad de estos servicios?	58
Gráfica 13. Qué otros servicios le gustaría que ofreciera el centro de Internet	59
Gráfica 14. Qué factores no le han permitido usar el servicio del Internet?	60
Gráfica. 15 ¿En qué lugar del municipio de Lebrija le gustaría que se ubicara el Centro de Internet.	61

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Diseño de Encuesta	139
Anexo B. Distribución de Planta	143
Anexo C: Logotipo de la Empresa	144

GLOSARIO

ACCAPLE T.V.: es canal de televisión regional, subsidiado por el ende estatal, Alcaldía de Lebrija y dedicado al cubrimiento de las labores, inquietudes y necesidades de la comunidad.

COLDAPAC: es una red colombiana de transmisión de datos, especialmente para compañías, entidades que manejan gran número de equipos y desean contactar su red con la Internet.

COMPARTEL: es un programa de desarrollo expuesto por el Ministerio de Comunicaciones para prestar los servicios de acceso a la Internet, utilizando centros comunitarios en los diferentes municipios del país.

CONEXIÓN SATELITAL: tecnología basada en mensajes de navegación GPS, permitiendo la comunicación desde un área geográfica lejana utilizando una señal satelital.

FIBRA ÓPTICA: tecnología para transmitir información como pulsos luminosos a través de un conducto de fibra de vidrio. La fibra óptica transporta mucha más información que el Cable de cobre convencional.

IMPRESIÓN: proceso mecánico mediante el cual se trazan letras o imágenes sobre un soporte, generalmente papel.

INTERNET: es una red de redes a escala mundial de millones de computadoras interconectadas por un conjunto de protocolos, donde se puede compartir datos, recursos y servicios.

SCANNER: dispositivo capaz de leer imágenes estáticas y enviarlas al ordenador para imprimir y modificar según el usuario.

SISTEMA DE COMPUTO: es un conjunto de elementos físicos y electrónicos (hardware), los cuales funcionan ordenadamente bajo el control de programas (software) ejecutados por un usuario.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE INTERNET Y COMPLEMENTARIOS “EL PORTAL.COM”, EN EL MUNICIPIO DE LEBRIJA SANTANDER.*

AUTOR: Contreras Jaimes Oscar **

PALABRAS CLAVES: Factibilidad, Servicio de Internet y Complementarios, Viabilidad.

DESCRIPCIÓN

El presente estudio tiene como finalidad evaluar la viabilidad para crear un Centro dedicado a la prestación de Servicio de Internet y Complementarios en el Municipio de Lebrija Santander, efectuado con el apoyo de la comunidad mayor de doce años, identificando e investigando cuidadosamente, cada uno de los factores que inciden directa o indirectamente con el proyecto.

La investigación de Mercados, permitió identificar el mercado de mayor conveniencia para este proyecto de manera que se preste una serie de servicios con mejor calidad que la de la única competencia, de tal manera que los usuarios sean los más beneficiados.

El proyecto se encuentra diseñado dentro de los aspectos técnicos, que permitieron definir el tamaño, localización, necesidades de capital y equipos tecnológicos, además de contar con fundamentos organizacionales que permitan ser definidos en la misión y visión, los cuales bajo una serie de políticas se ven reflejadas en las metas de la empresa a mediano y largo plazo.

El respectivo análisis financiero, demuestra la viabilidad del proyecto evidenciando que económicamente es rentable, bajo una inversión no muy alta, indicando la estabilidad que puede tener el Centro de Internet.

* Proyecto de grado

** Universidad Industrial de Santander. Instituto de Educación a Distancia INSED. Gestión Empresarial. Ingeniero Nelson Enrique Moreno.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A CENTER OF BENEFIT OF SERVICES DE INTERNET AND COMPLEMENTARY THE PORTAL.COM", IN THE MUNICIPALITY DE LEBRIJA SANTANDER.*

AUTHOR: Contreras Jaimes Oscar**

KEY WORDS: Feasibility, Service of Internet and Complementary, Viability.

DESCRIPTION

The present study has as purpose to evaluate the viability to create a Center dedicated to the benefit of Service of Internet and Complementary in the Municipality of Lebrija Santander, made with the support of the community bigger than twelve years, identifying and investigating carefully, each one of the factors that you/they impact direct or indirectly with the project.

The investigation of Markets, allowed to identify the market of more convenience for this project so that a series of services is lent with better quality that that of the only competition, in such a way that the users are those more beneficiaries.

The project is designed inside the technical aspects that allowed to define the size, localization, capital necessities and technological teams, besides having organizational foundations that allow to be defined in the mission and vision, which I lower a series of political they are reflected in the goals of the company to medium and I release term.

The respective financial analysis, demonstrates the viability of the project evidencing that economically it is profitable, under an investment not very high, indicating the stability that can have the Center of Internet.

* Degree project

** Industrial university of Santander. Institute of Education at Distancia INSED. Managerial Administration. Engineer Nelson Enrique Moreno.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años ha aumentado la conformación de microempresas, sobre todo de índole familiar, haciéndose una opción importante a la hora de generar empleo estable.

Actualmente muchas de las pequeñas empresas se ven en la necesidad de crecer, iniciando con planes que permiten ampliar su infraestructura, maquinaria, instalaciones físicas y aumento en la contratación del personal calificado que permita la innovación de nuevos y mejores productos y servicios.

Muchas veces para crecer como empresa, hay que conocer a fondo la realidad del mercado y como influye este en un proyecto de esta magnitud. Para tal situación hay que mantener una orientación profesional en estos temas, que radica en la dinámica de la economía del país.

Este enfoque puede llevar a una empresa a conocer y aprovechar los recursos con que cuenta la organización hacia un ambiente más abierto y de participación con los usuarios, quienes son en últimas la razón de la empresa.

Es necesario justificar la ejecución de un proyecto de tal magnitud, que se pueda satisfacer las necesidades de una población que busca el conocimiento y mejoramiento de las condiciones en que se desenvuelve.

Una forma de solucionar es con este proyecto de la actualidad que busca mejorar y llevar a cabo la ejecución de estudios necesarios para facilitar la toma de decisiones, como lo son:

- Estudio de Mercados, que incluirá un análisis del mercado actual, determinando el segmento al cual están dirigidos los servicios y los canales utilizados por la empresa, estableciendo características esenciales de la demanda y oferta, frente a la competencia.
- Estudio técnico que analizará la infraestructura de la empresa para determinar la capacidad y organización técnico-administrativo de la misma.
- Estudio financiero que contemplará la inversión total del proyecto, abarcando un análisis de rentabilidad que determine el monto, origen y canalización de los recursos necesarios para su puesta en marcha.
- La evaluación de proyecto, determinará si es rentable, utilizando las índoles de valor presente neto, tasa interna de reforma y demás razones financieras.
- Mediante el conjunto de estudios necesarios, se dará la toma de decisiones y las respectivas conclusiones.

1. GENERALIDADES

En el mundo actual cuando las necesidades del ser humano se hacen cada vez mayores y la satisfacción de ellas son cada vez más complejas, surge día a día la necesidad de justificar nuevas ideas que pretenden lograr que estas estén al alcance del hombre.

La dificultad para acceder a la Internet es la rapidez con que surgen nuevas tecnologías, la capacitación en cuanto al tema y el costo que significa la utilización de este tipo de servicios.

A finales de la década de los 60, el ministerio de defensa de los Estados Unidos desarrolló una red experimental de computadores para aplicaciones e investigación de tipo militar, a la que se denominó ARPANET.

Las principales aplicaciones de la red Arpa, permitieron compartir recursos a lo largo de todo el país y desde sus comienzos los usuarios le dieron aplicaciones de intercambio de información.

INTERNET está formada por millones de computadores que están conectados a través de líneas telefónicas. Es una red de redes de computadores de cobertura mundial. No existe un sitio central al cual pueda uno conectarse, su campo de acción abarca no solo entidades de tipo gubernamental, sino también diferentes clases de compañías, universidades, centros de investigación y entidades de todo tipo, nadie es responsable de INTERNET.

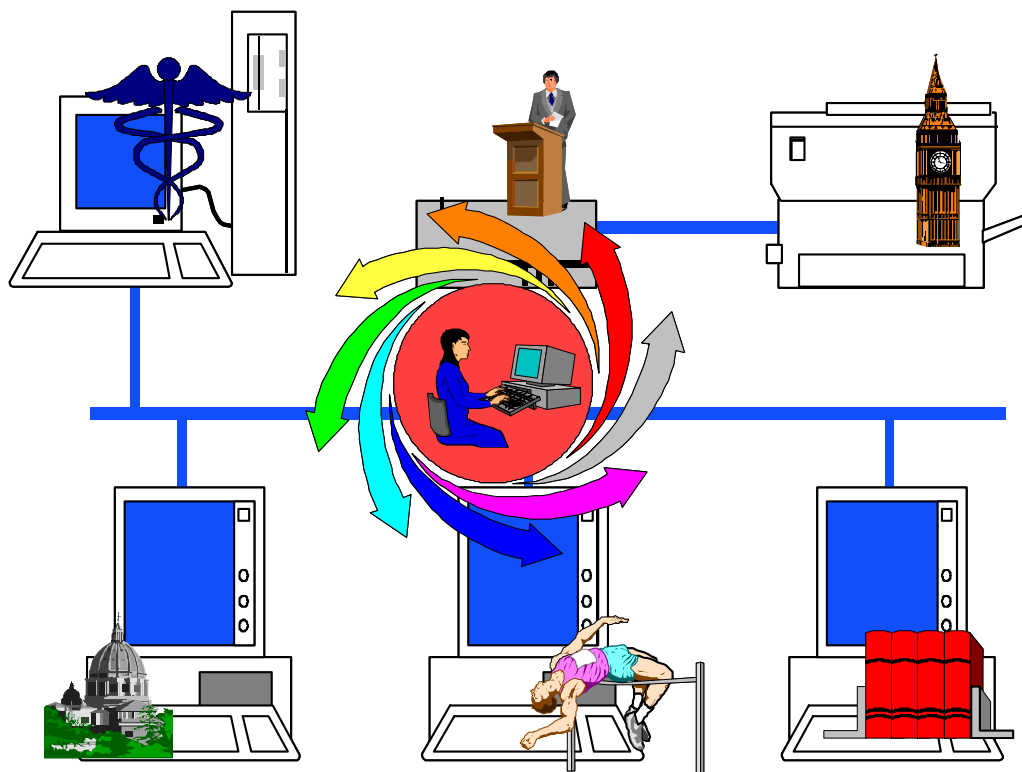
Algunas fuerzas de INTERNET son más poderosas que otras pero eso no les da derecho a dirigir la red, la red no pertenece a nadie, es una asociación cooperativa, algo caótica, de redes independientes, solo hay algunos entes

reguladores que establecen estándares para la forma en que la información fluye por INTERNET.

En el mundo hay 60 millones de personas que entran en contacto con INTERNET mediante un computador para comunicarse, compartir información, leer noticias, copiar programas, gráficos, etc.

En Diciembre de 1993, se firmó el acuerdo 003 entre COLCIENCIAS y el ICFES para trabajar conjuntamente en la búsqueda de una solución para la conexión de Colombia al INTERNET, este acuerdo dio como resultado la creación de la Red Colombiana de Ciencia y Tecnología (CETCOL).

Figura. 1 Retroalimentación de la Internet



Fuente: mincomunicaciones.gov.co. Compartel, sección programas de desarrollo.

Mediante INTERNET se tiene acceso a bases de datos especializadas. La red permite consultar cientos de bibliotecas con información específica en distintas disciplinas. En algunos sitios de la red hay cantidades enormes de información gratuita.

Los usuarios de INTERNET pueden consultar bases de datos internacionales, comunicarse por correo electrónico (e-mail) con millones de computadores, se puede compartir información con personas enlazadas a diversos grupos de interés, se puede obtener información gratuita, “bajar” a su computador software de dominio público (gratuito), comprar programas de computador, libros, y otros artículos, y solicitar soporte técnico a empresas de computadores o a otros tipos de empresas. Además, se pueden consultar las más grandes bibliotecas y centros de información alrededor del mundo; por ejemplo: la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, museos grandes y pequeños alrededor del mundo, y los centros de información de las mejores universidades del mundo. Igualmente, esta gigantesca red se puede usar para obtener herramientas de computación, como drivers (manejadores de dispositivos del computador) y actualizaciones de programas, todo a través de la línea telefónica. El acceso en línea a revistas y periódicos es otro de los beneficios, los artículos no solo se pueden leer en la pantalla del computador sino que se pueden “bajar” para tener copias en disco o en impresora de los usuarios, la compra se realiza cargando la cuenta al número de la tarjeta de crédito internacional, como las que cualquier entidad financiera ofrece actualmente. Las compras electrónicas son otra posibilidad de INTERNET. Hay compañías que colocan catálogos electrónicos en la red, disponibles para todo el mundo.

Ventajas de la Internet:

- Mecanismos rápidos y eficientes de flujo e intercambio de información.
- La globalización de la información, la comunicación y el conocimiento.

- Permite la comunicación y participación a millones de personas de todo el mundo.

Desventajas de la Internet:

- Dificultad para navegar a través de la compleja red de información y de servicios.
- La saturación del ciberespacio.
- La creciente congestión de las redes telefónicas.
- Aumenta la brecha educativa entre usuarios y analfabetas de la tecnología.

Servicios que ofrece la Internet:

El ingreso a la red INTERNET permite utilizar innumerables servicios electrónicos y tener acceso a un mar de información.

Los principales servicios que se encuentran en la red son:

- Es un servicio en línea que le permite al usuario realizar una conexión con una máquina remota, conectada en cualquier parte del mundo, a través de la red. Como la conexión es independientemente de la distancia, se puede establecer con una máquina dentro de la misma oficina, dentro del mismo edificio, ciudad, país o con un sitio lejano ubicado incluso en otro continente.
- Cuando se establece la comunicación, el teclado y la pantalla del terminal del computador quedan como dispositivos de la máquina con la cual se ha realizado la conexión. Entonces es posible hacer uso de todos los servicios que ofrece la máquina remota a todos sus terminales locales, como si se estuviera en el mismo sitio.

- El correo electrónico permite vincular a varios millones de usuarios de todo el mundo, en forma rápida y económica por medio de llamadas telefónicas locales.
- A través del correo electrónico es posible también comunicarse con servicios comerciales en línea, como CompuServe, Prodigy y América online, donde se cobra tarifa por ciertos servicios. Además se pueden enviar y recibir mensajes de empresas y personas que tienen su propio sistema de correo electrónico, si estas tienen alguna salida a INTERNET.

Otros servicios:

- Los grupos de información o Bulletin Boards. Estos grupos mantienen discusiones interactivas sobre temas específicos, con frecuencia, quienes participan en estos grupos son expertos en la materia que se discute. Con solo enviar un mensaje electrónico al grupo, se podrá obtener respuesta de personas con mucha experiencia o encontrar información en forma fácil y rápida, además podrá participar en las discusiones si lo desea.

Los requerimientos para hacer uso de los servicios de INTERNET son:

- Tener necesidad de conseguir alguna información.
- Contar con conocimientos básicos del uso de un computador que esta equipado con módem y conectado a línea telefónica.
- Conseguir la conexión a INTERNET, sin importar si es de tipo permanente o conmutado; para esto necesita un browser (sistema de exploración), un login y una clave de acceso autorizados.

Modalidades de acceso a INTERNET:

Para la conexión por una red telefónica pública no se necesita sino una línea telefónica y un computador con módem. El servicio de conexión ofrece dos diferentes modalidades de acceso: a través de la red telefónica común o enlace conmutado, o mediante un enlace dedicado. Telecom ofrece adicionalmente la posibilidad de conectarse por medio de COLDAPAC, una red colombiana de transmisión de datos.

COLDAPAC es otra opción de conexión, especialmente para compañías. El enlace dedicado a su vez, le sirve a entidades y empresas que desean contactar varios PC de su red de computadores con INTERNET. Lo que se hace es conectar el servidor de la red de la empresa a la red. La tarifa mensual del enlace dedicado (algo más de \$1,000,000) es independiente del número de computadores conectados.

Acceso a la Internet desde Colombia: Muchas de las opciones de INTERNET son gratuitas para aquellos que tienen acceso a la red. Otras requieren suscripciones o el pago de recargos.

En los últimos cuatro (4) años la Internet se ha consolidado como el mejor medio de comunicación en términos de costo - beneficio, creciendo a mayor velocidad con la que lo hicieron la radio y la televisión en su momento. Este nuevo canal permite la publicación de información en cantidad y calidad que otros medios sería impensable realizar, entre otras cosas, por el alto costo del espacio.

Este concepto es más o menos aceptado por todo el mundo pero, para la mayoría, la gran preocupación sigue siendo: ¿Cuánta gente usa Internet en Colombia? Saber cuantos son ahora no es importante comparado con cuantos serán en los siguientes meses.

Si se aceptara el modelo de países desarrollados donde cada usuario cuenta con una computadora y una línea telefónica en su hogar, el potencial de crecimiento de la Internet en países como Colombia sería limitado.

No se puede olvidar que el desarrollo de la Internet en cualquier parte del mundo descansa en la infraestructura pública y privada de las telecomunicaciones.

El número de usuarios de Internet en Colombia creció 54.2% el año pasado. En Diciembre del 2003 había 3.084.232 Usuarios, según el informe anual de la Comisión de Regulación de las Telecomunicaciones. La entidad presentó su balance anual del sector y en el se detalla que la penetración de Internet creció el año pasado al llegar a 6.9% a finales del 2003, frente al 4.6% que registraba a finales del 2002. De igual modo se discrimina la población de Internet en el país así: 2.136.894 se conectan por acceso conmutado (telefónico), mientras 947.338 lo hacen por acceso dedicado (cable, XDSL, fibra óptica, radio o satélite).

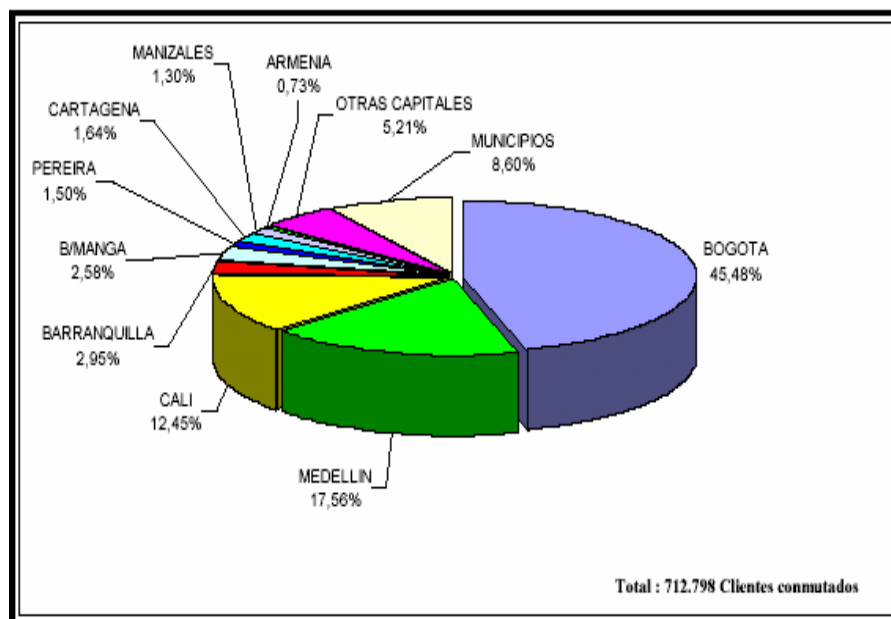
El crecimiento vertiginoso del uso de la Internet permite visualizar la alta demanda que posee este servicio. El acceso conmutado (que se realiza por vía telefónica desde un MODEM o con líneas RDSI, usualmente en hogares y pequeñas oficinas) sigue siendo preponderante; representa el 69.2% de las conexiones, relegando al acceso dedicado (por fibra óptica, satélite, entre otros.)

En Bucaramanga, algunos de los proveedores del servicio de conexión a INTERNET, son Telecom, Compartel, Telebucaramanga, entre otros.

Diciembre del 2003 había 3.084.232 Usuarios, según el informe anual de la Comisión de Regulación de las Telecomunicaciones. La entidad presentó su balance anual del sector y en el se detalla que la penetración de Internet creció el año pasado al llegar a 6.9% a finales del 2003, frente al 4.6% que registraba a

finales del 2002. De igual modo se discrimina la población de Internet en el país así: 2.136.894 se conectan por acceso conmutado (telefónico), mientras 947.338 lo hacen por acceso dedicado (cable, XDSL, fibra óptica, radio o satélite).

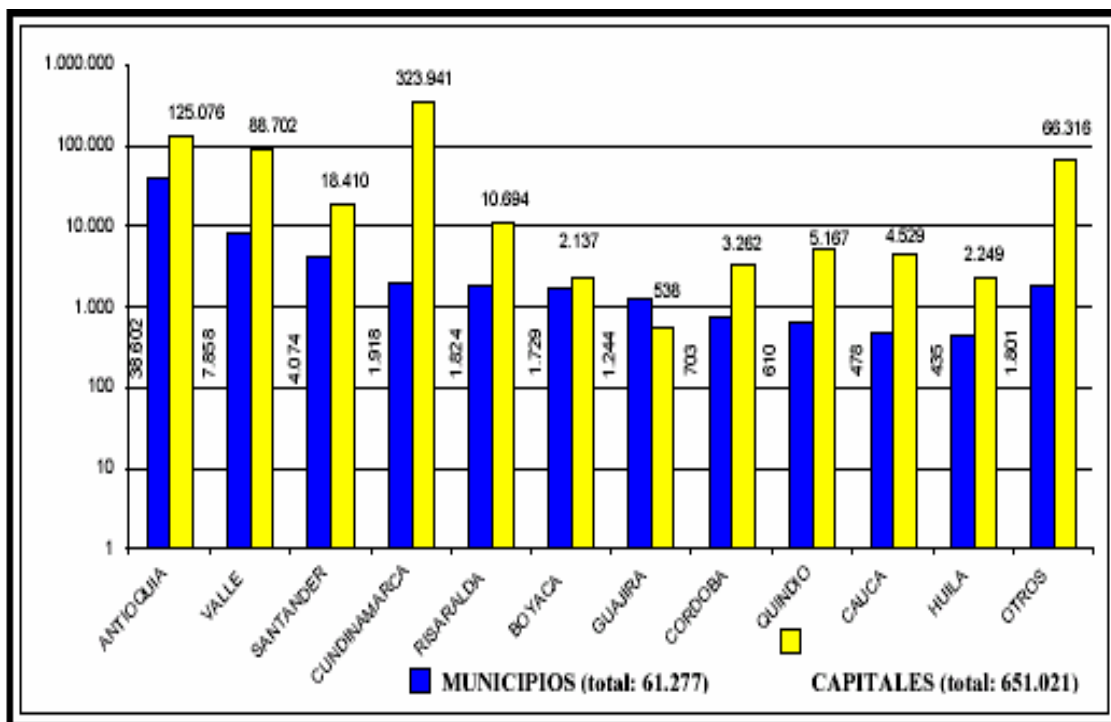
Gráfica. 1 Crecimiento de la Internet en Colombia



Fuente: mincomunicaciones.gov.co. Compartel, sección programas de desarrollo

Se destaca el crecimiento en la ciudad de Bucaramanga en un 58.3%, lo que demuestra un crecimiento gradual de la dispersión de la penetración del servicio de Internet.

Gráfica. 2 Penetración del servicio de la Internet



Fuente: mincomunicaciones.gov.co. Compartel, sección programas de desarrollo

El acceso conmutado por demanda se ha constituido en una opción importante para aquellos usuarios que por su necesidad de desplazamiento o por sus requerimientos puntuales, necesitan conectarse a Internet esporádicamente o por periodos de tiempo cortos. De acuerdo por los datos suministrados por los operadores el número de usuarios de esta modalidad ha permanecido estable con 837.336 usuarios reflejando un incremento del 3.24%, manteniéndose como un grupo representativo del conjunto de tipos de acceso conmutado. El número de usuarios que utiliza el acceso por demanda se halla tomado como referencia un valor de 3 usuarios por cada suscriptor residencial, suponiendo con esto que en cada familia un adulto y dos jóvenes en promedio son los usuarios de cada suscripción.

Acceso la fibra óptica (FO): En la última década la fibra óptica ha pasado a ser una

de las tecnologías más avanzadas que se utilizan como medio de transmisión. Los logros con este material fueron más que satisfactorios, desde lograr una mayor velocidad y disminuir casi en su totalidad ruidos e interferencias, hasta multiplicar las formas de envío en comunicaciones y recepción por vía telefónica.

La fibra óptica está compuesta por filamentos de vidrio de alta pureza muy compactos. El grosor de una fibra es como la de un cabello humano aproximadamente. Fabricadas a alta temperatura con base en silicio, su proceso de elaboración es controlado por medio de computadoras, para permitir que el índice de refracción de su núcleo, que es la guía de la onda luminosa, sea uniforme y evite las desviaciones.

Como características de la fibra se puede destacar que son compactas, ligeras, con bajas pérdidas de señal, amplia capacidad de transmisión y un alto grado de confiabilidad ya que son inmunes a las interferencias electromagnéticas de radio-frecuencia. Las fibras ópticas no conducen señales eléctricas, conducen rayos luminosos, por lo tanto son ideales para incorporarse en cables sin ningún componente conductor y pueden usarse en condiciones peligrosas de alta tensión.

Características del sector:

Acceso Comunitario: En los centros de acceso comunitario que han sido puestos en funcionamiento en los diferentes municipios por parte del programa COMPARTEL del Ministerio de Comunicaciones, se vienen prestando los servicios de acceso a Internet.

El Programa COMPARTEL ha sido diseñado por el Ministerio de Comunicaciones, con el apoyo del Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo

FONADE, como una solución encaminada a facilitar el acceso universal de los colombianos a los servicios de telecomunicaciones, en aquellas localidades rurales o urbanas que no cuentan con estos servicios o que lo tienen de forma insuficiente.

ASPECTOS LEGALES

Según el Código del comercio:

"Art. 31.- Plazo para solicitar la matrícula. La solicitud de matrícula será presentada dentro del mes siguiente a la fecha en que la persona natural empezó a ejercer el comercio o en que la sucursal o el establecimiento de comercio fue abierto.

Tratándose de sociedades, la petición de matrícula se formulará por el representante legal dentro del mes siguiente a la fecha de la escritura pública de constitución o la del permiso de funcionamiento, según el caso, y acompañará tales documentos.

El mismo plazo señalado en el inciso primero de este artículo se aplicará a las copropiedades o sociedades de hecho o irregulares, debiendo en este caso inscribirse todos los comuneros o socios.

Matricula Mercantil: Verifique en la Cámara de Comercio que no existe un nombre igual o similar, a través del trámite de la Carta de estudio de nombre comercial.

» Diligencie el formulario de establecimiento de comercio y la carta de apertura del mismo en los formatos establecidos por la Cámara de Comercio

» Presentar los documentos anteriores ante nuestras ventanillas de atención al público en cualquiera de las seccionales de la Cámara de Comercio

» Si usted se encuentra matriculado como comerciante y desea abrir otro establecimiento con el mismo nombre al ya matriculado, no es necesario realizar el trámite de estudio del nombre comercial.

Los documentos deberán ser presentados personalmente por el Representante Legal o propietario del establecimiento de comercio o con autenticación de las firmas.

Dentro de los servicios de telecomunicaciones se encuentran los públicos domiciliarios de telefonía pública básica conmutada y telefonía local móvil en el sector rural, regulado por la ley 142 de 1994 y los servicios no domiciliarios de telecomunicaciones, entre los cuales esta el Internet.

La ley 44 de 1993. Especifica penas entre dos y cinco años de cárcel, así como el pago de indemnizaciones por daños y perjuicios, a quienes cometan el delito de piratería de software. Se considera un delito el uso o reproducción de un programa de computador de manera diferente a como es esta estipulado en la licencia.

La ley 603 de 2000. La cual estipula que todas las empresas deben reportar en sus informes anuales de gestión de cumplimiento de las normas de propiedad intelectual y derechos de autor, autorizando a la DIAN para supervisar y a las superintendencias para vigilar y controlar.

Decreto 2775 de 2003. Por el cual se reglamenta el artículo 207-2 del estatuto tributario.

Artículo 15. Se da renta exenta del impuesto sobre la producción de software durante un periodo de 10 años, desde el 2003 hasta el 2012.

La explotación del software se halla comprendido a través de actividades como la elaboración, enajenación, comercialización o licenciamiento del software certificado.

Registro Único Tributario: La secretaria Nacional de Telecomunicaciones llevará un registro de quienes comercialicen los servicios que se prestan sobre la Internet.

Una vez presentada la documentación y previo el análisis respectivo, la Secretaria Nacional de Telecomunicaciones procederá al registro de la personas naturales o jurídicas y la emisión del Certificado de Registro que será entregado al interesado. Este certificado tendrá una duración de un (1) año y podrá ser renovado previo el pago de los derechos correspondientes y a la actualización de la información requerida.

Control: La Superintendencia de Telecomunicaciones es la encargada de controlar y sancionar a los propietarios del negocio que preste el servicio de la Internet en caso de que se presenten irregularidades en los funcionamientos.

Licencia del Software: Los equipos que prestan el servicio de Internet deben poseer Licencia en todo su Software, de lo contrario puede generar repercusiones legales. El costo del licenciamiento puede llegar a ser no muy cómodo pero constituye la legalidad de la actividad¹.

En la actualidad los sistemas de información se han convertido en necesidad fundamental de cualquier individuo para el desarrollo de cualquier actividad o tarea a desempeñar. Los adelantos tecnológicos han permitido que las nuevas tecnologías estén cada vez al alcance de quienes las requieran.

Lebrija, siendo un Municipio alejado del área metropolitana, ve reflejada en su

¹ Resolución 461-19 CONATEL 2004. Solicitud de registro de Cybercafes.

comunidad la carencia de conocimiento y acceso a la tecnología virtual, debido a una serie de in proyecciones de quienes lo habitan, miedo a invertir y a ingresar en estos nuevos adelantos tecnológicos.

Se puede decir que como Municipio es considerado una comunidad que se encuentra en atraso y su desarrollo es lento, ante la gran tecnología que se presenta en su entorno, paralelo a esto en los líderes no hay la capacitación continua que permita el fortalecimiento de la misma y facilite la renovación de sus derechos y deberes.

Debido a este tipo de consideraciones también se ve reflejado en la comunidad el deseo de ser partícipes del normal desarrollo que presenta la ciencia y la tecnología.

Por tanto se cree que cuando en una comunidad de este tipo se prestan servicios que van en beneficio del desarrollo continuo de sus habitantes, hay gran acogida y aceptación al momento de ser utilizados.

Pero gracias a que así como van surgiendo nuevas necesidades; el hombre también crea facilidades que de una u otra forma hace que su satisfacción no sea inalcanzable.

De esta forma, basados en lo anterior, se ha observado que el municipio de Lebrija Santander, presenta problemas de actualización en la tecnología virtual.

Por esta razón una gran parte de la comunidad del municipio, carece de los servicios de la Internet al alcance de sus manos.

Según los datos recopilados en el último censo realizado en el primer trimestre del

año en curso, se puede afirmar que de los 23.308 habitantes del municipio del Lebrija aproximadamente el 40% son estudiantes de primaria, secundaria, universidad y otros. Con respecto a los establecimientos educativos que ofrecen la capacitación el tema de la Internet no cuentan con las herramientas y tiempo necesario para el adecuado manejo del servicio.

Debido a todo lo anterior cabe preguntar ¿En qué forma se ha visto afectado el municipio de Lebrija, por la falta de establecimientos que brinden a la comunidad la satisfacción de las necesidades en el uso de la Internet?

Se cree que esta propuesta es muy favorable, pues en este lugar se podrá encontrar todo lo que el consumidor necesite sin salir del municipio; porque en realidad son muy pocas las personas que pueden contar con los elementos necesarios en su hogar y esto obliga a tener que valerse de otros medios para desplazarse a otros lugares, lo cuál ocasiona pérdidas de dinero y tiempo muy valioso.

Se piensa que con este planteamiento la población del municipio de Lebrija, podría contar con esta variedad de servicios, en un lugar cerca de su casa y con todo lo que los avances exigen, ya que todo lo que implica sistematización es algo normal en la vida diaria y es un requisito importante para las múltiples tareas.

Este tipo de Centro de Internet permitiría a la comunidad Lebrijense una nueva faceta para adquirir y utilizar los servicios virtuales y tecnológicos, como es la capacitación en Internet, scanner, impresión y llamadas Internacionales vía Internet en un lugar cómodo, agradable, oportuno, amplio y eficiente al momento de necesitar utilizar un servicio.

Con éste Centro de Internet se quiere:

Que la población Lebrijense empiece a estar a la vanguardia de la Internet, y sus servicios complementarios de tal manera que allí no solo se puedan satisfacer una sino varias necesidades que encaminen a la comunidad al aprendizaje y la utilización de las nuevas tecnologías.

Como futuros Gestores Empresariales, de una u otra forma se puede aportar ideas y conocimientos, permitiendo analizarlos y así poder tomar las decisiones que permitan satisfacer las principales necesidades de servicios virtuales, para así facilitar a los estudiantes de primaria, secundaria, universidad y demás personas interesadas, que puedan requerir los servicios de la Internet.: investigación, información y digitación de trabajos.

Cabe denotar que en la actualidad no existe un centro de Internet adecuado que preste este servicio y los pocos y escasos privilegiados que poseen el acceso a la Internet en su casa es debido a su solidez económica, además quienes ofrecen el servicio, no alcanzan a cubrir el tan alto número de usuarios que demanda la utilización del mismo, debido a que la disponibilidad de equipos de computadora es mínima y que el personal que orienta al usuario no posee la capacitación necesaria, ni el tiempo que este requiere.

El municipio de Lebrija por su ubicación geográfica y por encontrarse a las afueras de la capital Santandereana, no cuenta con la infraestructura tecnológica de manera que se pueda realizar la conexión por medio de vía satelital.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. General. Realizar un estudio de mercados para determinar la demanda y oferta del uso del Internet y los servicios complementarios y las condiciones en las cuales se prestará dichos servicios en el Municipio de Lebrija.

2.1.2. Específicos

- Evaluar la demanda potencial en términos de preferencias y usos en cuanto a la necesidad del servicio de la Internet.
- Conocer las vías de acceso de Internet que permiten la prestación del servicio en el municipio de Lebrija a un bajo costo, para ofrecer un servicio económicamente accesible.
- Identificar el precio que ofertan los escasos establecimientos que prestan el servicio de la Internet en el municipio de Lebrija.
- Determinar cuales son los valores agregados y servicios complementarios que ofrecen al momento de utilizar el servicio de la Internet que permitan el posicionamiento del Centro de Internet en Lebrija.
- Conocer la población objetivo a la cual está dirigida los servicios del Centro de Internet.
- Identificar la oferta de este tipo de servicios en el área de influencia del Centro de Internet.

- Establecer canales y medios que identifiquen los servicios que prestará el Centro de Internet.

2.2. DESCRIPCION DEL SERVICIO

2.2.1. Definición, usos y especificaciones del servicio. Definición: Este es un servicio que permitirá reunir una serie de herramientas tecnológicas que están encaminadas al servicio de la Internet y demás servicios complementarios.

Usos: Este tipo de servicios se podrá utilizar a fin de:

- . Búsqueda de información
- . Noticias
- . Actualidad
- . Comunicación visual, oral y escrita.
- . Correo

La utilización que el usuario final le da a este servicio puede variar según la ocasión; lo que si es claro es que hoy en día no solo importa la parte del conocimiento e investigación, sino también la del entretenimiento ya sea tanto en campos como temas de actualidad, en juegos, estrenos cinematográficos, revistas y demás información que sean de interés del usuario.

Además permitirá la interacción de conocimientos entre usuarios y la satisfacción de encontrar todos los servicios necesarios reunidos en un lugar acorde a sus necesidades (impresión, scanner, quemador de CD, llamadas internacionales vía Internet y orientación básica en el uso de las herramientas del Internet).

Se puede encontrar, al menos, diversas formas del uso de Internet entre los usuarios. Cada una de ellas es fruto de las distintas necesidades y expectativas de

los usuarios con respecto a su interacción con la red e implican patrones de navegación específicos.

Entre los principales usos se tienen:

- Búsqueda de información.
- Actualidad.
- Noticias.
- Juegos.
- Compras.
- Contactos.
- Publicidad.
- Negocios.

Especificaciones del Servicio: También se dará lugar a la prestación de un servicio rápido cómodo y estable con unas instalaciones físicas amplias para el normal desarrollo de las actividades a ejercer por los usuarios.

Se busca que el tipo de conexión, es decir la red llene los requisitos de actualidad, de tal manera que el usuario sienta que el servicio que se presta en este lugar satisfaga sus múltiples necesidades, y que el servicio sea óptimo y seguro.

2.2.2. Productos sustitutos. Dependiendo del uso final del servicio, los productos sustitutos que se pueden encontrar son:

- Revistas.
- Noticieros.
- Libros.
- Informes especializados.

- Programas de investigación.
- Material multimedia.

Estos servicios sustitutos se presentan cuando no se cuenta con la tecnología disponible para el acceso del servicio de Internet.

2.2.3. Servicios complementarios. Este servicio se puede complementar con nuevos adelantos tecnológicos que permitan conectarse con otros servidores más rápidos y acceder a una información mas detallada sobre algún tema en particular, además de ofrecer servicios especiales como vídeo-conferencias, audio-conferencias y transmisión de gran volumen de datos.

Igualmente se prestarán los servicios complementarios de Scanner, impresión, quemador de CD y Llamadas internacionales por Internet y orientación básica en la utilización del Internet.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio. Se caracteriza por ser un sitio específico donde se concentraría un grupo de personas para hacer uso del servicio de Internet, lo cual permite que se presente intercambio de conocimientos entre los usuarios.

Contar con un espacio con las condiciones necesarias de iluminación, temperatura.

Privacidad y comodidad, que permitan un grato y buen aprovechamiento en la utilización del servicio.

Ofrecer orientación en el uso de la Internet de manera que este pueda realizar el mejor aprovechamiento del servicio.

2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1. Mercado Potencial. Está comprendido por los habitantes del municipio de Lebrija,

Cuadro. 1 Mercado Potencial

Habitantes	Cantidad
HOMBRES	10.506
MUJERES	12.802
TOTAL HABITANTES	23.308

Fuente: Departamento de recolección de información DANE, Alcaldía de Lebrija.

2.3.2. Mercado Objetivo. Según datos suministrados por el Departamento de recolección de información DANE, Alcaldía de Lebrija, se requiere alcanzar la población de 16.316 habitantes mayores de 12 años (Mujeres y Hombres) los cuales se concentran en centros educativos, lugares de trabajo, y demás sitios independientes dado que estos requieren la necesidad de adquirir información actualizada.

Dicho mercado objetivo se halla distribuido de la siguiente manera:

- Estudiantes	6.363
- Empleados	5.711
- Independientes	4.242
TOTAL:	16.316

2.4. DEMANDA

Objetivos

- Determinar el segmento actual al cual están dirigidos los servicios de la Internet.
- Evaluar la demanda del mercado actual en términos de preferencia y uso sobre este tipo de servicios.
- Conocer al tiempo que tiene la población estudiantil, empleados e independientes, mayores de 12 años del municipio de Lebrija al momento de hacer uso del servicio de la Internet.
- Identificar la capacidad económica que posee este tipo de usuarios del servicio de la Internet.
- Establecer el nivel de información que poseen estos posibles usuarios en cuanto al servicio de la Internet.
- Conocer las diferentes estrategias que utiliza la población de los sectores, estudiantil, empleados e independientes del municipio de Lebrija para acceder al servicio de la Internet y complementarios.

2.4.1. Investigación de mercados

- **Planteamiento del Problema.** Cuando se crea una necesidad, siempre se trata de dar una solución viable que mejore la información, en este caso lo es para el municipio de Lebrija. Se busca que con este tipo de idea, sus habitantes puedan acceder de manera fácil, rápida y eficiente utilizando un

lugar que brinde estas oportunidades y es por esto que se piensa en un centro de Internet.

Para poder afrontar un ambiente de cambio es necesario observar el proceso de decisión de compra, el cual se puede ver como una solución de problemas. Así pues, el usuario atraviesa un número de etapas antes de tomar la decisión de compra sobre algo.

- Reconocimiento de una necesidad: El usuario es impulsado por la necesidad para acceder al servicio de la Internet.
- Elección de un Nivel de Participación: El usuario determina cuanto tiempo y esfuerzo puede invertir en la utilización del servicio.
- Identificación de Alternativas: El usuario recopila la información acerca de las diferentes opciones que se tiene para acceder al servicio de la Internet.
- Evaluación de Alternativas: Allí se ponderan las ventajas y desventajas al momento de utilizar el servicio de la Internet.
- Decisión: El usuario toma la decisión de utilizar el servicio según le sea conveniente.
- Comportamiento: El usuario busca la seguridad de haber tomado la decisión correcta sobre el sitio donde utiliza el servicio de la Internet.

También puede presentarse algunos factores que inciden al momento de utilizar el servicio, estos son:

- Factores sociales: Los usuarios Lebrijences y sus decisiones individuales se

ven afectadas por las fuerzas sociales que lo rodean y se caracterizan cuando identifican el ambiente en el cual se va a utilizar el servicio.

- Factores Psicológicos: En este aspecto se trata que en la comunidad lebrijence tome gran importancia la motivación, la percepción, el aprendizaje, la personalidad.
- Factores Situacionales: En este se puede deducir que cuando hay nuevas ideas y modernas acciones que van en ayuda de la comunidad se desprende el cuándo, cómo, por qué y en que condiciones se adquiere el servicio de la Internet.
- Precio: De acuerdo al precio del servicio depende la cantidad de usuarios. Esta variable determina la manera como se va a ofrecer el servicio.
- Ingresos de los Usuarios: El nivel de ingresos del usuario lebrijence es muy bajo, siendo así determinante en el momento de utilizar un centro de Internet.

Debido a esto es importante utilizar una manera práctica que ayude a fundamentar y recopilar la información más adecuada que vaya de acuerdo al pensamiento de los usuarios del municipio de Lebrija, observando y preguntando lo necesario para realizar este estudio.

- **Necesidades de información.** Se recolecta información que permita realizar un análisis detallado al momento de utilizar un Centro de Internet, además el atractivo hacia el servicio, la frecuencia para utilizarlo y las características que influyen en el mismo. Se tiene en cuenta lo siguiente:

Recopilación de datos Primarios: Son recopilados por medio de un cuestionario (Encuesta), el cual es desarrollado para la aplicación y utilización de la Internet a

nivel metodológico expuesto en la propuesta de creación de un centro de Internet en el municipio de Lebrija.

También se tiene en cuenta un proceso de consulta de fuentes secundarias como lo son las revistas, paginas de Internet y lugares donde se encuentran este tipo de establecimientos.

- **Ficha técnica**

Cuadro 2. Ficha técnica

<p>Tipo de Investigación</p>	<p>Investigación exploratoria: Se empleará con el objeto de definir el problema y desarrollar un planteamiento adecuado. También se analizarán datos secundarios que permitan identificar el tipo de servicio de la Internet que se requiere en el municipio de Lebrija. En este estudio se podrá determinar los gustos y preferencias por parte de los usuarios finales para con este tipo de servicio.</p> <p>Investigación concluyente descriptiva: Con ella se podrá conocer las características y funciones del mercado para obtener la información, tanto cualitativa como cuantitativa del mismo.</p>
<p>Método de Investigación:</p>	<p>Observación: Con este método se puede identificar la manera en como se desenvuelve los habitantes del municipio de Lebrija al momento de necesitar el uso de la Internet</p> <p>Análisis: Con este método se permite conocer la realidad en la que se encuentran los habitantes del municipio de Lebrija en cuanto a la utilización y acceso a la Internet. De manera que se puedan dar avances que permitan el mejoramiento, soluciones y desarrollo a la necesidad presentada.</p>
<p>Fuentes de Información:</p>	<p>Primarias: Toda la información recopilada fue extraída de las opiniones personales de los habitantes del Municipio de Lebrija, mayores de 12 años que comprende los estudiantes de secundaria y educación superior, empleados, amas de casa, comerciantes y desempleados que en su totalidad son 16.316.</p> <p>Secundarias: Textos, documentos, páginas de Internet y lugares donde se prestan este tipo de servicios.</p>
<p>Técnicas de recolección de información</p>	<p>La obtención de datos se llevará a cabo mediante la observación, entrevistas, encuestas y experiencias propias tomada de los habitantes del Municipio de Lebrija-Santander</p> <p>Los encuestadores serán los encargados del desarrollo de la</p>

	<p>encuesta dirigida a la población objetivo de la cual se logrará obtener la mayor información que permita suplir la necesidad que presentan los habitantes del municipio de Lebrija en cuanto al uso de la Internet.</p>
Instrumento	<p>El instrumento a utilizar será el siguiente:</p> <p>Tipo cuestionario: Es un cuestionario para encuesta realizado personalmente.</p> <p>Estructura de las preguntas:</p> <p>Preguntas no estructuradas: Son preguntas abiertas que los entrevistados responden con sus propias palabras.</p> <p>Preguntas estructuradas: Son preguntas que ofrecen al entrevistado en forma previa un grupo de alternativas a escoger</p>
Modo de Aplicación	<p>El modo de aplicación de dicha encuesta será en forma directa y con un cuestionario de preguntas de opinión y respuesta selectiva, logrando un cuestionario claro y sencillo para no aburrir al entrevistado.</p> <p>En esta encuesta en ningún momento se darán preguntas que puedan comprometer la opinión del encuestado. Toda la información obtenida tendrá como único propósito el desarrollo en cuanto al problema del servicio de la Internet presentado en el municipio de Lebrija.</p>
Definición de Población	<p>La población definida para este estudio es la siguiente:</p> <p>Personas del sector estudiantil mayores de 12 años; empleados, e independientes, que en su totalidad son 16.316.</p>
Proceso de Muestreo	<p>En este proceso se refiere al número de elementos que se incluye en el estudio y el cual será tomada de la población y seleccionada mediante la siguiente formula².</p>

² INSTITUTO PARA EL FOMENTO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR. Serie aprender a investigar. Vol. 2. Bogotá. Imprenta Nacional 2001. pag. 56.

	$n = \frac{(N) \times (p) \times (q) \times (z)^2}{(e)^2 \times (N-1) + (z)^2 \times (p) \times (q)}$ <p> n = muestra N = Población = 16.316³ p = prob. Acept. = 0,8 q = prob. Rechazo = 0,2 e = error est. = 5% z = Nivel de confianza = 1.96% </p> $n = \frac{(16.316) \times (0.8) \times (0.2) \times (1.96)^2}{(0,05)^2 \times (16.316-1) + (1,96)^2 \times (0,8) \times (0,2)}$ <p>n = 242,23 = 243 encuestas.</p>
Marco Muestral	En este marco la población estudiantil a encuestar se halla distribuida de la siguiente forma: Estudiantes: 6.363 / 16.316 = 0,39 x 243 = 95 encuestas. Empleados 5.711 / 16.316 = 0.35 x 243 = 85 encuestas Independientes: 4.242 / 16.316 = 0.26 x 243 = 63 encuestas
Alcance:	Esta cobertura geográfica se halla determinada por la población del municipio de Lebrija, teniendo como base los habitantes del área rural y urbana.
Tiempo de Aplicación	El tiempo de aplicación para dichas encuestas es de 15 días hábiles.

Fuente: Departamento de recolección de información DANE, Alcaldía de Lebrija.

Se piensa que por ser este un proyecto que representa para la comunidad Lebrijense una solución hacia la satisfacción de una necesidad de tipo tecnológico, se asignan los valores de P=0.8 y Q= 0.2, dando como referencia la aceptación hacia este tipo de servicios de manera positiva y dejando así una probabilidad de rechazo casi escasa, además para que en el momento de hacer uso del número

³ Departamento de recolección de información DANE, Alcaldía de Lebrija.

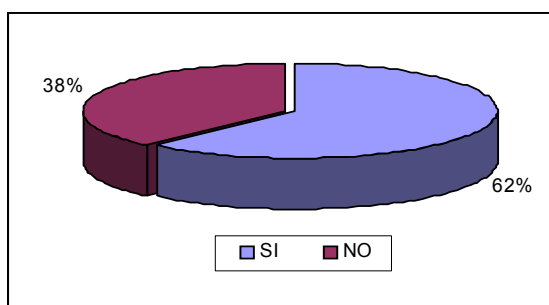
de encuestas facilite la información requerida y presentada, según la opinión de los encuestados.

- **Tabulación, presentación y análisis de resultados análisis cuantitativos sobre el trabajo de campo aplicado a los habitantes del municipio de Lebrija sobre la necesidad de crear un centro de Internet.** Los datos obtenidos fueron el resultado de 243 encuestas aplicadas a personas de los dos sexos, mayores de 12 años, domiciliadas en el sector urbano y rural del municipio de Lebrija. De igual forma se tomo la ocupación primaria de cada sujeto para establecer su necesidad frente al uso de la Internet.

Cuadro 3. ¿ Posee conocimiento acerca del manejo del servicio del Internet

PREGUNTA	No. PERSONAS	No. PERSONAS
SI	151	62%
NO	92	38%
TOTAL	243	100%

Gráfica 3. ¿Posee conocimiento acerca del manejo del servicio del Internet

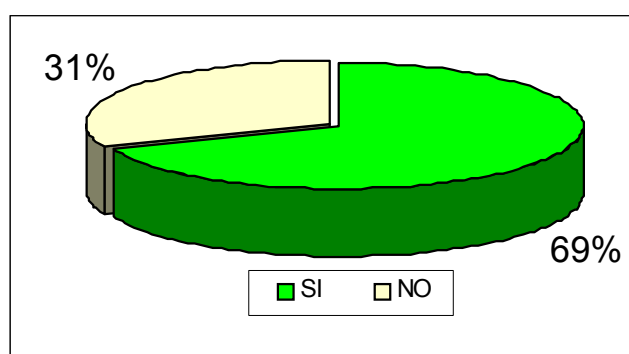


Más de la mitad de población manifiesta saber que es la internet, lo cual es favorable a la hora de la prestación del servicio, este conocimiento hace que la mayoría pueda navegar con mayor rapidez ejercitando el normal desarrollo de las actividades.

Cuadro 4. ¿Utiliza usted el servicio de la Internet?

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
SI	168	69%
NO	75	31%
TOTAL	243	100%

Gráfica 4. ¿Utiliza usted el servicio de la Internet?

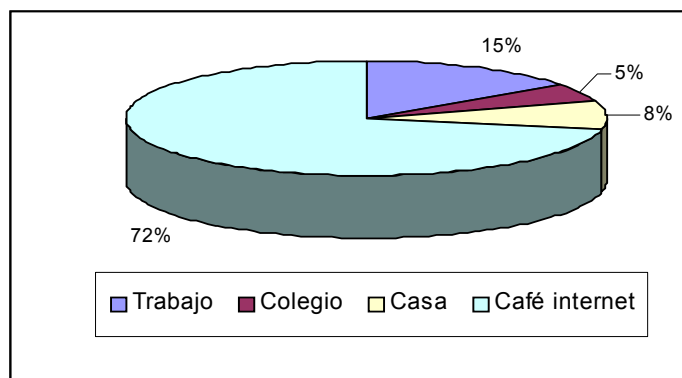


Aunque la gran mayoría de la población utiliza este servicio, es importante también concentrarse en la porción restante que constituye aquellos usuarios que puedan utilizar el servicio pero no lo hacen por falta de un lugar que preste este servicio adecuadamente y sin límite de tiempo.

Cuadro 5. ¿Desde qué lugar se conecta al servicio de la Internet?

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
Trabajo	25	15%
Colegio	8	5%
Casa	14	8%
Café Internet	121	72%
TOTAL	168	100%

Gráfica 5. Desde qué lugar se conecta al servicio de la Internet?

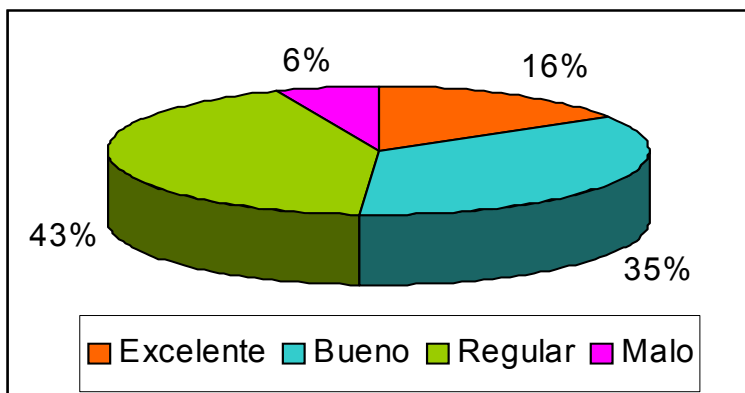


Definitivamente la población indica que este servicio lo utiliza en un Centro de Internet llamado Café Internet.com, evidenciando la preferencia de la población cuando se encuentra en la búsqueda de información, conocimiento y servicios complementarios.

Cuadro 6. Cómo evalúa usted la calidad del servicio de conexión a la Internet?.

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
Excelente	27	16%
Bueno	59	35%
Regular	72	43%
Malo	10	6%
TOTAL	168	100%

Gráfica 6. ¿Cómo evalúa usted la calidad del servicio de conexión a la Internet?.



Según la opinión de la población encuestada, se halla que la calidad de conexión al servicio de la Internet, es regular en mayor posición, debido a una serie de factores, como lo son:

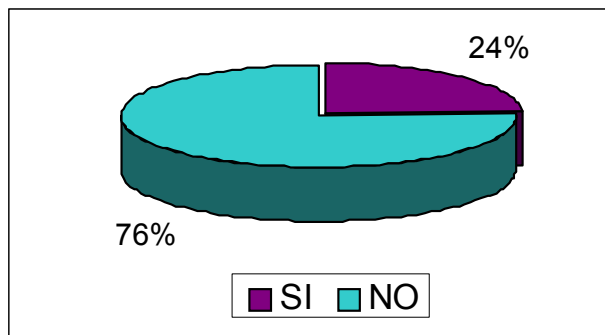
- No se cuenta con instalaciones y equipos adecuados.
- El mantenimiento de los equipos es escaso.
- La orientación hacia la utilización del servicio es escasa.
- El servicio de conexión es lento.

Lo anterior, indica un nivel de insatisfacción de los usuarios, al acceder a los servicios.

Cuadro 7. ¿Considera adecuada las instalaciones físicas?

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
SI	40	24%
NO	128	76%
TOTAL	168	100%

Gráfica 7. Considera adecuada las instalaciones físicas?

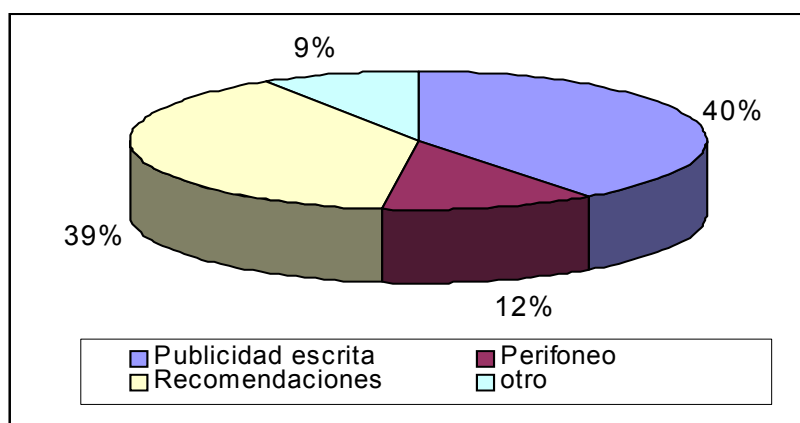


En esta respuesta se indica en relación con la anterior que las instalaciones físicas de la directa competencia de este proyecto no cumplen con las necesidades y requerimientos que los usuarios Lebrijenses deseen utilizar, por tanto no se posee espacio suficiente para hacer uso de los respectivos servicios.

Cuadro 8. ¿ A través de qué medios se enteró de la existencia del café Internet

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
Publicidad escrita	67	40%
Perifoneo	20	12%
Recomendaciones	66	39%
Otro	15	9%
TOTAL	168	100%

Gráfica 8. A través de qué medios se enteró de la existencia del café Internet

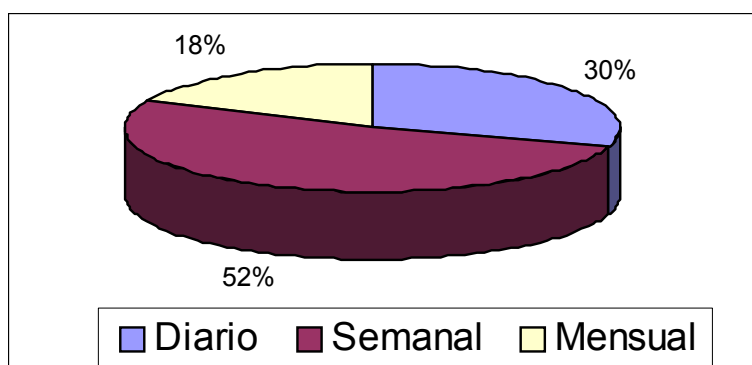


En un pueblo de esta magnitud, es importante utilizar los medios de mayor trascendencia en los usuarios, junto a la publicidad escrita se puede observar que las recomendaciones hacen que se conozca la imagen de un establecimiento, como lo es el Centro de Internet.

Cuadro 9. ¿Con qué frecuencia y tiempo utiliza el servicio del Internet

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE	PROMEDIO HORA/MES
Diario	51	30%	45 h
Semanal	87	52%	36 h
Mensual	30	18%	20 h
TOTAL	168	100%	35,87 h

Gráfica 9. Con qué frecuencia y tiempo utiliza el servicio del Internet



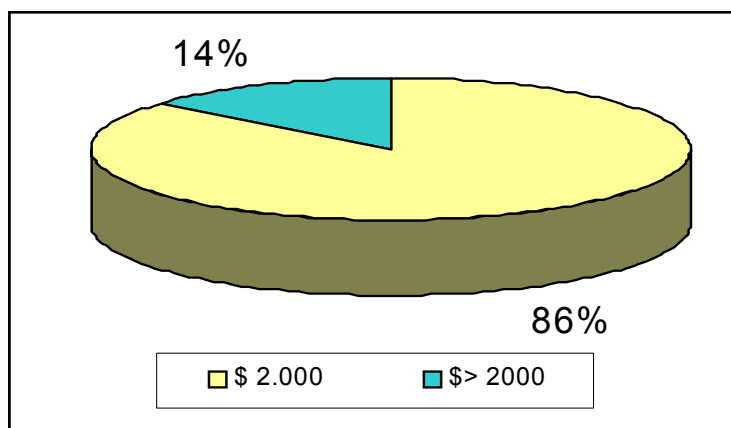
Según los resultados obtenidos en la encuesta, en su mayor parte, la población utiliza este servicio aproximado de 35,87 horas mensuales por persona, evidenciando así en los usuarios el deseo de frecuentar los centro de Internet.

Cuadro 10. ¿Cuanto paga usted por hora de servicio del Internet

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
\$ 2000	144	86%
\$> 2000	24	14%
TOTAL	168	100%

Fuente: Autor

Gráfica 10. Cuanto paga usted por hora de servicio del Internet

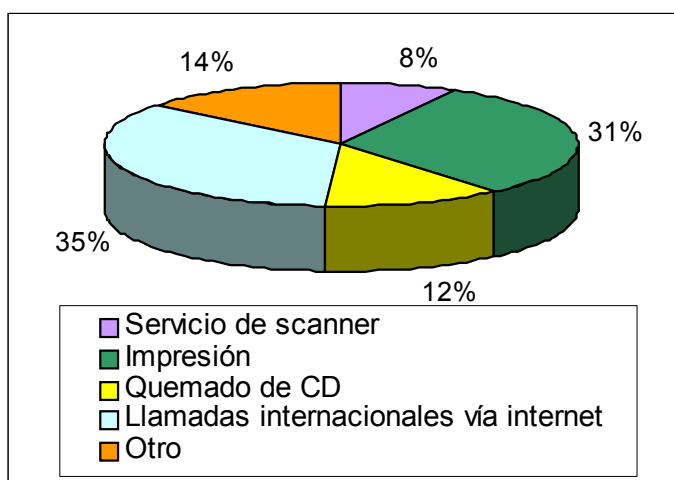


El valor promedio que se paga por hora de servicio de Internet es de 2150, precio que es elevado según la capacidad económica de la población encuestada.

Cuadro 11. ¿Cuándo visita un centro de Internet qué otros servicios complementarios utiliza y cuánto invierte en ellos?

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE	VALOR
Servicio de scanner	13	8%	\$1.800 hoja
Impresión	52	31%	\$ 300 hoja
Quemado de CD	20	12%	\$2.500 CD
Llamadas internacionales vía Internet	59	35%	\$1.200 minuto
Otro "Capacitación"	24	14%	\$4.000 hora
TOTAL	168	100%	\$9.800

Gráfica 11. Cuándo visita un centro de Internet qué otros servicios complementarios utilizan y cuánto invierte en ellos?



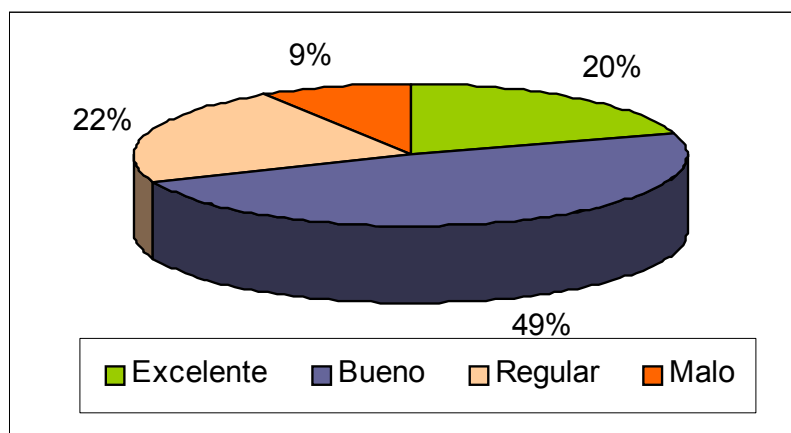
Para la población encuestada es importante que en un centro de Internet se presten los servicios básicos para el éxito del centro, por tanto, según la opinión de los encuestados se puede decir que cada persona invierte en estos servicios el siguiente valor: Scanner \$4.000 al mes, Impresión \$6.500 al mes, quemador de CD \$3.000, Llamadas internacionales vía Internet \$3.500 al mes y capacitación

\$2.000 al mes.

Cuadro 12. ¿Cómo evalúa la calidad de estos servicios?

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
Excelente	34	20%
Bueno	82	49%
Regular	37	22%
Malo	15	9%
TOTAL	168	100%

Gráfica 12. Cómo evalúa la calidad de estos servicios?



Con respecto a estos servicios se puede observar que para la población es buena, debido a una serie de apreciaciones como lo son:

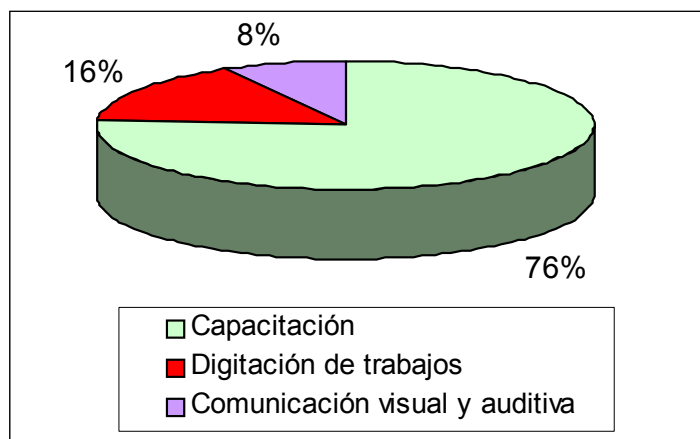
- El nivel de calidad de los servicios es rápido.
- Se aprecia la eficacia de su operador.
- Se ve la disponibilidad al prestar el servicio.

Pero se indica que se puede aprovechar mejor abriendo un mejor mercado más llamativo a las múltiples necesidades del usuario.

Cuadro 13. ¿Qué otros servicios le gustaría que ofreciera el centro de Internet

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
Capacitación	128	76%
Digitación de trabajos	27	16%
Chat y Audio	13	8%
TOTAL	168	100%

Gráfica 13. Qué otros servicios le gustaría que ofreciera el centro de Internet

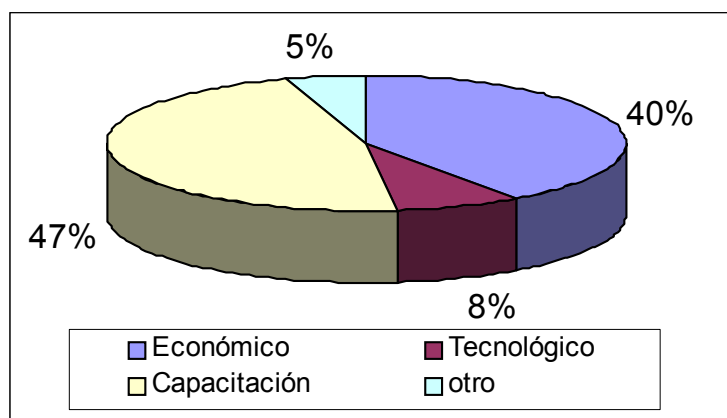


Se observa que la población encuestada desea que en centro de Internet se ofrezca un servicio de capacitación al usuario en cuanto al manejo de herramientas de la Internet; siendo un factor de apoyo al momento de acceso a la Internet.

Cuadro 14. ¿Qué factores no le han permitido usar el servicio del Internet?

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
Económico	30	40%
Tecnológico	6	8%
Capacitación	35	47%
Otro	4	5%
TOTAL	75	100%

Gráfica 14. Qué factores no le han permitido usar el servicio del Internet?

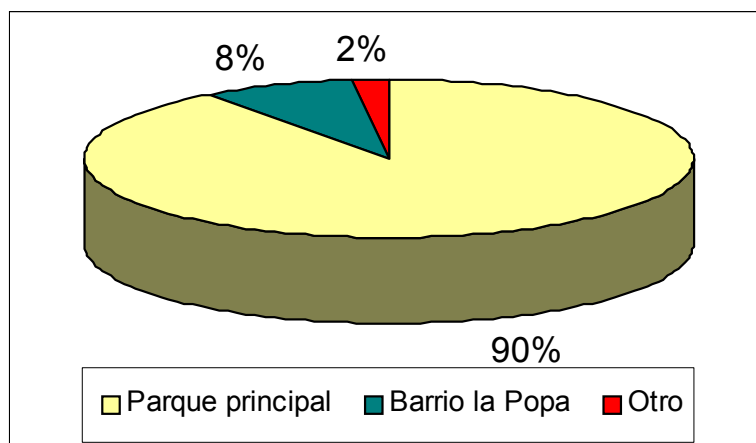


Al hacer referencia a esta pregunta se puede decir que el factor predominante para no utilizar frecuentemente el servicio de la Internet es la falta de capacitación, lo cual demuestra la necesidad de orientar al usuario, esto cogido de la mano con la poca capacidad económica, indicando el costo elevado por hora de servicios que se paga.

Cuadro 15. ¿En qué lugar del municipio de Lebrija le gustaría que se ubicara el Centro de Internet.

PREGUNTA	No. PERSONAS	PORCENTAJE
Parque principal	219	90%
Barrio la Popa	19	8%
Otro	5	2%
TOTAL	243	100%

Gráfica. 15 ¿En qué lugar del municipio de Lebrija le gustaría que se ubicara el Centro de Internet.



La ubicación y la centralidad del punto de la Internet, es indispensable para el acceso de los usuarios y el éxito del negocio. Esto se refleja en el 90% que quiere que sea en el alrededor del parque principal.

2.4.2 Estimación de la demanda. De acuerdo a lo establecido en el trabajo de campo, se puede estimar que la demanda tiene un promedio de utilización del servicio de la Internet de 35.87 horas al mes por usuario, según se aprecia en el cuadro No. 9, donde se tienen unos promedios de horas al mes por persona indicando:

- Diario = 45 horas
- Semanal= 36 horas
- Mensual= 20 horas

Y que al ser multiplicados por el porcentaje de participación dan como sumatoria el valor mencionado anteriormente; también se utilizan los servicios complementarios con más frecuencia , si hay un centro de Internet, que sea rápido, eficiente y que se caracterice por su calidad en la prestación del mismo.

2.4.3 Evolución histórica de la demanda del servicio. En el país, el uso del Internet se incremento en un 10% del total de la población del país del año 2004, el promedio de utilización internacional en el año 2004 es 12,7% si se toma como base este parámetro, el mercado nacional aún puede crecer en un 10% más⁴.

Cuadro 16. Evolución histórica de la demanda

AÑO	2000	2001	2002	2003	2004
POBLACIÓN	12.400	13.144	13.933	14.769	16.316

Fuente: Alcaldía de Lebrija, Departamento de recolección de información DANE, Dirección de Núcleo, Censos últimos años.

2.4.3 Proyección de la demanda. Tomando como referencia lo anterior se realizo la proyección de la demanda del proyecto a cinco años y haciendo uso de los

⁴ www.lainternet.com. Evolución internacional de la demanda de Internet.

respectivos datos obtenidos en el departamento de recolección de información DANE, Alcaldía de Lebrija, donde según su historial se cree que la población puede crecer hasta en un 8% durante los próximos cinco años, por tanto será uso de este modelo.

Cuadro 17. Cuantificación de la demanda

AÑO	2005	2006	2007	2008	2009
POBLACION	17.621	19.031	20.553	22.197	23.973

Fuente: Alcaldía de Lebrija, Departamento de recolección de información DANE, Dirección de Núcleo, Censos últimos años.

Para la proyección de la demanda de servicios de Internet, se tendrá en cuenta datos base según el cuadro 17 y según estudio de campo de los cuadros 4 y 5.

Cuadro 18. Proyección del Servicio de Internet

AÑO	Población proyecta > 12 años	Población utiliza Internet 69%	Población utiliza centros de Internet 72%	Proyección horas de Internet al año
2005	17.621	12.159	8.754	3.768.072
2006	19.031	13.131	9.454	4.069.380
2007	20.553	14.182	10.211	4.395.223
2008	22.197	15.316	11.028	4.746.892
2009	23.973	16.541	11.909	5.126.110

Fuente: Autor

Cuadro 19. Proyección Servicios Complementarios

	AÑO	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS				
		Scanner 8%	Impresión 31%	Quemador CD. 12%	Llamadas 35%	Capac. 14%
N Proyectada > a 12 años	1	17.621	17.621	17.621	17.621	17.621
	2	19.031	19.031	19.031	19.031	19.031
	3	20.553	20.553	20.553	20.553	20.553
	4	22.197	22.197	22.197	22.197	22.197
	5	23.973	23.973	23.973	23.973	23.973
Población utiliza Centro Internet según %	1	1.410	5.463	2.115	6.167	2.466
	2	1.522	5.900	2.284	6.661	2.664
	3	1.644	6.371	2.466	7.194	2.878
	4	1.776	6.881	2.664	7.769	3.107
	5	1.918	7.432	2.877	8.390	3.356
Ingresos proyectados por servicio	1	67.680.000	426.114.000	76.140.000	259.014.000	59.184.000
	2	73.056.000	460.200.000	82.224.000	279.762.000	63.936.000
	3	78.912.000	496.938.000	88.776.000	302.148.000	69.072.000
	4	85.248.000	536.718.000	95.904.000	326.298.000	74.568.000
	5	92.064.000	579.696.000	103.572.000	352.380.000	80.544.000

Fuente: Autor

2.5. LA OFERTA

Se pudo observar, según el trabajo de campo que Lebrija cuenta escasamente con un establecimiento pero no el más adecuado y amplio que permita satisfacer las múltiples necesidades de la comunidad mayor a 12 años, por tanto se piensa que con este proyecto se puede dar solución a las necesidades de los usuarios del servicio de Internet y complementarios.

Se debe tener en cuenta que la tecnología, instalación, equipos y adecuada atención son la base primordial del éxito de la prestación del servicio..

2.5.1. Necesidades de información. A continuación se presenta la información de la única competencia y se analizará su grado de situación en un mercado. Se utiliza el método de observación.

2.5.2. Análisis de la situación actual de la competencia. COMPARTEL, presta el servicio de Internet, impresión, digitación y quemador de CD, en el municipio de Lebrija Santander.

DEBILIDADES

- Sus instalaciones e infraestructura es muy pequeña para la alta demanda de usuarios.
- El horario de servicio es corto y limitado en un lapso de 10:00 a.m. – 12:00 m y 3:00 p.m. – 7:00 p.m. Lunes a Sábado y en ocasiones los domingos.
- La atención al cliente no es la más adecuada y calificada.
- Sus equipos y servicios son pocos y escasos.

FORTALEZAS

- Posee una alta participación en el mercado, debido a la falta de competencia fuerte.
- Se caracteriza por tener en ocasiones promociones de más horas de servicio a un menor valor, si se es cliente constante.

El restante de participación en el mercado, es cubierto por las diferentes instituciones, como lo son la Alcaldía, colegios y tal cual hogar en particular.

2.5.3 Proyección de la Oferta. Según datos obtenidos en el trabajo de campo y con la observación previa del autor, se puede decir que la empresa **COMPARTEL** tiene a su disposición lo siguiente:

- Una sala de Internet con 4 equipos (Computadoras)
- Una persona encargada del manejo y supervisión del mismo.
- Su promedio de utilización del servicio de Internet es de 5 horas diarias por equipo, (debido a su corto horario).
- Posee servicios adicionales de Impresión, digitación y quemador de CD.

También hay que tener en cuenta que sus servicios adicionales se les hacen escasos debido a la falta de capacitación de la persona encargada.

Según ellos se espera que en los próximos años se pueda doblar el número de horas de servicio de Internet, al igual que de computadoras y de servicios adicionales.

2.6 RELACIÓN ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Aunque por parte de la competencia no se pudo obtener la información necesaria, si hay que decir que en este caso se puede hablar de una demanda insatisfecha, debido a la falta de oferta de servicios que capten la atención de los usuarios.

Según datos obtenidos anteriormente, se puede afirmar que la utilización del servicio de la Internet va incrementándose, lo cual se cree que al competir con este proyecto la demanda insatisfecha puede ser la base de entrada al mercado en el municipio de Lebrija.

También se puede precisar que en la actualidad no se cuenta con un servicio ideal que sea acorde a las necesidades de la población.

Por otro lado no hay establecimientos adecuados, que brinden las opciones de servicios de Internet, por tanto se puede decir en acuerdo con la comparación del mercado estimado que hay lugar para entrar a competir con este proyecto.

Es importante tener en cuenta que debido a la escasa oferta de servicios de Internet y complementarios la demanda se halla insatisfecha, hasta tener que desplazarse a otros lugares para utilizar los servicios, ocasionando pérdida de tiempo y dinero. Con esto se quiere decir que hay mucha demanda para tan poca oferta.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Para este caso, se cuenta con un canal de comercialización directo en el servicio de la Internet y demás servicios complementarios, como lo es:

PRODUCTOR SERVICIO - USUARIO

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. El canal directo utilizado por la empresa prestadora del servicio de conexión a la Internet presenta lo siguiente:

VENTAJAS

- Se mantiene un contacto directo con el usuario, lo cual permite promover la imagen, los servicios y las inquietudes de los clientes.
- Facilita el conocimiento de ideas nuevas que hay en otras salas que ofrecen

este tipo de servicios.

- Se cuenta con una nueva serie de servicios reunidos en un mismo sitio.
- El punto de ubicación, hace que el usuario tenga el deseo y la necesidad de utilizar los diversos servicios.
- La amplitud de los horarios.
- La comodidad en las instalaciones.

DESVENTAJAS

- La utilización directa del servicio se puede prestar para la copia por parte de nuevas competencias.
- La amplitud en los horarios hace que en momentos hayan vacíos en los cuales la sala permanezca sola, sobre todo en horas de la tarde.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Esta empresa como productora de servicios, atenderá a los usuarios directamente por las cuales utilizará el canal de:

PRODUCTOR - CONSUMIDOR

2.8 PRECIO

2.8.1. Análisis de precios de la Internet. Para establecer la política de precios se basará con respecto a:

Costo: costo producción, gastos y demás que se incurran en el proceso.

Opinión del público: observando los resultados se pueden acordar que el precio promedio estimado en el mercado es de 2150.

Precio del mercado: se puede estimar el precio de la competencia directa, es de \$2000 y es la que más influye a la hora de establecer precios.

Se estima conveniente un valor igual, pero con un reflejo del valor agregado en la calidad, comodidad, atención y orientación hacia la utilización del servicio de la Internet.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios

Para la fijación de estrategias se debe considerar lo siguiente:

- La capacidad y espacio para el acceso a la Internet.
- La ubicación del centro de Internet.
- Los servicios complementarios.
- La calidad para ofrecer el servicio.
- La atención al cliente.
- Amplitud en los horarios.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1. Objetivos

- Informar sobre el tipo y calidad de servicio ofrecido.
- Motivar a los interesados al acceso a la Internet y los servicios complementarios.

- Introducir el centro de Internet en el mercado local exponiendo sus bondades y valores agregados que lo diferencia de la competencia.

2.9.2 Logotipo



El logotipo muestra el símbolo de @ en el centro de un color blanco, sobre una base gris, ubicado en medio de dos partiduras en sus extremos y en los cuáles va el nombre del centro de Internet, “**El Portal.Com** “ en color blanco y fondo azul, significando que el mundo gira alrededor de la Internet, estos son los colores corporativos. Inmediatamente debajo va en color gris claro las palabras “El mundo más cerca de ti”, frase que se convierte en el lema.

2.9.3 Lema

“El mundo más cerca de ti”

Al lema lleva implícita la funcionalidad y rapidez de acceso a toda la información virtual existente. El usuario podrá sentirse más cerca de la humanidad en tan solo segundos, a cualquier parte del mundo y además conocer infinidad de acontecimientos mundiales por medio del uso adecuado del servicio de la Internet y demás servicios complementarios.

2.9.4 Análisis de medios. La radio con la emisora la voz de Lebrija Stereo, es el medio líder en la región, seguida del Canal del TV, Regional Accaple TV, los

cuales hacen que la información sea difundida hacia el casco urbano y la emisora en lo rural de municipio de Lebrija-Santander.

2.9.5 Selección de medios. Dado el nivel de posicionamiento de los diferentes medios locales, se ha seleccionado la emisora la voz de Lebrija, como medios para adelantar la campaña de introducción al mercado; el canal de televisión no es el captado en su mayoría por la población puesto que solo es utilizado por medio de la red parabólica.

2.9.6 Estrategias publicitarias. Las estrategias consisten en:

- Ofrecer a los estudiantes, empleados e independientes un sitio donde pueda desarrollar actividades de consulta en la red y además utilizar los servicios complementarios de scanner, impresión, quemador de CD, llamados interno vía Internet y orientación en el manejo del Internet.
- El enfoque de la promoción de servicios dirigidos al cliente con valores agregados de ambiente agradable, comodidad y optima atención a los diferentes solicitudes.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

- **De lanzamiento.** La campaña de publicidad de lanzamiento durará tres meses e incluirá el medio de radio local. Se pautaron 3 comerciales en la radio, diariamente de lunes a sábado.

Cuadro 20. Publicidad de lanzamiento

ITEM	COSTO UNITARIO	COMERCIAL ES POR DIA	DIAS MES	No. MESES	TOTAL PAUTA
Radio	1.500	3	30	3	\$405.000
Inauguración	\$200.000		1		\$200.000
TOTAL					\$605.000

Fuente: Autor

▪ **De operación**

Cuadro 21. Presupuesto de operación

ITEM	COSTO UNITARIO	COMERCIALES POR DIA	DIAS MES	No. MESES	TOTAL PAUTA
Comerciales Radio	\$1500	3	30	2	\$270.000
Total Campaña operación					\$270.000

Fuente: Autor

Cuadro 22. De promoción

La promoción se hará con bonos para utilizarlos en los diferentes servicios.

ITEM	VALOR	No. BONOS	No. MES	TOTAL
BONO	\$20.000	2	3	\$120.000

Fuente: Autor

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Cada día aumenta la utilización de la red, debido a la necesidad de información actualizada.

Se cree que la alternativa más recomendable es ir penetrando paulatinamente al mercado con aplicaciones que permitan el uso constante de las salas de Internet y demás servicios.

Es indispensable para los usuarios disponer de instalaciones cómodas, conexiones rápidas, e instrucciones técnicas y tecnológicas que requieran del servicio.

Se puede afirmar que de la población que utiliza el Internet el 72% lo hace en establecimientos de este tipo, lo cual se hace factible competir con este proyecto.

Como lo manifiestan los encuestados donde el 43% dice que la prestación del servicio de Internet no es acorde a las múltiples necesidades de la población, haciéndose una debilidad para la competencia y una fortaleza para este proyecto. Es importante retomar que el 31% de la población no utiliza la Internet, debido a que no hay la capacitación adecuada y la capacidad económica para utilizar el servicio, pero para este proyecto puede ser un posible mercado que se puede conquistar.

Según los resultados, los usuarios utilizarían el servicio de la Internet con un promedio aproximado de 35.87 horas al mes por persona lo cual hace rentable la ejecución de este proyecto.

En cuanto a los servicios complementarios, se puede decir que cada persona invierte en promedio un total de \$19.000 al mes, distribuidos así: scanner \$4.000, Impresión \$6.500, quemado CD \$3.000, Llamadas internacionales vía Internet \$3.500 y capacitación \$2.000. Siendo una herramienta favorable para incrementar los ingresos y por ende atraer los clientes al centro de Internet.

Al presentar los diversos servicios complementarios a la Internet, los encuestados

manifiestan una aceptación positiva que ayuden al desarrollo óptimo de las actividades que se ejecutan a diario.

Brindar la amplitud de los horarios, es un punto importante para el normal acceso a la Internet, caracterizándose como una cualidad representativa del centro de Internet.

Por las anteriores razones se considera que el proyecto tiene viabilidad al ser introducido al mercado.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño proyecto. De acuerdo a los resultados originados en el estudio de mercados, sobre las preferencias de los encuestados acerca de este tipo de servicios, es muy alentador, ya que existe una gran demanda de los mismos.

Para definir el tamaño del proyecto se requiere y es aconsejable tener en cuenta las siguientes variables:

- Inversión asignada
- Área física ocupada
- Participación en el mercado.
- Zona de influencia para lo cual se estima la capacidad instalada y utilizada.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Al definir la magnitud del proyecto es preciso considerar lo siguiente:

- Mercado. El estudio de mercados determinó que existe una demanda potencial del servicio de Internet y demás servicios complementarios (scanner, impresión, quemador de CD, llamadas internacionales vía Internet y orientación), logrando una aceptación a un nivel donde los costos sean mínimos y que a la vez tenga posibilidades de satisfacer la demanda futura.
- Área geográfica: Por tener como un punto de encuentro el área urbana del municipio, se permite satisfacer las necesidades de tipo tecnológica que se presentan tanto en la zona urbana como en la rural.

- Actitud de la comunidad: Se muestra un respaldo de aceptación por parte de la comunidad y una acogida hacia el progreso y desarrollo que se puede generar con estos nuevos alcances de tecnología y comunicación.
- Instalaciones: Se busca que las instalaciones sean las adecuadas para el tipo de servicios que se desea ofrecer, caracterizados por sus áreas cómodas que generen en el usuario el deseo de visitar continuamente el centro de Internet y complementarios.
- Recursos financieros. Se dispone de un apoyo financiero, de tal forma que se pueda obtener una buena ejecución del proyecto, sin que resulte una limitante a la hora de ampliar el mercado y el centro de Internet.
- Tecnología. La incidencia de la tecnología y sus avances hacen que se pueda adquirir equipos de alta tecnología como los microprocesadores AMD de 2000 MHz, que tienen una buena velocidad de operación; igual sucederá con la CPU principal que será la servidora de Internet para todos los equipos. En general se buscará equipos con la mejor tecnología y representación técnica.
- Recurso humano. Se cuenta con una mano de obra calificada para el proceso de prestación del servicio tanto en la parte operativa y administrativa.

3.1.3 Capacidad del proyecto

- **Capacidad diseñada.** El proyecto comprende una capacidad diseñada para 20 equipos, por tanto la capacidad en horas será:

Cuadro 23. Capacidad diseñada

SERVICIOS	UNIDADES	HORAS AL DIA	DIAS/AÑO	TOTAL
Internet	20	24	360	172.800 horas
Impresión	1000	--	360	360.000 hojas
Scanner	100	--	360	36.000 scanner
Quemadas	100	--	360	36.000 quemadas
Llamadas	1000	--	360	360.000 minutos
Capacitación	20	--	360	7200 horas

Fuente: Autor

- **Capacidad instalada.** La capacidad instalada será de 10 equipos en su primera fase, funcionando durante 15 horas diarias en un horario de 7:00 a.m. – 12 m y 1:00 p.m. – 11:00 p.m., utilizando un número de 2 empleados.

Cuadro 24. Capacidad instalada

SERVICIOS	UNIDADES	HORAS AL DIA	DIAS/AÑO	TOTAL
Internet	10	15	360	54.000 horas
Impresión	500	--	360	180.000 hojas
Scanner	50	--	360	18.000 scanner
Quemadas	40	--	360	14.400 quemadas
Llamadas	100	--	360	36.000 minutos
Capacitación	10	--	360	3.600 horas

Fuente: Autor

- **Capacidad utilizada.** Inicialmente la capacidad utilizada para este proyecto es de 10 equipos instalados funcionando cada uno en un período de 10 horas diarias, pero en una jornada de 8:00 a.m. – 12:00 m y de 2:00 p.m. – 10 p.m. Aquí hay dos horas de vacío donde la sala puede estar sola.

Inicialmente se trabajaría con 67% de la capacidad instalada por horas, el incremento se estimará en un 5% anual, en horas durante los cinco años siguientes, manteniendo así el mismo número de equipos por este lapso de tiempo.

Cuadro 25. Capacidad utilizada

SERVICIOS	UNIDADES	HORAS AL DIA	DIAS/AÑO	TOTAL
Internet	10	10	360	36.000horas
Impresión	200	--	360	72.000 hojas
Scanner	10	--	360	3.600 scanner
Quemadas	10	--	360	3.600 quemadas
Llamadas	30	--	360	10.800 minutos
Capacitación	2	--	360	720 horas

Fuente: Autor

En el servicio complementario de capacitación cubrirá las dos horas expuestas como vacío en el servicio de la Internet.

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. Para el montaje de este proyecto, que se realizará en el municipio de Lebrija – Santander, desde donde se podrá atender el mercado de la región y extenderá su radio de acción a la población de área rural interesada en los servicios de Internet y demás servicios complementarios, caracterizados por su ocupación de estudiantes, empleados e independientes.

3.2.2 Micro localización. De acuerdo al plan de ordenamiento territorial del municipio de Lebrija, el permiso del uso de suelos y el estudio de mercados, el centro de Internet estará ubicado en el área urbana, más precisamente alrededor del parque principal del municipio de Lebrija.

Para una óptima ubicación hay que tener un análisis detallado, teniendo como base las preferencias de los encuestados sobre el sitio ideal del centro y estimando los siguientes factores:

- Acceso vías de comunicación.
- Costo arrendamiento.
- Seguridad sector
- Disponibilidad de parqueo
- Cercanía a entidades financieras
- Mano obra
- Costo servicios básicos.

Cuadro. 26 Ponderación de factores

GRADO	FACTOR	PONDERACIÓN
1	Seguridad del sector	35%
2	Costo de arrendamiento	25%
3	Acceso a vías	15%
4	Disponibilidad de parqueo	10%
5	Cercanía a entidades financieras	10%
6	Costo de servicios básicos	5%
	TOTAL	100%

Fuente: Autor

Puntaje por factor: Se escoge un total de 500 puntos, para ser multiplicado por la ponderación correspondiente a cada factor.

Cuadro. 27 Puntaje del factor

FACTOR	PONDERACIÓN	PUNTAJE POR FACTOR
1	35%	175
2	25%	125
3	15%	75
4	10%	50
5	10%	50
6	5%	25
TOTAL	100%	500

Ubicación 1: Parque principal

Ubicación 2: Barrio la Popa

Cuadro. 28 Lugar de ubicación del centro

FACTOR	UBICACIÓN 1		UBICACIÓN 2	
	Puntaje	Porcentaje	Puntaje	Porcentaje
1	175	35%	0	0%
2	0	0%	125	25%
3	75	15%	0	0%
4	50	10%	0	0%
5	50	10%	0	0%
6	0	0%	25	5%
TOTAL	350	70%	150	30%

Fuente: Autor

Debido al análisis de los factores, se puede decir que la ubicación del centro de Internet será en el parque principal.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del servicio

Cuadro 29. Ficha Técnica del servicio

Servicio principal	Alquiler de la computadora para el acceso a la red virtual y utilización de servicios complementarios de escáner, impresión, quemador de CD, llamadas internacionales vía Internet y orientación al manejo de la Internet.
Diseño	En cuanto al diseño se está preestablecido en los equipos de recepción y repetición de la señal.
Especificaciones técnicas	<p>Sistema de cómputo: Se tendrá a disposición del usuario, equipos que permitan mayor y mejor cobertura, además se dará la autonomía necesaria para el manejo de dichos equipos, de tal manera que sea más coordinada la utilización del servicio.</p> <p>Horario: Se tendrá una disposición de horarios abiertos al momento de hacer uso del servicio y utilización de equipos.</p> <p>Personal: La orientación hacia la utilización del servicio será aplicada según conocimientos amplios que maneje el personal de trabajo a cargo.</p>
Vida útil	Los sistemas de cómputo estarán estimados a 5 años, la impresora a 5 años, el escáner a 5 años y muebles a 5 años.

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Los pasos técnicos para el desarrollo del proceso del servicio de Internet y servicios complementarios es:

- A primera hora se enciende el servidor de Internet por el asesor encargado.
- Los sistemas se encienden a medida que el cliente los solicita, a la secretaria.
- El auxiliar diligencia y archiva en la hoja de record los datos.
- El interesado decide la clase de servicio a utilizar (Internet o servicios complementarios).
- El supervisor guía y escucha las necesidades del interesado.
- El interesado al terminar la consulta solicita el valor del servicio y la secretaria recibe el valor y archiva la factura y demás datos.
- Se hiberna el sistema utilizado por el interesado.
- Terminado el horario de trabajo, el operario técnico procederá apagar todos los equipos.

3.3.3 Diagrama de operación proceso y procedimiento

Cuadro 30. Diagrama de operación proceso y procedimiento

PROCEDIMIENTO EL PORTAL .COM	FECHA: MAYO 2005
FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN
<pre> graph TD A[OPERARIO ENCIENDE EL SERVIDOR] --> B[OPERARIO SOLICITUD USUARIO] B --> C[SECRETARIA Records De datos] C --> D{Decisión} D --> E[OPERARIO Servicios complementarios] E --> F[/secretaria/] D --> G[OPERARIO Entrega servicios] G --> H[SUPERVISOR Asesora] H --> I[SECRETARIA Factura] I --> J[SUPERVISOR Hiberna] J --> K[OPERARIO Apagar equipos] </pre>	<p>A primera hora se enciende el servidor de Internet por el asesor encargado.</p> <p>Los sistemas se encienden a medida que el cliente los solicita, al auxiliar.</p> <p>El auxiliar diligencia y archiva en la hoja de record los datos.</p> <p>El interesado decide la clase de servicio a utilizar (Internet o servicios complementarios).</p> <p>El supervisor guía y escucha las necesidades del interesado.</p> <p>El interesado al terminar la consulta solicita el valor del servicio y el auxiliar recibe el valor y archiva la factura y demás datos.</p> <p>Se hiberna el sistema utilizado por el interesado.</p> <p>Terminado el horario de trabajo, el asesor técnico procederá apagar todos los equipos.</p>

3.3.4 Control de calidad. Para efectuar el desempeño del control de calidad hay que considerar lo siguiente:

- Planificación del proceso: Se debe definir y documentar las diferentes etapas de diseño y desarrollo, para garantizar el servicio suministrado, cumpla con los requisitos previos de calidad.
- Es necesario establecer actividades de verificación, así como los criterios para la aceptación del servicio.
- Se debe realizar exámenes que permitan verificar la capacidad de desempeño del operario para garantizar la realización del proceso de prestación del servicio.
- Se deben realizar encuestas que confronten las opiniones de los usuarios con los resultados obtenidos en la prestación de los servicios.
- En un sistema de calidad el proceso de inspección y ensayo, así como el control, son posibles fuentes de los cuales puede surgir un problema para la prestación del servicio por tanto hay que tener en cuenta un despliegue de la calidad continua.

3.3.5 Recursos

- **Recurso Humano.** Para la operación de la empresa se requerirá del siguiente personal.

Administrador: Será el propietario, el encargado de la dirección administrativa de la empresa.

Asesor técnico: Tecnólogo en sistemas, encargado de la dirección en el manejo de la Internet y demás servicios complementarios.

Auxiliar contable: Una persona encargada del manejo adecuado de la sala en cuanto aseo y mantenimiento se refiere.

▪ **Recurso físico**

* Equipos: Un sistema de cómputo para administración (servidor). Monitor de 17" teclado y mouse, CPU con procesador de 2000 Mhz, servidora de Internet para 10 sistemas de cómputo (de la sala) con protector de voltaje.

Diez sistemas de cómputo para la sala de Internet con monitor de 17", teclado y mouse, CPU de 2000 Mhz, cámara de video.

Impresora: HP 3745 – USB, un scanner Genios VIVID 1200 XE, aire acondicionado de 3 caballos, marca Samsung, una antena para señal satelital y un decodificador.

Mantenimiento: Se hará un contrato de mantenimiento mensual, de todos los equipos por una suma fija con el tecnólogo que opera los equipos.

Muebles y enseres: Son estructuras de madera que permiten la distribución adecuada y dividida de los equipos de cómputo en la respectiva sala, soportada con ángulo metálico y complementado con sillas ergonómicas de gran comodidas.

Herramientas: Son un kit completo de llaves y juego de herramientas marca FORGED, utilizadas para todo tipo de necesidades.

Equipo de oficina: Es un juego complementario de herramientas básicas en el área

administrativa de una empresa que garantizan las especificaciones técnicas de calidad y servicio, además permiten la comodidad al momento de ser utilizadas.

Recurso de Insumos. Se requiere de canal satelital con canal de 128 Kbps, resma de papel, cartuchos de tinta para impresión, cabinas telefónicas implementadas según acuerdo con la empresa patrocinadora.

3.3.6 Estudio de proveedores

Elemento requerido: Señal satelital de 128 kbps
Nombre proveedor : Colomtel Ltda
Tiempo desempeño: 4 años
Capacidad : suficiente

Elemento requerido: Papel para impresión
Nombre proveedor : Dispapeles
Tiempo desempeño: 15 años
Capacidad : suficiente

Elemento requerido: Tinta de impresión
Nombre proveedor : INKtec
Tiempo desempeño: 4 años
Capacidad : suficiente

Elemento requerido : Sistemas cómputo
Nombre proveedor : Compulogo
Tiempo desempeño: 3 años
Capacidad : suficiente

Elemento requerido : Cabinas telefónicas y adecuación local
Nombre proveedor : Telecom
Tiempo desempeño: 4 años
Capacidad : suficiente

3.3.7 Distribución planta. La distribución de planta se encuentra dentro de un área de 5.5 mts de frente por 10 mts de fondo, en este plano se distribuye por sectores que van a cumplir con una función específica, como lo muestra la figura 2.

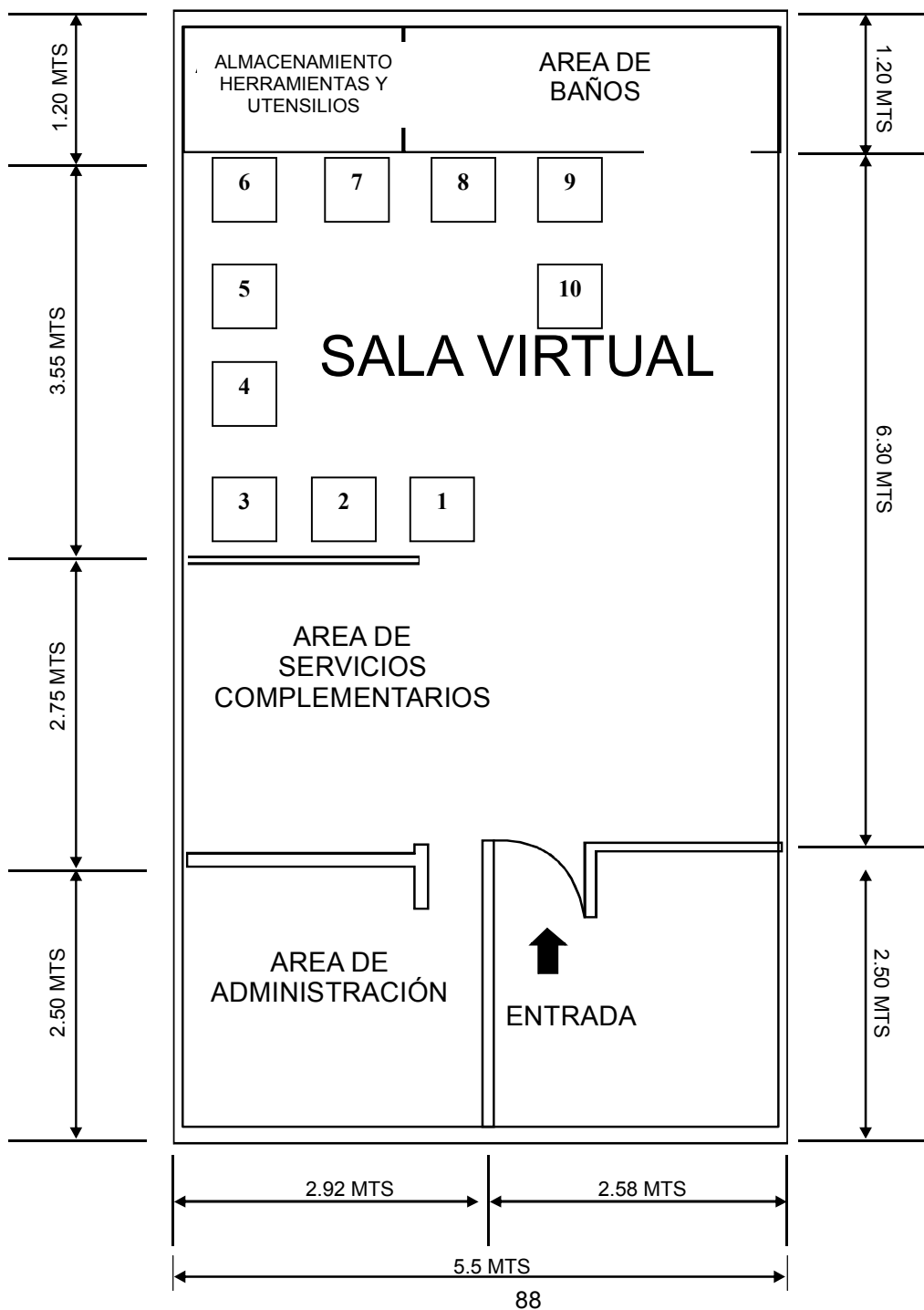
También se tiene en cuenta que la distribución de cada uno de los puestos de la sala virtual permite una mayor comodidad para el desplazamiento y a su vez brinda al usuario un nivel de confianza e independencia al hacer uso del servicio.

La distribución, por su ubicación hace que sea una instalación llamativa para los usuarios. El área administrativa será dispuesta de manera que sea un atención continua a las necesidades y sugerencias de quienes visiten el centro de Internet, de manera que sea fácil de identificar.

Se contará con unas instalaciones y adecuaciones capacitadas para atender un gran número de usuarios que deseen utilizar los servicios de Internet y complementarios de manera rápida y continúa.

Figura 2. Distribución de planta El Prtal.com

DISTRIBUCION DE PLANTA EL PORTAL.COM



3.3.8 Logística de distribución. En este Centro de Internet y complementarios se suministrará el servicio de acceso al Internet por medio de red o vía satelital, permitiendo así una mejor prestación de servicios con mayor rapidez, de tal manera que el usuario mantenga un contacto directo según sea sus necesidades y utilice los servicios garantizados a su satisfacción.

En cuanto a los servicios complementarios se prestarán de manera rápida y continua a las necesidades y gustos del usuario.

La empresa contará con un software administrativo y contable para determinar costos y gastos, elaborar reportes parciales de resultados, contrastar ventas con presupuesto, elaborar estados de resultados, etc.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

- Para el municipio de Lebrija Santander, se pueden adquirir los equipos de computación a precios competitivos, encontrados en la capital Santandereana con garantía al igual que los insumos requeridos.
- La capacidad del proyecto, hace que se cumpla con las condiciones expuestas en el pasado estudio de mercados, corroborando la base primordial en donde se puede ejecutar el proyecto para empezar a dar resultados esperados.
- Se dispone en el municipio de personal con formación y experiencia tecnológica de sistemas para operar, reparar y mantener equipos en red.
- La localización del Centro de Prestación de Servicios de Internet y complementarios es fundamental siempre que se tenga en cuenta los factores que generan éxito en un negocio de este tipo.

- Las instalaciones físicas están disponibles en arriendo y solo requieren de adecuación civil y eléctrica.
- Tener en cuenta los requisitos y pasos básicos en la distribución y adecuación de un proyecto de esta magnitud, de tal manera que el usuario al ingresar se sienta cómodo y satisfecho al utilizar los servicios.
- La señal se va a captar a través de microondas, lo que permite mayor rapidez y conexión a la red.
- Por lo anterior, se determina la viabilidad técnica del proyecto.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa será registrada a cargo de una persona natural y los requisitos para su creación son:

- Nombre de la persona natural, documento de identidad y domicilio.
- Dirección de la empresa.
- Nombre del propietario y presentante legal
- Descripción de las actividades a realizar
- Número de terminales o computadores dedicados al servicio
- Copia del comprador firmado con el proveedor de la Internet
- Monto del capital registrado

PROCEDIMIENTO

- Elaboración de un acuerdo de modelo establecido por la Cámara de Comercio para tal fin.
- Aceptado el nombre de la empresa y registrado, la Cámara de Comercio expedirá la matrícula mercantil el certificado de constitución y gerencia y de

representación legal.

- Se registra el libro de contabilidad.
- El certificado de Matricula Mercantil se presenta a la DIAN, donde se solicita la inscripción en el registro Único Tributario (RUT – régimen común o simplificado) y solicita la numeración de las facturas de venta.

4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Toda empresa debe estar debidamente legalizada ante el estado colombiano, por tanto hay que fijar norma administrativa y organizativa que permitan desarrollar libremente sus operaciones, actividades y servicios.

4.2.1 Visión. El portal. Com. Tiene como visión, ser para el año 2010 el más importante Centro de Internet Prestación de servicios y complementarios, (Quemador de CD, scanner, impresión, llamadas internacionales, vía Internet y capacitación en la utilización del mismo), del municipio de Lebrija Santander, identificado como líder en calidad y servicio.

4.2.2 Misión. El Portal.Com. Tiene como misión ofrecer a la comunidad de Lebrija, un centro virtual moderna instalación física y técnica, ofrezca servicios de conexión a la red de Internet y servicios complementarios de Scanner, impresión, quemador de CD, llamadas internacionales vía Internet y capacitación e la utilización del mismo, superando las necesidades de los usuarios, apoyando en el talento humano por medio de una gestión empresarial eficiente y con compromiso social.

4.2.3 objetivos

- Prestar los servicios de acceso a la red virtual y servicios complementarios que faciliten el desarrollo a futuro de la comunidad de Lebrija.
- Constituir la organización como una empresa eficiente, efectivo y profesional, con un mayor beneficio de sus miembros.

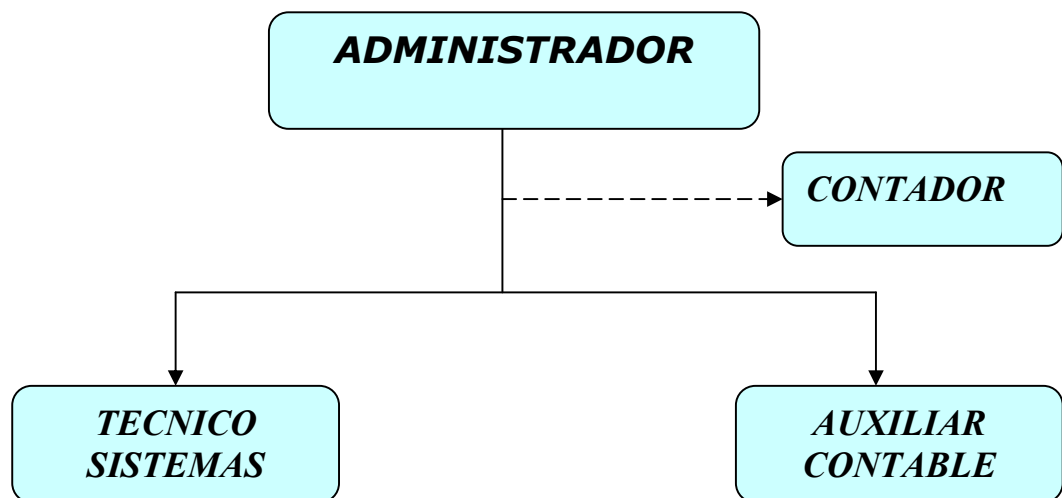
4.2.4 Políticas

- Política de personal: contratar personal capacitado en el SENA e instituciones tecnológicas similares. Contratándose así un técnico con experiencia en operación y mantenimiento de sistemas. Las actividades administrativas serán realizadas e implementados por el propietario.
- Políticas de compras: para la adquisición de insumo y la selección de proveedores, se pueden considerar los parámetros establecidos como mejor opción de calidad y precio.
- Políticas de ventas: El servicio en las utilidades de la red virtual y servicios complementarios de scanner, impresión, quemador de CD, llamadas internacionales vía Internet y orientación al servicio. El usuario deberá cancelar el respectivo servicio en efectivo.
- También se puede tener en cuenta el alquiler de estos servicios a colegios, contratistas y entidades constituidos que lo requieran.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama

Figura 3. Organigrama



Se contará con una estructura, conformada en primer nivel por un administrador que a su vez es el propietario, encargado de la dirección continua del Centro de Internet, teniendo externamente a su disposición la ayuda de un contador encargado de la parte legal e internamente de dos técnicos en sistemas quienes serán los encargados de orientar y prestar los servicios de Internet y complementarios, además se contará con un auxiliar contable de medio tiempo, encargado de un sistema de oficios varios.

4.3.2 Descripción y perfil de cargos. A continuación se realizará la descripción de cada uno de los perfiles y cargos que tiene a su disposición del Centro de Internet y Servicios Complementarios.

Cuadro 31. Descripción y perfiles de cargos

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Nombre del cargo: Administrador	Supervisa a: todos los cargos	
No. De cargos iguales: Ninguno	División: Administrativa	
Cargo jefe inmediato:	Código: 00	
<p>Función principal: Supervisar con responsabilidad el rendimiento financiero, administrativo y operativo de la empresa.</p>		
<p>Funciones secundarias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de la empresa • Vigilar que el personal a su cargo realice sus funciones y utilice su dotación. • Tomar las decisiones pertinentes para el buen desempeño de la empresa • Realizar los respectivos inventarios. • Crear y mantener la imagen y relaciones de la empresa. • Estar a la vanguardia de cambios a que esta expuesta la empresa. • Hacer que se cumplan las normas legales que rigen la empresa. • Solucionar quejas y reclamos de los clientes. • Recaudar los dineros de las actividades de la empresa. • Realizar periódicamente una evaluación financiera de la empresa. 		
V⁰ B⁰ EMPELADO	V⁰ B⁰ JEFE INMEDIATO	ANÁLISIS

ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Nombre del cargo: Administrador	Supervisa a: todos los cargos
No. De cargos iguales: Ninguno	División: Administrativa
Cargo jefe inmediato:	Elaborado por:
HABILIDAD	<p>Educación: Tecnología en carrera administrativa.</p> <p>Experiencia: Mínimo un (1) año en área administrativa</p> <p>Habilidad mental: Toma de decisiones y soluciones de problemas</p> <p>Habilidad manual: ejecutar labores normales y morales.</p>
RESPONSABILIDAD	<p>Por supervisión: Supervisar y coordinar el trabajo del personal de la empresa.</p> <p>Por contactos: Mantener contacto directo con el personal interno y externo de la empresa.</p> <p>Por materiales htas y equipos: responder por los bienes de la empresa.</p> <p>Por manejo valores: cheque y efectivos diarios.</p>
ESFUERZO	<p>Mental: exige mediana y permanente concentración</p> <p>Visual: exige mediana e intermitente atención visual.</p> <p>Físico: esfuerzo físico ligero.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>Medio ambiente: condiciones de ambiente normal</p> <p>Riesgos: mediana probabilidad e sufrir lesiones.</p>

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Nombre del cargo: Operario de equipo y sistemas	Supervisa a: Ninguno	
No. De cargos iguales: Ninguno	División: Operativa	
Cargo jefe inmediato: Administrador	Código: 00	
Función principal:		
Mantener en operación la conexión a Internet y en funcionamiento los sistemas de computo y demás equipos.		
Funciones secundarias:		
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la preparación previa al servicio. • Atender las solicitudes de ayuda de los clientes. • Prestar un óptimo servicio de atención al cliente. • Cumplir las indicaciones señalados por el administrador. • Colaborar en la prestación de los servicios complementarios a la Internet. • Realizar periódicamente el mantenimiento de la red. • Capacitar al usuario en el respectivo uso del servicio de la Internet. • Velar por el manejo adecuado de los equipos. • Estar atento a las diferentes necesidades y ayudas que solicite el Administrador 		
V⁰ B⁰ EMPELADO	V⁰ B⁰ JEFE INMEDIATO	ANÁLISIS

ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Nombre del cargo: Operario de equipos y sistemas	Supervisa a: Ninguno
No. De cargos iguales: Ninguno	División: Operativa
Cargo jefe inmediato: Administrador	Elaborado por:
HABILIDAD	<p>Educación: tecnología en sistemas, cap SENA o su equivalente.</p> <p>Experiencia: mínimo un (1) año</p> <p>Habilidad mental: toma decisiones y resolver problemas</p> <p>Habilidad manual: ejecutar actividades normales y alguna son grado de dificultad.</p>
RESPONSABILIDAD	<p>Por servicios: supervisar el manejo adecuado de los equipos.</p> <p>Por contactos: mantiene contacto directo con el cliente.</p> <p>Materiales Htas y equipos: responder por los sistemas de computo y equipos a su disposición.</p> <p>Manejo de valores: no maneja valores.</p>
ESFUERZO	<p>Mental: su esfuerzo es permanente y con alto grado de concentración.</p> <p>Visual: su atención visual es exigente.</p> <p>Físico: esfuerzo físico es ligero.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>Medio ambiente: se ejecuta en condiciones normales</p> <p>Riesgos: para probabilidad de sufrir lesiones</p>

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
Nombre del cargo: Auxiliar Contable	Supervisa a: Ninguno	
No. De cargos iguales: Ninguno	División: Administrativa	
Cargo jefe inmediato: Administrador	Código: 00	
Función principal: Mantener en orden la parte contable y física de la empresa.		
Funciones secundarias: <ul style="list-style-type: none"> • Mantener el registro de las actividades de la empresa. • Ayudar en la prestación de los servicios complementarios a la Internet • Responder por la papelería y facturación de la empresa. • Mantener las instalaciones físicas en razón de orden, aseo y limpieza. • Informar anomalías en cuanto al orden de las instalaciones físicas de la empresa. • Elaborar informes pertinentes a sus tareas. • Llevar el respectivo registro en el libro fiscal. • Cumplir con las indicaciones del Administrador. • Brindar al cliente y usuario una buena imagen del servicio que presta la empresa 		
V⁰ B⁰ EMPelado	V⁰ B⁰ JEFE INMEDIATO	ANÁLISIS

ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
Nombre del cargo: Auxiliar Contable	Supervisa a: Ninguno
No. De cargos iguales: Ninguno	División: Administrativo
Cargo jefe inmediato: Administrador	Elaborado por:
HABILIDAD	<p>Educación: Secundaria.</p> <p>Experiencia: Mínimo seis (6) meses</p> <p>Habilidad mental: Ejecutar labores de alta habilidad mental.</p> <p>Habilidad manual: Ejecutar actividades normales y alguna son grado de dificultad.</p>
RESPONSABILIDAD	<p>Por servicios: coordinar funciones operativas y administrativas de la empresa.</p> <p>Por contactos: mantener contacto permanente con el personal interno y externo de la empresa.</p> <p>Materiales Htas y equipos: Responder por elementos y utensilios asignados.</p> <p>Manejo de valores: En ocasiones maneja valores efectivos recaudados de las actividades de la empresa.</p>
ESFUERZO	<p>Mental: Se exige esfuerzo mental permanente.</p> <p>Visual: Se exige esfuerzo visual normal.</p> <p>Físico: Se exige alto esfuerzo físico.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>Medio ambiente: Algunas de sus labores son en presencia de polvo, humedad y olores fuertes.</p> <p>Riesgos: Existe probabilidad de sufrir caídas.</p>

4.3.3 Asignación salarial. Todo empresario legalmente constituido que tenga a su disposición persona a cargo debe tener en cuenta los siguientes parámetros para la asignación salarial⁵.

- Afiliar a sus empleados a una entidad promotora de salud.
 - Con un 19,25% por parte del empleador.
 - Con un 7,75% por parte del empleado.

- Aportes a:
 - caja compensación familiar : 4%
 - SENA: 2%
 - I.C.B.F: 3%

- Pago Director de:
 - Prima de servicios : (1) S.M.L.M.V.
 - Cesantías: (1) S.M.L.M.V.
 - Intereses de cesantías: 12%
 - Auxilio de transporte : \$44.500

El contrato será a término fijo, (1) año dentro de los que se encuentra el operario de equipos. La Auxiliar contable trabajará medio tiempo.

Cuadro. 32 Asignación salarial

CARGO	No.	SALARIO MENSUAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	TOTAL SALARIO MENSUAL
Administrador	1	\$ 600.000	\$44.500	\$320.924	\$965.424
Operario equipos	2	\$ 500.000	\$44.500	\$270.849	\$1.630.698
Auxiliar Contable	1	\$ 190.750	\$44.500	\$105.751	\$318.751

Fuente: Autor

⁵ PINILLA, Eduardo. Legislación laboral. Publicaciones UIS. Primera Edición. 1995

4.4 CONCLUSIONES DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO DESDE LO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Desde el punto de vista administrativo y legal, el **Portal.com** es viable, atendiendo a varias razones:

- La forma de constitución elegida otorga grandes ventajas, principalmente de tipo tributario, de tal manera que se pueda cumplir con todas las disposiciones legales.
- El planteamiento de su visión, misión, políticas y objetivos organizacionales, permite proyectar un crecimiento en la empresa, cimentado, de igual forma, en los resultados proporcionados en las investigaciones de mercados adelantados.
- Se han definido claramente las funciones y especificaciones de cada cargo, de manera que el personal conocerá los lineamientos a seguir y ejercerá su trabajo con mayor precisión, eficiencia y eficacia.
- La legislación existente apoya el desarrollo de empresas de este tipo, brindando facilidades y facultades para el mejoramiento de la misma.
- Se puede decir que esta empresa brindará las mejores disposiciones en cuanto a remuneración y asignación de salarios se refiere, identificando a cada uno de sus integrantes como parte vital del éxito del Centro de Internet y Complementarios.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

La estructura financiera se realizará a pesos constantes. Al efectuarse este estudio hay que tener en cuenta que el respaldo financiero sea suficiente a lo requerido por el proyecto⁶.

5.1.1 Inversión Fija. Conformada por los diversos bienes que sirven para cobijar la unidad productiva y permiten la realización de los servicios, constituidos como propiedad de la empresa.

- **Maquinaria y Equipo.** Comprende el equipo especializado para cumplir la actividad social específica del Centro de Internet y Complementarios que para el buen funcionamiento de la misma se haya distribuida de la siguiente manera.

Cuadro 33. Maquinaria y equipo

ITEM	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sistema de Computo	10	1.215.000	12.150.000
Antena y decodificador de señal	1	900.000	900.000
Servidor	1	1.543.000	1.543.000
Swith	1	300.000	300.000
Webcam	10	53.000	530.000
Scanner	1	140.000	140.000
Impresora	1	150.000	150.000

⁶ MIRANDA, Juan José. G10estión de Proyectos. MM Editores. 1998. Cap.7

Licencia Windows	2	290.000	580.000
Licencia Office	2	510.000	1.020.000
Aire Acondicionado	1	3.500.000	3.500.000
UPS	1	2.000.000	2.000.000
División de madera en fórmica	2	500.000	1.000.000
Ángulos de soporte metálico	10	10.000	100.000
Sillas ergonómicas	20	24.000	480.000
Escritorio Admón. y silla.	1	160.000	160.000
Mueble sala	1	300.000	300.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$24.853.000

Fuente: Autor

- **Equipo de oficina.** Se conforma por el equipo que se utiliza para ejecutar la administración del Centro de Internet y Complementarios.

Cuadro. 34. Equipo de Oficina

ITEM	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Caja Registradora	1	600.000	600.000
Calculadora	1	20.000	20.000
Grapadoras, perforadoras y ganchos	1	40.000	40.000
Cafetera	1	110.000	110.000
Archivador	1	190.000	190.000
Red Telefónica	1	450.000	450.000
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			\$1.410.000

Fuente: Autor

- **Herramientas:** comprende los elementos adicionales a los de los equipos especializados, requeridos para la mejora en la prestación de los servicios del Centro de Internet y Complementarios.

Cuadro 35. Herramientas

ITEM	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Juego de Herramientas	1	200.000	200.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$200.000

Fuente: Autor

- **Total de inversión fija:** refleja el total consolidado de la inversión fija requerida para el buen funcionamiento del Centro de Internet y Complementarios.

Cuadro 36. Total Inversión Fija

ITEM	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipo	24.853.000
Equipo de oficina	1.410.000
Herramientas	200.000
TOTAL INVERSION FIJA	\$26.463.000

Fuente: Autor

1.5.2 Inversión diferida. Comprende los gastos de adecuación, licencia de funcionamiento, constitución de empresa, estudio del proyecto y publicidad, promoción del mismo

Cuadro 37. Inversión diferida

ITEM	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Remodelación y adecuación	11	220.000	2.420.000
Licencia de funcionamiento	1	35.000	35.000
Constitución de empresa	1	110.000	110.000
Estudio de factibilidad	1	1.200.000	1.200.000
Presupuesto, publicidad y promoción.	1	995.000	995.000
TOTAL INVERSION DIFERIDA			\$4.760.000

Fuente: Autor

- **Inversión de diferidos.** Es aquel valor que se amortiza durante cada uno de los 5 años de servicio.

Cuadro 38. Amortización de diferidos

ITEM	UNIDAD	AMORTIZACIÓN ANUAL	COSTO TOTAL
Amortización diferida	5	952.000	4.760.000
TOTAL AMORTIZACIÓN DIFERIDA			\$4.760.000

Fuente: Autor

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Está orientado a financiar la parte inicial de la prestación de los servicios, en el momento en que se produzcan los egresos por la compra de insumos.

- **Costo de servicio.** Los costos del proyecto son correspondientes a las sumas de dinero necesarias para llevar a cabo la ejecución del mismo.
- **Insumos.** Son la materia prima requerida, que entra y forma parte del servicio, identificándolo según su uso, correspondiendo así los servicios en horas, hojas, scanner, quemados, minutos y horas.

Cuadro 39. Insumos

SERVICIOS	SERVICIOS MES	RED SEÑAL SATELITAL		CARTUCHO TINTA		PAPEL		CDS.		TOTAL INSUMOS
		V/U.	V/T	V/U.	V/T	V/U.	V/T	V/U.	V/T	
Internet	3.000	115	345.000	-	-	-	-	-	-	345.000
Impresión	6.000	5	30.000	10	60.000	6.7	40.000	-	-	130.000
Scanner	300	67	20.000	10	3.000	6.7	2.000	-	-	25.000
Quemador CD.	300	50	15.000	-	-	-	-	800	240.000	255.000
Llamadas Int.	900	100	90.000	-	-	-	-	-	-	90.000
Capacitación	60	833	50.000	-	-	-	-	-	-	50.000
TOTAL MES	-	-	550.000	-	63.000	-	42.000	-	240.000	895.000
TOTAL AÑO	-	-	6.600.000	-	756.000	-	504.000	-	2.880.000	10.740.000

Fuente: Autor

- **Mano obra directa.** Conformada por los salarios y factor prestacional correspondiente a los empleados que intervienen directamente en la prestación del servicio.

Cuadro 40. Mano obra directa

MOD	No.	Salario mensual	Auxilio transporte	Factor prestacional	Total salarios	Total año
Asesores	2	500.000	44.500	270.849	1.630.698	19.568.376

Fuente: Autor

- **Costos indirectos de prestación del servicio.** Son aquellos costos que se presentan a la necesidad de una buena prestación de los servicios pero de ninguna manera se identifican directamente con los mismos.

Cuadro 41. CIF del servicio

COSTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MES	VALOR AÑO
Mantenimiento	1	80.000	80.000	960.000
Servicio Energía	532	235 KW	125.000	1.500.000
Depreciación			429.300	5.151.600
Seguro	1	100.000	100.000	1.200.000
TOTAL			734.300	8.811.600

Fuente : Autor

- **Amortización**

Cuadro 42. Depreciación de Inversión fija

CONCEPTO	COSTO ACTIVO	VIDA UTIL (años)	VALOR MES	VALOR ANUAL
Maq. y equipo	24.853.000	5	414.217	4.970.600
Equipo oficina	1.410.000	10	11.750	141.000
Herramientas	200.000	5	3.333,33	40.000
TOTAL	26.463.000		429.300,33	5.151.600

Fuente: Autor

- **Total Costos del Servicio.** Los costos del servicio para el primer año se encuentran a continuación.

Cuadro 43. Costos del servicio

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Insumos	895.000	10.740.000
Internet	345.000	4.140.000
Impresión	130.000	1.560.000
Scanner	25.000	300.000
Quemador	255.000	3.060.000
Llamadas	90.000	1.080.000
Capacitación	50.000	600.000
Mano de obra	1.630.698	19.568.376
Amortización a diferidos	31.734	952.000
Costos indirectos servicio	734.300	8.811.600
TOTAL	3.339.331	40.071.976

Fuente: Autor

- **Gastos de administración y ventas.** Son los gastos provenientes de realizar la función de administrar el centro de Internet, así como algunos gastos generales.

Cuadro 44. Nómina administrativa

MOI	No.	SALARIO MENSUAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	TOTAL SALARIOS	TOTAL SALARIO AÑO
Administradora	1	600.000	44.500	320.924	965.424	11.585.088
Aux. Contable	1	190.750	22.250	105.751	318.751	3.825.012
TOTAL	2		66.750	426.675	1.284.175	15.410.100

Fuente: Autor

Cuadro 45. Gastos generales

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO
Arriendo	200.000	2.400.000
Honorarios contador	100.000	1.200.000
Elementos aseo	50.000	600.000
Otros servicios públicos	12.500	150.000
TOTAL GASTOS GENERALES	\$362.500	\$4.350.000

Fuente: Autor del proyecto

Cuadro 46 Gastos de Admón. y ventas;

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO
Nómina administrativa	1.284.175	15.410.100
Gastos generales	362.500	4.350.000
TOTAL GASTOS ADMON Y VENTAS	1.646.675	19.760.100

Fuente: Autor

- **Gastos Financieros.** Se relacionan los intereses generados por el préstamo de **\$20.000.000** a un interés de 29% E. Anual.

Interés = $5.796.000/24 = \$241.500$ mensuales.

Debido a que el Centro de Internet y Complementarios es un gran generador de dinero en efectivo, se ha tomado como determinación la opción de utilizar el préstamo en la entidad Bancolombia por un lapso de dos (2) años.

Amortización

Entidad: Bancolombia
 Crédito: \$20.000.000
 Tasa: 29% E. Anual 2.1446% Mes vencido
 Plazo: 24 meses
 Recaudo muerto: \$ 00
 Cuota mensual: \$1.074.833,40

Cuadro 47. Amortización del crédito

CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO
0			-20.000.000
1	428.938,68	645.894,72	-19.3254.105,28
2	415.086,22	659.747,18	-18.694.358,11
3	400.936,67	673.896,73	18.020.461,38
4	386.483,65	688.349,75	-17.332.111,63
5	371.720,65	703.112,74	-16.628.998,88
6	356.641,04	718.192,35	15.910.806,53
7	341.238,02	733.595,38	-15.177.211,15
8	325.504,65	749.328,75	-14.427.882,40
9	309.433,84	765.399,55	-13.662.482,85
10	293.018,37	781.815,03	-12.880.667,82
11	276.250,83	798.582,56	-12.082.085,26
12	259.123,69	815.709,71	-11.266.375,55
13	241.629,21	833,204,18	-10.433.171,36

14	223.759,54	851.073,86	-9.582.097,50
15	205.506,61	869.326,78	-8.712.770,72
16	186.862,22	887.971,18	-7.824.799,54
17	167.817,96	907.015,44	-6.917.784,11
18	148.365,26	926.468,14	-5.991.315,97
19	128.495,36	946.338,04	-5.044.977,93
20	108.199,31	966.634,09	-4.078.343,84
21	87.467,97	987.365,42	-3.090.978,42
22	66.292,01	1.008.541,39	-2.082.437,03
23	44.661,89	1.030.171,51	-1.052.265,53
24	22.567,87	1.052.265,53	-0,00
TOTAL	\$5.796.001,51	\$20.000.000,00	

Fuente: Autor del proyecto

- **Total capital de trabajo.** Se considera que el Portal.com., será un generador de gran efectivo, tendría un mes costo y gasto como capital de trabajo.

Cuadro 48. Total capital de trabajo

CONCEPTO	VALOR 1 MES
Costo Prestación servicio	3.259.998
Insumos	895.000
Mano de obra	1.630.698
CIF servicio	734.300
Gastos admón. y ventas	1.646.675
Gastos financieros	241.500
Diferidos	79.334
- Depreciación y amortización	508.634
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	4.718.873

Fuente: Autor del proyecto

5.1.4 Inversión Total. Se tendrá en cuenta los valores correspondientes a la inversión fija, diferida y capital de trabajo, requeridos para el proyecto.

Cuadro 49. Inversión Total

CONCEPTO	VALOR
INVERSIÓN FIJA	26.463.000
Maquinaria y equipo	24.853.000
Equipo de oficina	1.410.000
Herramienta	200.000
INVERSIÓN DIFERIDA	4.760.000
Remodelación y adecuación	2.420.000
Licencia de funcionamiento	35.000
Construcción de empresa	110.000
Proyecto	1.200.000
Presupuesto de publicidad y promoción	995.000
CAPITAL DE TRABAJO	4.718.873
TOTAL INVERSIÓN	35.941.873

Fuente: Autor del proyecto

5.1.5 Fuentes de financiación. La inversión requerida para el montaje de la empresa se hará bajo los siguientes parámetros de financiación.

Cuadro 50. Fuentes de financiación

CONCEPTO	VALOR	PARTICIPACIÓN
Recursos propios	15.941.873	44.4%
Crédito	20.000.000	55.6%
TOTAL FINANCIACION	35.941.873	100%

Fuente: Autor del proyecto

Se tomó como mejor opción de financiación, la brindada por el Bancolombia, debido a su bajo interés.

5.2 COSTOS

Son los causados durante el periodo de operación del proyecto, garantizando el funcionamiento óptimo del mismo para la prestación de los servicios ofrecidos.

Cuadro 51. Costos Totales

CONCEPTO	MES	AÑO
COSTOS FIJOS	4.127.507	49.530.084
Mano obra directa	1.630.698	19.568.376
Depreciación	429.300	5.151.600
Amortización diferida	79.334	952.008
Nómina administrativa	128.175	15.410.100
Arriendo	200.000	2.400.000
Honorarios contador	100.000	1.200.000
Elementos aseo	50.000	600.000
Servicios públicos	12.500	150.000
Gastos financieros	241.500	2.898.000
Seguro	100.000	1.200.000
COSTOS VARIABLES	1.100.000	13.200.000
Mantenimiento	80.000	960.000
Servicio Energía	125.000	1.500.000
Insumos	895.000	10.740.000
COSTO TOTAL	5.227.507	62.730.084

Fuente: Autor

5.2.1 Costos fijos unitarios. Para la determinación de los Costos Fijos unitarios por cada servicio, se tiene en cuenta según sea su nivel de participación y aceptación.

Cuadro 52. Costos fijos unitarios

SERVICIOS	COSTOS FIJOS AL AÑO	No. SERVICIOS AL AÑO	COSTO FIJO POR UNIDAD
Internet	32.729.130	36.000	\$ 909.14 hora
Impresión	5.454.855	72.000	\$ 75.76 hoja
Scanner	1.818.285	3.600	\$ 505.08 Scanner
Quemador CD.	2.909.256	3.600	\$ 808.13 Quemada CD.
Llamadas Int.	5.454.855	10.800	\$ 505.08 Minuto
Capacitación	1.163.703	720	\$ 1616.25 Hora

Fuente: Autor

5.2.2 Costos variables Unitarios. Son aquellos que fluctúan en relación directa a la actividad, determinados según su nivel de participación y aceptación.

Cuadro 53. Costos Variables Unitarios

SERVICIOS	COSTOS FIJOS AL AÑO	No. SERVICIOS AL AÑO	COSTO FIJO POR UNIDAD
Internet	8.722.467	36.000	\$ 242.29 hora
Impresión	1.453.745	72.000	\$ 20.19 hoja
Scanner	484.582	3.600	\$ 134.60 Scanner
Quemador CD.	775.330	3.600	\$ 215.37 Quemada CD.
Llamadas Int.	1.453.745	10.800	\$ 134.60 Minuto
Capacitación	310.132	720	\$ 430.74 Hora

Fuente: Autor

5.2.3 Costos total unitario. Son la sumatoria de los costos fijos unitarios y costos variables unitario de cada servicio.

Cuadro 54. Costo total unitario

SERVICIOS	COSTOS FIJOS UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO
Internet	\$ 909.14	\$ 242.29	\$ 1151.43 hora
Impresión	\$ 75.76	\$ 20.19	\$ 95.95 hoja
Scanner	\$ 505.08	\$ 134.60	\$ 639.68 scanner
Quemador CD.	\$ 808.13	\$ 215.37	\$ 1023.5 quemada
Llamadas Int.	\$ 505.08	\$ 134.60	\$ 639.69 minuto
Capacitación	\$ 1616.25	\$ 430.74	\$ 2046.99 hora

Fuente: Autor

5.2.4 Precio de venta. Para la determinación del precio de venta, se ha utilizado un margen de utilidad del 35%, aproximando su valor como mejor opción.

Cuadro 55. Precio de venta

SERVICIOS	C.T.U. /1 – Margen utilidad	PRECIO VENTA POR SERVICIO
Internet	$1151.43/1-0.35= 1771$	\$ 1800 hora
Impresión	$95.95/1-0.35= 148$	\$ 150 hoja
Scanner	$639.68/1-0.35= 984$	\$ 1000 Scanner
Quemador CD.	$1023.5/1-0.35= 1575$	\$ 1600 Quemada CD.
Llamadas Int.	$639.68/1-0.35= 984$	\$ 1000 Minuto
Capacitación	$2046.99/1-0.35= 3150$	\$ 3200 Hora

Fuente: Autor

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos Proyectados. El incremento será del 5% anual y solo se tendrá en cuenta el costo del servicio.

Cuadro 56. Egresos proyectados

CONCEPTO	1	2	3	4	5
COSTO SERVICIO	40.071.976	40.683.976	41.326.576	42.001.307	42.709.771
Señal	6.600.000	6.930.000	7.276.500	7.640.325	8.022.341
Tinta	756.000	793.800	833.490	875.165	918.922
Papel	504.000	529.200	555.660	583.443	612.615
CD	2.880.000	3.024.000	3.175.200	3.333.960	3.500.658
M.O.P	19.568.376	19.568.376	19.568.376	19.568.376	19.568.376
Mantenimiento	690.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Servicio energía	1.500.000	1.575.000	1.653.750	1.736.438	1.823.259
Depreciación	5.151.600	5.151.600	5.151.600	5.151.600	5.151.600
Seguro	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Amortización a diferidos	952.000	952.000	952.000	952.000	952.000
GASTO DE ADMON. Y VTA.	19.760.100	19.760.100	19.760.100	19.760.100	19.760.100
Nómina Adm.	15.410.100	15.410.100	15.410.100	15.410.100	15.410.100
GTOS GRALES.	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000
Arriendo	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Honorarios	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Elem. De aseo	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Serv. Públicos	150.0000	150.000	150.0000	150.000	150.000
GTOS. FIN	4.164.375	1.637.625	-	-	-
Intereses	4.164.375	1.634.625	-	-	-
TOTAL EGRESO	66.996.451	62.075.701	61.086.676	61.761.407	62.469.871

Fuente: Autor

5.3.2 Ingresos proyectados. Los ingresos del proyecto buscan de acuerdo al precio de venta y cantidades vendidas un número de servicios que es incrementado en un 5% anual.

Cuadro 57. Ingresos de Internet

CONCEPTO	1	2	3	4	5
No. Servicios	36.000	37.800	39.690	41.675	43.758
PRECIO	\$1.800	\$1.800	\$1.800	\$1.800	\$1.800
TOTAL	64.800.000	68.040.000	71.442.000	75.015.000	78.764.400

Fuente: El autor del proyecto

Cuadro 58. Ingresos de Impresión

CONCEPTO	1	2	3	4	5
No. Servicios	72.000	75.600	79.380	83.349	87.517
PRECIO	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150
TOTAL	10.800.000	11.340.000	11.907.000	12.502.350	13.127.550

Fuente: El autor del proyecto

Cuadro 59. Ingresos de Scanner

CONCEPTO	1	2	3	4	5
No. Servicios	3.600	3.780	3.969	4.168	4.376
PRECIO	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000
TOTAL	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.168.000	4.376.000

Fuente: El autor del proyecto

Cuadro 60. Ingresos de Quemador de CDS

CONCEPTO	1	2	3	4	5
No. Servicios	3.600	3.780	3.969	4.168	4.376
PRECIO	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600	\$1.600
TOTAL	5.760.000	6.048.000	6.350.400	6.668.800	7.001.600

Fuente: El autor del proyecto

Cuadro 61. Ingresos de llamadas internacionales vía Internet

CONCEPTO	1	2	3	4	5
No. Servicios	10.800	11.340	11.907	12.502	13.128
PRECIO	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000	\$1.000
TOTAL	10.800.000	11.340.000	11.907.000	12.502.000	13.128.000

Fuente: El autor del proyecto

Cuadro 62. Ingresos por capacitación

CONCEPTO	1	2	3	4	5
No. Servicios	720	756	794	834	876
PRECIO	\$3.200	\$3.200	\$3.200	\$3.200	\$3.200
TOTAL	2.304.000	2.419.200	2.540.800	2.668.800	2.803.200

Fuente: El autor del proyecto

Ingresos totales. Aquí se encuentra el total de cada uno de los ingresos totales por servicio prestado.

Cuadro 63. Ingresos totales

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Internet	64.800.000	68.040.000	71.442.000	75.015.000	78.764.400
Impresión	10.800.000	11.340.000	11.907.000	12.502.350	13.127.550
Scanner	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.168.000	4.376.000
Quemador	5.760.000	6.048.000	6.350.400	6.668.800	7.001.600
Llamados	10.800.000	11.340.000	11.907.000	12.502.000	13.128.000
Capacitación	2.304.000	2.419.200	2.540.800	2.668.800	2.803.200
TOTAL INGRESOS	98.064.000	102.967.200	108.116.200	113.524.950	119.200.750

Fuente: Autor

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de ingresos obtenidos por la empresa por la venta de los servicios definidos, donde son iguales a los costos.

Margen de contribución = Precio venta – Costo variable unitario

Cuadro 64. Punto de equilibrio de cada servicio

SERVICIOS	C.F. TOTAL	PRECIO VENTA	C.V. UNITARIO	MARG. CONTRIB.	P.E. UNIDAD	P.E. \$
Internet	32.729.130	1.800	242.29	1.557.71	21.011	37.819.800
Impresión	5.454.855	150	20.19	129.81	42.022	6.303.300
Scanner	1.818.285	1.000	134.60	865.40	2.101	2.101.000
Quemador	2.909.256	1.600	215.37	1.384.63	2.101	3.361.600
Llamados	5.454.855	1.000	134.60	865.40	6.303	6.303.000
Capacitación	1.163.703	3.200	430.74	1.769.26	420	1.344.000
TOTAL				7.572.21		57.232.700

Fuente: Autor

Se puede ver que la empresa para estar en equilibrio sin perder ni ganar, debe tener unos ingresos de \$57.232.700. Es necesario aclarar que esta técnica es solo para hallar el punto de equilibrio. Para hallar el margen de contribución de la empresa, se debe tener en cuenta:

M. Contributivo = Margen contributivo total / No. margen cont. Unitario

M. Contributivo = 7.572.21 /5

M. Contributivo = 1.514.44

La empresa cuenta con un margen contributivo de 1.514.44

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Aquí se presenta el movimiento de entradas y solidez de efectivo de la empresa, en un determinado periodo de tiempo, con una situación de efectivo al final del mismo.

Cuadro 65. Flujo de caja proyectado

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Ventas	-	98.064.000	102.967.200	108.116.200	113.524.950	119.200.750
Aporte social	15.941.873	-	-	-	-	-
Crédito	20.000.000	-	-	-	-	-
Total ingreso	35.941.873	98.064.000	102.967.200	108.116.200	113.524.950	119.200.750
Inv. Activo	26.463.000	-	-	-	-	-
Diferidos	4.760.000	-	-	-	-	-
Costo de servicio	-	40.071.976	40.683.976	41.326.576	42.001.307	42.709.771
- Depreciación y Amortización	-	6.103.600	6.103.600	6.103.600	6.103.600	6.103.600
Gtos admón.	-	19.760.100	19.760.100	19.760.100	19.760.100	19.760.100
Gtos financ.	-	4.164.375	1.631.625	-	-	-
Impto. Renta	-	-	6.813.510	8.178.300	9.405.905	10.352.709
Abono a capital	-	8.733.625	11.266.375	-	-	-
Total egresos	31.223.000	66.626.476	74.051.986	63.161.376	65.063.712	66.718.980
Balance	4.718.873	31.437.524	28.915.214	44.954.824	48.461.238	52.481.770
Saldo inicial	-	4.718.873	36.156.397	65.071.611	110.026.435	158.487.673
Saldo final	4.718.873	36.156.397	65.071.611	110.026.435	158.487.673	210.969.443

Fuente: El Autor del proyecto

5.6 ESTADO DE RESULTADOS

Aquí se informa de manera resumida, sobre las operaciones efectuadas en el Centro de Internet y Complementarios, durante un periodo de tiempo.

Cuadro 66. Estado de resultados

CONCEPTO	1	2	3	4	5
ING. VENTAS	98.064.000	102.967.200	108.116.200	113.524.950	119.200.750
Costo servicio	40.071.976	40.683.976	41.326.576	42.001.307	42.709.771
UTILIDAD BRUTA	57.992.024	62.283.224	66.789.624	71.523.643	76.490.979
Gtos admón.	19.760.100	19.760.100	19.760.100	19.760.100	19.760.100
UTILIDAD OPER.	38.231.924	42.523.124	47.029.524	51.763.543	56.730.879
Gtos financ.	4.164.375	1.631.625	-	-	-
UTIL. A. IMPTO	34.067.549	40.891.499	47.029.524	51.763.543	56.730.879
Renta	6.813.510	8.178.300	9.405.905	10.352.709	11.346.176
UTIL. ACOM	27.254.039	32.713.199	37.623.619	41.410.834	45.384.703
Reserva	2.725.404	3.271.320	3.762.362	4.141.083	4.538.470
UTIL. EJERCICIO	24.528.635	29.441.879	33.861.257	37.269.751	40.846.233

Fuente: Autor

El impuesto de Renta para personas naturales es del 20%, según tabla del Estatuto tributario, Artículo 241.

5.7 BALANCE GENERAL

Representa la situación financiera o condiciones del Centro de Internet y Complementarios para afrontar un momento dado, según lo reflejado en la parte contable.

Cuadro 67. Balance General Proyectado

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
ACTIVO	-	-	-	-	-	-
ACTIVO CTE	4.718.873	36.156.397	65.071.611	110.026.435	158.487.673	210.969.443
DISPONIBLE	4.718.873	36.156.397	65.071.611	110.026.435	158.487.673	210.969.443
ACTIVO FIJO	31.223.000	25.119.400	19.015.800	12.912.200	6.808.600	705.000
INV. FIJA	26.463.000	26.463.000	26.463.000	26.463.000	26.463.000	26.463.000
DIFERIDOS	4.760.000	3.808.000	2.856.000	1.904.000	952.000	0
(-) DEPREC.	0	5.151.600	10.303.200	15.454.800	20.606.400	25.758.000
ACT. TOTAL	35.941.873	61.275.797	84.087.411	122.938.635	165.296.273	211.674.443
PASIVO	20.000.000	18.079.885	8.178.300	9.405.905	10.352.709	11.346.176
PASIVO CTE	20.000.000	18.079.885	8.178.300	9.405.905	10.352.709	11.346.176
IPTO. PAGAR	0	6813.510	8.178.300	9.405.905	10.352.709	11.346.176
OBLG. FINANC	8.733.625	11.266.375	-	-	-	-
OBLIG FINAC	11.266.375	-	-	-	-	-
PATRIMONIO	15.941.873	43.195.912	75.909.111	113.532.730	154.943.564	200.328.267
APORTES SOCIALES	15.941.873	15.941.873	15.941.873	15.941.873	15.941.873	15.941.873
RESERVA LEGAL	0	2.725.404	3.271.320	3.762.362	4.141.083	4.538.470
UTIL. EJERC.	0	24.528.635	29.441.879	33.861.257	37.269.751	40.846.233
UTIL. ACUM.	0	0	27.254.039	59.967.238	97.590.857	139.001.691
TOTAL PAS+PAT	35.941.873	61.275.797	84.087.411	122.938.635	165.296.273	211.674.443

Fuente: Autor

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

El proyecto “**EL PORTAL.COM**”, aparte de generar un total de tres empleos directos, su medida social se hace bajo, a medida que crezca la necesidad de la comunidad de Lebrija para utilizar los servicios, se harán posteriores ampliaciones, que seguramente van a requerir de nuevos puestos de trabajo.

Se puede decir que para el propietario, el desarrollo de este proyecto es una fuerte aspiración válida para crear trabajo. Por tanto es bien conocido que al fomentar microempresas como esta se puede disminuir el nivel de desempleo y por tanto articular la economía de la región y del país.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

Aunque no hay cosas precisas que demuestren que este tipo de servicios encontrados en este proyecto genere un impacto ambiental, si hay que tener en cuenta que las ondas de radio de los celulares y los campos electromagnéticos pueden generar un impacto de tipo ambiental. Aunque hasta el momento no existe una normatividad jurídica al respecto.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera del proyecto exponen una serie de aspectos que permitirán poner en marcha el centro de Internet y complementarios, para tal efecto, se analizara lo siguiente:

6.3.1 Valor Presente Neto. El valor presente neto del proyecto se calculará

teniendo como base los resultados del flujo de caja proyectado (Fuente: Estudio Financiero).

Recursos Propios: $0.444 * 0.064 = 0.02841$

Recursos Créditos: $0.556 * 0.29 = 0.16124$

$$\text{Factor Riesgo} = 0.10 = \frac{0.10}{0.2896}$$

TAR = 28.96%

VPN: 479.741.95

Para el cálculo del valor presente neto se utilizará la siguiente formula:

$$\text{VPN} = \sum (fne)(1+i)^{-k}(1+i)^T$$

FNE = Flujos Netos de Efectivo

i = TMAR = 28.96%

t = Periodo 1 hasta 5

K = Inversión Total \$ 31.223.000

VPN= 59.013.664

Cuadro 68. Valor Presente Neto

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FACTOR VPN $1/(1+i)^n$	VPN ACTUALIZADO
0	35.941.873		1.000	--35.941.873
1		31.437.524	0.7754	24.376.656
2		28.915.214	0.6013	17.386.718
3		44.954.824	0.4662	20.957.939
4		48.461.238	0.3616	17.523.584
5		52.481.770	0.2803	14.710.640
TOTAL				59.013.664

Fuente: Autor del proyecto

6.3.2 Tasa Interna de Retorno TIR. Es aquella tasa de rentabilidad que el proyecto arrojará durante su vida útil

Realizando el cálculo de la TIR por calculadora se obtiene:

TIR = 92.52%

La TIR es del 92.52 % reflejando que por cada peso invertido en la prestación de los servicios de Internet y complementarios, retornarían \$0.9252

Cuadro 69. Valor de la tasa interna de retorno (TIR

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FACTOR TIR $1/(1+I)^n$	TIR ACTUALIZADO
0	35.941.873		1.0000	-35.941.873
1		31.437.524	0.5549	17.444.682
2		28.915.214	0.3079	8.902.994
3		44.954.824	0.1708	7.678.284
4		48.461.238	0.02971	1.439.783
5		57.452.370	0.0526	3.021.995
TOTAL				2.545.865

Fuente: Autor del proyecto

Venta Activos= 24.853.000 x 20%= 4.970.600 + 52.481.770=57.452.370

La tasa estimada y aproximada donde se alcanza que los FNE actualizados sean aproximadamente iguales a la inversión total de \$35.941.873.

En este caso la TIR es mayor que la TAR, por tal razón se puede decir que La inversión es factible, debido a que se generan utilidades por encima del rendimiento financiero del mercado.

6.3.3 Periodo de Recuperación. La recuperación se efectuará en el segundo año, teniendo como referencia del mismo el primer mes y el día 22, lo cual permite que sea favorable la inversión del proyecto.

Año Recuperación: Se efectúa en el segundo año, teniendo como referencia el 4 mes del mismo y los 12 días.

Meses

$$X = 35.941.873 * 12 / 31.437.524 = 13.719 \text{ meses}$$

Días

$$X = 0.719 * 30 / 1 = 21.57 = 22 \text{ días.}$$

6.3.4 Análisis de las Razones Financieras

Razón de Liquidez

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{ActivoCorriente}}{\text{PasivoCorriente}}$$

Cuadro 70. Razón corriente

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Razón Corriente =	2.0	7.96	11.70	15.31	18.60

Fuente: Autor del proyecto

Para el primer año de funcionamiento el centro de Internet cuenta con \$2.0 como respaldo a cada peso que se deba a corto plazo.

☉ Capital de trabajo = Activo Corriente – Pasivo Corriente

Cuadro 71. Capital de trabajo

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Capital de Trabajo	18.076.512	56.893.311	100.620.530	148.134.964	199.623.267

Fuente: Autor del proyecto

Se puede analizar que la entidad iniciará con un nivel aceptable de liquidez, comportándose de manera creciente en los cinco años proyectados.

☉ Nivel de Endeudamiento

$$\text{Nivel de Endeudamiento} = \frac{\text{PasivosTotales}}{\text{ActivosTotales}}$$

Cuadro 72. Nivel de endeudamiento

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Nivel de Endeudamiento	29.5%	9.73%	7.65%	6.26%	5.36%

Fuente: Autor del proyecto

Esta razón indica que la empresa por cada peso que tiene invertido en activos el 0.295 han sido por acreedores, siendo estos los dueños del 29.5% de la empresa en el primer año. Esto va disminuyendo progresivamente en los siguientes años finalizando con tan solo un 5.36% a favor de terceros.

☉ Razón de Actividades

$$\text{Rotación Patrimonio (veces)} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Patrimonio}}$$

Cuadro 73. Rotación de patrimonio

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Razón Patrimonio	2.27	1.36	0.95	0.73	0.60

Fuente: Autor del proyecto

La rotación de patrimonio se dio en su primer año en 2.27 veces hasta llegar a 0.60 veces en su quinto año, deduciendo que por cada peso invertido en capital, solo se pudo generar ventas en \$ 2.27 en el primer año y \$0.60 en el quinto año.

Rotación de Activos Totales

$$R.A.T = \frac{VTAS}{ACT.TOTALES}$$

Cuadro 74. Rotación de activos totales

CONCEPTO	1	2	3	4	5
R.A.T	1.60	1.22	0.88	0.69	0.56

Fuente: Autor del proyecto

Se puede decir que los activos totales rotatorios en su primer año 1.60 veces, hasta 0.56 veces en el 5 años, afirmando que por cada peso invertido en activos totales se generaron ventas por \$1.60 hasta disminuir a 0.56.

Razón De Rentabilidad

Margen Bruto de Rentabilidad

$$\text{M.B.G} = \frac{\text{utilbruto}}{\text{vtasnetas}} * 100$$

Cuadro 75. Margen bruto de rentabilidad

CONCEPTO	1	2	3	4	5
M.B.G	59%	61%	62%	63%	64%

Fuente: Autor del proyecto

El margen de ganancias en el primer año del 59% y va aumentando en el transcurso de los 5 años, ya que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta del 59% hasta alcanzar el 64% siendo aceptable para reinvertir en el proyecto.

Margen de Operación

$$\text{M.O} = \frac{\text{utilOP}}{\text{VentasNeta}} * 100$$

Cuadro 76. Margen de operación

CONCEPTO	1	2	3	4	5
M.O	39%	41%	44%	46%	48%

Fuente: Autor del proyecto

En la utilidad operación se inicia en el primera año con un 39% hasta llegar al 48% en el quinto anterior indicando que por cada peso invertido el desarrollo de la empresa genera \$0.39 en ganancias hasta \$0.48, durante los cinco años.

Ⓢ Margen Neto de Ganancias

$$M.N.G = \frac{UtilNeto}{VentasNeto} * 100$$

Cuadro 77. Margen neto de ganancias

CONCEPTO	1	2	3	4	5
M.N.G	25%	29%	31%	33%	34%

Fuente: Autor del proyecto

Se observa que a un margen del 25% de utilidad se puede decir que por cada peso vendido la empresa ganó \$0.25, incrementándose el margen de ganancia hasta el 34% en el año quinto.

Ⓢ Rentabilidad del Capital

$$R.C. = \frac{UtilNeto}{Patrimonio} * 100$$

Cuadro 78. Rentabilidad de capital

CONCEPTO	1	2	3	4	5
R.K	57%	39%	30%	24%	20%

Fuente: Autor del proyecto

En la rentabilidad de capital se observa que se inicia en el primer año con el 57% hasta llegar a disminuir al 20%, indicando que por cada peso que se tiene invertido genera un capital representado en \$0.57 hasta llegar al quinto año en \$0.20.

Ⓢ Rentabilidad de Inversión

$$R.I = \frac{utiliNeto}{ActivoTotal} * 100$$

Cuadro 79. Rentabilidad de inversión

CONCEPTO	1	2	3	4	5
R.I	40%	35%	28%	23%	19%

Fuente: Autor del proyecto

Aquí se tiene en cuenta que por cada peso invertido en activos se alcanza a generar \$0.40 de utilidad neta, disminuyendo en el transcurso de los 5 años hasta llegar a \$0.19.

CONCLUSIONES

Lebrija es un municipio, que necesita ampliamente de las condiciones tecnológicas de un centro de Internet y complementarios, con aspectos analizados a lo largo de este estudio aportan los suficientes elementos de juicio para concluir que el proyecto que se propone es viable desde el punto de vista, técnico, social, económico y financiero.

De igual manera se encuentran sustentados los requisitos básicos de operatividad y rentabilidad del proyecto.

Los resultados del estudio de mercado reflejan la existencia de un mercado potencial del 72% que utiliza los servicios de Internet y complementarios en establecimiento de este tipo.

Cerca del 43% de la población encuestada no esta a gusto con la prestación de los servicios que ofrece la única competencia del municipio.

El estado muestra que hay un 31% de la población que no utiliza los servicios de Internet y complementarios pero lo hacen debido a la falta de un centro con las suficientes condiciones adecuadas para prestar el servicio.

Se afirma que la persona que visita este tipo de establecimiento, utiliza en promedio un total de 35.87 horas al mes, pagando un precio de \$2150 hora en promedio.

Además los servicios complementarios utilizados no tienen gran concurrencia, debido a su escasez de oferta y alto costo del servicio.

El 90% de la población encuestada manifiesta la aceptación con que opera un centro de Internet y complementario en el parque principal del municipio de Lebrija.

En el municipio hay disponibilidad para instalar el Centro de Internet y adquirir personal con formación tecnológica.

A Partir de los equipos existentes se puede diseñar una variedad de servicios adicionales, como puede ser, alianzas con salas ubicadas en otras ciudades, para establecer video charlas, con miembros de un familiar ubicados en dichas ciudades.

En el estudio también se muestra las necesidades de capital para ejecutar el proyecto.

Recursos Propios \$ 15.941.873

Crédito \$ 20.000.000

Se considera que el centro de Internet complementarios es un gran generador de efectivo, al recibir de contado el pago de sus servicios, considerándose así una fortaleza del proyecto.

Después de analizar y realizar los cálculos de rentabilidad se obtuvo una TIR de 92.52% lo cual es aceptable y satisfactorio, superando a la TAR 28.96%.

Un VPN de \$59.013.664, indicando que al invertir \$15.941.873 por parte de los socios, se alcanzaron a recuperar y adicionalmente se obtienen \$59.013.664, lo cual permite demostrar que es rentable la inversión en el proyecto.

Por ultimo se concluye que las posibilidades del proyecto están dadas en cada uno de sus estudios, por consiguiente la factibilidad del mismo es un hecho.

RECOMENDACIONES

- Implementar y ejecutar el proyecto del centro de prestación de servicios de Internet y complementarias en el municipio de Lebrija.
- Orientar y capacitar a los empleados en la atención al utilizar los servicios prestados en el Centro de Internet.
- Inculcar en los empleados que el cliente es la razón fundamental para la existencia del negocio.
- Implantar una óptima adecuación y decoración visual que genere en los clientes pensamientos positivos.
- Una forma de garantizar el alto porcentaje de utilización de los servicios de Internet y complementarios, podría ser mediante las campañas publicitarias en función de despliegue de la calidad de los servicios, por cuanto un cliente satisfecho atrae mas clientes.
- Promover la utilización de nuevos servicios a partir de equipos existentes, que permitan atraer clientes.
- Mantener constantemente información clasificada sobre los últimos avances en tecnología e informática, que ayuden a prestar nuevos servicios a los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Lebrija, Dirección de Núcleo.

BARON PINTO, Haiber Alfredo. Administración de salarios, UIS. Insed. Primera Edición, 1986, Pág. 160

CAMACHO PICO, Jaime Alberto. Costos para la gerencia, Bucaramanga: UIS, Insed 1993.

Carlos E. Méndez: Metodología de la Investigación, segunda edición.

GONZALEZ, Marvin, E. La función de despliegue de la calidad QFD Costa Rica: Mac Graw Hill , 1997

KINNEAR, Thomas C . Investigación de mercados.

MÉNDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología, Segunda edición Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Diciembre de 1998

MIRANDA, Miranda Juan José. Gestión de proyectos. Cuarta Edición.

PRADILLA ARDILA, Humberto. Administración financiera I. Bucaramanga: UIS, Insed, 1986.

SAPAG CHAIN, Nassir. SPAG CHAIN, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Agosto de 1996

STANTON, ETZEL, WALKER. Fundamentos de marketing , Editorial Mc Graw Hill

Interamericana S.A. 1996

UNAB. Bucaramanga. Creación de sitios WEB. Fundamentos de HTLM.

VARGAS MANTILLA, Jorge. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión.
Publicaciones UIS. Agosto de 1987

www.arues.com

www.cafeinternet.com.co / portal 4.

www.camaradirecta.com

www.compartel.com.co

ANEXOS

Anexo A. Diseño de Encuesta

ENCUESTA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE ESTUDIOS A DISTANCIA

GESTION EMPRESARIAL

SEMINARIO CREACIÓN DE EMPRESAS II

CREACIÓN DE UN CENTRO DE INTERNET EN EL MUNICIPIO DE LEBRIJA

SEPTIEMBRE 2004

OBJETIVOS

GENERAL: Recopilar información necesaria que permita tener un conocimiento de las características de los usuarios del servicio del Internet en el municipio de Lebrija – Santander.

ESPECIFICOS:

- Definir la población objetivo a la cual se dirige el estudio de factibilidad.
- Identificar el nivel de conocimiento que poseen los habitantes del municipio de Lebrija a cerca de la Internet.
- Conocer el tiempo y lugar en el que los habitantes del municipio de Lebrija utilizan el servicio de la Internet.
- Establecer la capacidad económica que poseen los habitantes del municipio de Lebrija para utilizar el servicio del Internet.
- Identificar las limitaciones que poseen los habitantes del municipio de Lebrija que no les permita acceder al servicio del Internet.

Sector en que vive:_____ Edad:_____

Ocupación:

Estudiante:_____ Empleado:_____ Independiente:_____

1. ¿Posee conocimiento acerca del manejo del servicio del Internet?

SI_____

NO_____

2. ¿Utiliza usted el servicio de la Internet?

SI_____

NO_____

Si es NO pase a la pregunta 7.

3. ¿Desde qué lugar se conecta al servicio de la Internet?

- Trabajo_____
- Colegio_____
- Casa _____
- Café Internet:_____ ¿Cual?_____

4. ¿Como evalúa usted la calidad del servicio de conexión a la Internet?

- Excelente:_____
- Bueno:_____
- Regular:_____
- Malo:_____ Porqué?_____

5. ¿Considera adecuada las instalaciones físicas?

SI _____

NO _____ Por qué? _____

6. ¿A través de que medios se enteró de la existencia del café Internet?

- Publicidad escrita: _____
- Perifoneo: _____
- Recomendaciones: _____
- Otro: _____ Cual? _____

7. ¿Con qué frecuencia y tiempo utiliza el servicio del Internet?

	Lunes a Viernes	sábados y Domingos	Horas(indicar cantidad)
Diario			
Semanal			
Mensual			

8. ¿Cuanto paga usted por hora de servicio del Internet?

Cuánto?: _____

9. ¿Cuándo visita un centro de Internet que otros servicios complementarios utiliza

Y cuanto invierte en ellos?

- Servicio de scanner _____ \$ _____
- Impresión _____ \$ _____
- Quemador de CD _____ \$ _____
- Llamadas Internacionales vía Internet _____ \$ _____
- Otro _____ Cual? _____ \$ _____

10. ¿Como evalúa la calidad de estos servicios?

- Excelente _____
- Bueno _____
- Regular _____
- Malo _____ Por que? _____

11. ¿Que otros servicios le gustaría que ofreciera el centro de Internet?

12. ¿Que factores no le han permitido usar el servicio del Internet?

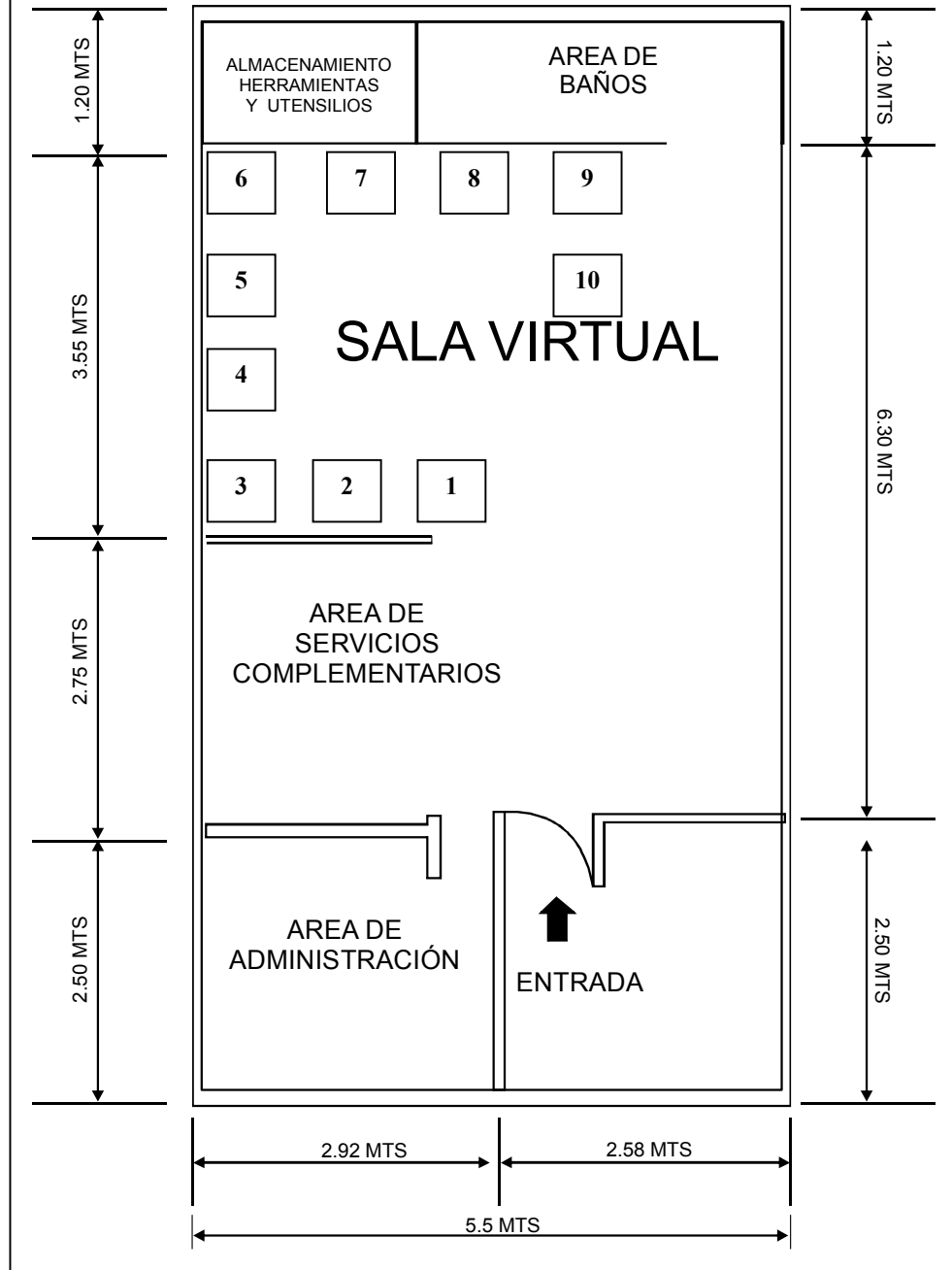
- Económico ____
- Tecnológico _____
- Capacitación _____
- Otro ____ Cuál?: _____

13. ¿En que lugar del municipio de Lebrija Le gustaría que se ubicara el Centro de Internet?

- Parque principal _____
- Barrio la Popa _____
- Otro _____ ¿Cual?: _____

Anexo B. Distribución de Planta

DISTRIBUCION DE PLANTA EL PORTAL.COM



Anexo C: Logotipo de la Empresa



El mundo mas cerca de ti.