



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE TELEMÁTICA EN CENTROS INFANTILES DEL
VALLE DE LOS CHILLOS

AUTOR: EDISON ARTURO SARABIA CALVOPIÑA

DIRECTOR: ECO. VICENTE URRUTIA

CODIRECTOR: ING. JORGE CEVALLOS

SANGOLQUÍ, MARZO del 2008

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por haberme concedido la fuerza espiritual y moral que me ha ayudado a superar dificultades y lograr alcanzar mis metas.

A mi Esposa e Hijos

Por ser la base fundamental de mi esfuerzo y tenacidad por alcanzar mis objetivos, ser la fuente de mi inspiración y fortaleza ante cualquier adversidad, gracias por estar a mi lado y ser el motor que impulsan mi vida.

A mis Padres

Por sus constantes muestras de cariño, dedicación y apoyo, a pesar de las dificultades, por estar conmigo siempre y bajo cualquier situación, por sus enseñanzas que me han servido a no permitirme bajar los brazos ni declinar en mis aspiraciones.

A mis Hermanos

Quienes han sido un ejemplo e incentivo para ser mejor cada día, luchar por alcanzar y conseguir mis objetivos.

A mis Maestros

Por su desinteresada muestra de conocimientos y experiencias en su vida profesional. Mi agradecimiento al Eco. Vicente Urrutia y al Ing Jorge Cevallos, que con sus conocimientos guiaron la elaboración del presente trabajo.

A todas las personas que directa o indirectamente rodean mi existencia, que me han entregado su buena voluntad y buenos deseos, para terminar esta etapa.

A todos otra vez gracias.

Edison

DEDICATORIA

Hace unos años atrás, cuando apenas iniciaba esta carrera universitaria, pensaba que Dios y mi Familia, serían los ejes para alcanzar un sueño. Según como fueron transcurriendo los acontecimientos, dicha meditación fue tomando forma y realidad. Es por esta razón que en primer lugar dedico este trabajo al Dios de amor y paciencia, que ha guiado y fortalecido mi vida, con momentos de alegría y de retos para ir esculpiendo mi personalidad.

A mi esposa Lucia por las voces de aliento, las expresiones de amor, ternura y comprensión que junto a mi hija Priscila me manifestaron en todo momento; es por eso que desde el fondo de mi corazón dedico éste mi triunfo a estas dos mujeres que sacrificaron el tiempo que se merecían mi atención y a mi futuro bebé que su sola presencia motiva todo esfuerzo.

A mis padres Mario y Luzmila, que con su ejemplo de trabajo y de jamás rendirse ante las adversidades, me han regalado sus valores y los mejores años de vida, en la única herencia que hace crecer el espíritu en los hombres, que es su educación y la que brindaron las instituciones en las que ellos encargaron y depositaron su confianza.

Edison

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada Estudio para la creación de una empresa de servicios de telemática en centros infantiles del Valle de los Chillos ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las paginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Sangolquí Marzo del 2008

Edison SARABIA Calvopiña

AUTORIZACION

Yo, EDISON ARTURO SARABIA CALVOPÍÑA autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo Estudio para la creación de una empresa de servicios de telemática en centros infantiles del Valle de los Chillos, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí Marzo del 2008

Edison SARABIA Calvopiña

CERTIFICADO

Certificamos que la tesis titulada “Estudio para la creación de una empresa de servicios de telemática en centros infantiles del Valle de los Chillos”, realizada por el señor EDISON ARTURO SARABIA CALVOPIÑA, ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Son propuestas en una fase inicial de investigación, por lo tanto No se recomienda su publicación pero si como base importante para futuras investigaciones en la temática.

El mencionado trabajo consta de (un) documento empastado y (un) disco compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a nombre del autor, señor EDISON ARTURO SARABIA CALVOPIÑA para que se entregue a la señorita Ing. Fanny Cevallos Coordinador de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Sangolquí Marzo del 2008

Eco. Vicente URRUTIA
DIRECTOR

Ing. Jorge CEVALLOS
CODIRECTOR

ÍNDICE GENERAL

PRELIMINARES

CARÁTULA

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y CODIRECTOR

INDICES DE CONTENIDO

INDICE DE CUADROS

INDICE DE GRAFICOS

INTRODUCCIÓN O RESUMEN EJECUTIVO

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

1.1.- OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	Pg. 1
1.2.- IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	Pg. 2
1.3.- CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.	Pg. 2
1.3.1.- Clasificación por su uso y efecto	Pg. 2
1.3.2.- Productos complementarios / sustitutos.	Pg. 4
1.3.3.- Normatividad técnica, sanitaria y comercial	Pg. 5
1.4.-INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	Pg. 9
1.4.1.- Segmentación del mercado.	Pg. 10
1.4.2.- Tamaño del universo.	Pg. 14
1.4.4.- Tamaño de la muestra.	Pg. 16
1.4.5.- Metodología de la investigación de campo.	Pg. 16
1.4.5.1.- Definición de variables	Pg. 18
1.4.5.2.- Elaboración del cuestionario	Pg. 18
1.4.5.2.1.- Prueba Piloto	Pg. 19
1.4.5.2.2.- Aplicación de la encuesta	Pg. 20
1.4.5.3.- Procesamiento de datos	Pg. 21
1.4.5.4.- Cuadros de salida	Pg. 21
1.5.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	Pg. 21
1.5.1.- Clasificación de la demanda.	Pg. 22
1.5.2.- Factores que afectan a la demanda.	Pg. 23
1.5.3.- Demanda actual del servicio.	Pg. 24
1.5.4.- Proyección de la demanda.	Pg. 25

1.6.- ANÁLISIS DE LA OFERTA.	Pg. 27
1.6.1.- Clasificación de la oferta.	Pg. 27
1.6.2.- Factores que afectan a la oferta.	Pg. 27
1.6.3.- Comportamiento histórico de la oferta.	Pg. 28
1.6.4.- Oferta actual.	Pg. 29
1.6.5.- Proyección de la oferta.	Pg. 30
1.7.- ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.	Pg. 32
1.7.1.- Análisis demanda insatisfecha captada por el proyecto	Pg. 33
1.8.- ANÁLISIS DE PRECIOS.	Pg. 33
1.8.1.- Precios históricos y actuales.	Pg. 33
1.8.2.- Precios del servicio: método de cálculo	Pg. 34
1.9.- MARKETING.	Pg. 35
1.9.1.- Estrategias de precios.	Pg. 35
1.9.2.- Estrategias de promoción.	Pg. 36
1.9.3.- Estrategias de producto.	Pg. 37
1.9.4.- Estrategias de Plaza.	Pg. 38

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	Pg. 39
2.1.1. Factores determinantes del tamaño.	Pg. 40
2.1.1.1. El Mercado.	Pg. 41
2.1.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros.	Pg. 42
2.1.1.3. Disponibilidad de Recurso Humano.	Pg. 47
2.1.1.4. Disponibilidad de Materia Prima.	Pg. 47
2.1.1.3. Disponibilidad de las capacidades de producción	Pg. 48
2.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.	Pg. 48
2.2.1. Macro localización.	Pg. 48
2.2.1.1. Justificación.	Pg. 49
2.2.2. Micro localización.	Pg. 50
2.2.2.1. Criterios de selección de alternativas.	Pg. 50
2.2.2.1.1. Transporte y comunicación.	Pg. 51
2.2.2.1.2. Cercanía de las fuentes de abastecimiento.	Pg. 51
2.2.2.1.3. Cercanía al mercado.	Pg. 51
2.2.2.1.4. Disponibilidad de servicios básicos.	Pg. 52
2.2.2.2. Matriz de localización.	Pg. 52
2.2.2.3. Selección de alternativa óptima.	Pg. 53
2.2.2.4. Plano de micro localización.	Pg. 53

2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO.	Pg. 53
2.3.1. Diagrama de flujo del servicio.	Pg. 54
2.3.2. Proceso de producción del servicio.	Pg. 55
2.3.3. Programa de producción del servicio	Pg. 59
2.3.4. Distribución de la planta.	Pg. 62
2.3.5. Requerimiento de recurso humano.	Pg. 63
2.3.6. Requerimiento de materiales y servicios.	Pg. 65
2.3.7. Estimación de la inversión.	Pg. 68
2.3.8. Calendario inicial de ejecución del proyecto.	Pg. 69

CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN.

3.1. BASE LEGAL.	Pg. 70
3.1.1. Nombre o razón social.	Pg. 70
3.1.2. Titularidad de propiedad de la empresa (Persona natural).	Pg. 71
3.1.3. Tipo de empresa (Sector, actividad).	Pg. 72
3.2. BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA.	Pg. 73
3.2.1. Visión.	Pg. 73
3.2.2. Misión.	Pg. 74
3.2.3. Objetivos Estratégicos.	Pg. 74
3.2.4. Estrategia empresarial de la empresa	Pg. 75
3.2.4.1 Estrategia de competitividad	Pg. 75
3.2.4.2 Estrategia de crecimiento	Pg. 75
3.2.4.2 Estrategia de competencia	Pg. 76
3.2.4.2 Estrategia operativa	Pg. 76
3.2.5. Principios y valores.	Pg. 76
3.3. LA ORGANIZACIÓN.	Pg. 79
3.3.1 Estructura orgánica.	Pg. 79
3.3.2. Descripción de funciones.	Pg. 82
3.3.3. Representación gráfica.	Pg. 89

CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO

4.1. PRESUPUESTOS.	Pg. 90
4.1.1. Presupuestos de Inversión.	Pg. 90
4.1.1.1. Activos Fijos.	Pg. 91
4.1.1.2. Activos Intangibles.	Pg. 92
4.1.1.3. Capital de Trabajo.	Pg. 93
4.1.2. Cronograma de Inversiones.	Pg. 93
4.1.3. Presupuesto de Operación.	Pg. 94
4.1.3.1. Presupuesto de Ingresos.	Pg. 95
4.1.3.2. Presupuesto de Egresos.	Pg. 96

4.1.3.3. Estado de Origen y Aplicación de Recursos.	Pg. 97
4.1.3.4. Estructura de Financiamiento.	Pg. 98
4.2. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.	Pg. 98
4.2.1. Estado de Resultados.	Pg. 99
4.2.2. Flujos Netos de Fondos.	Pg. 101
4.3. EVALUACIÓN FINANCIERA.	Pg. 102
4.3.1. Determinación de la tasa de descuento.	Pg. 102
4.3.2. Criterios de Evaluación.	Pg. 103
4.3.2.1. Tasa interna de retorno.	Pg. 104
4.3.2.2. Valor presente neto.	Pg. 106
4.3.2.3. Relación Beneficio / Costo.	Pg. 107
4.3.2.4. Período de recuperación de la inversión.	Pg. 108
4.3.2.5. Puntos d equilibrio.	Pg. 109
4.3.3. Análisis de sensibilidad.	Pg. 109

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

5.1. CONCLUSIONES.	Pg. 110
5.2. RECOMENDACIONES.	Pg. 113

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA.

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro No. 1.1	Variable para la segmentación de mercado	Pag. 11
Cuadro No. 1.2	Centros educativos preescolares	Pag. 11
Cuadro No. 1.3	Tipo de centros educativo & interés del servicio	Pag. 12
Cuadro No. 1.4	Interés en el servicio & Carga horaria	Pag. 13
Cuadro No. 1.5	Carga horaria diaria & Nivel de atención efectiva	Pag. 14
Cuadro No. 1.6	Centros educativos preescolares Cantón Quito	Pag. 15
Cuadro No. 1.7	Centros educativos preescolares particulares por Parroquias Cantón Quito	Pag. 15
Cuadro No. 1.8	Variables de análisis dentro de la investigación de mercado	Pag. 18
Cuadro No. 1.9	Interés en el servicio	Pag. 20
Cuadro No. 1.10	Clasificación de la demanda	Pag. 22
Cuadro No. 1.11	Proyección de la demanda	Pag. 26
Cuadro No. 1.12	Comportamiento histórico de la oferta	Pag. 29
Cuadro No. 1.13	Proyección de la oferta	Pag. 31
Cuadro No. 1.14	Proyección de la demanda insatisfecha	Pag. 33
Cuadro No. 1.15	Precios de los servicios de telemática	Pag. 34

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

Cuadro No. 2.1	Disponibilidad por estratos a contratar un servicio de Telemática	Pag. 41
Cuadro No. 2.2	Fuentes de Financiamiento	Pag. 46
Cuadro No. 2.3	Capacidad real de operación del servicio	Pag. 47
Cuadro No. 2.4	Escala de calificación de variables	Pag. 49
Cuadro No. 2.5	Factores determinantes	Pag. 49
Cuadro No. 2.6	Calificación del sector de acuerdo a factores	Pag. 52
Cuadro No. 2.7	Ponderación de factores para la localización.	Pag. 52
Cuadro No. 2.8	Proceso asesoría al cliente	Pag. 57
Cuadro No. 2.9	Proceso cotización del servicio	Pag. 58

Cuadro No. 2.10	Proceso de orden de trabajo	Pag. 58
Cuadro No. 2.11	Inversión del proyecto	Pag. 59

CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACION

Cuadro No. 3.1	Características de la empresa unipersonal	Pag. 72
----------------	---	---------

CAPÍTULO IV: ESTUDIO FINANCIERO

Cuadro No. 4.1	Detalle de la inversión en Activo fijo	Pag. 94
Cuadro No. 4.2	Detalle de la inversión en Activo diferido	Pag. 95
Cuadro No. 4.3	Capital de Trabajo	Pag. 96
Cuadro No. 4.4	Cronograma de inversiones	Pag. 96
Cuadro No. 4.5	Cuadros de ventas proyectadas	Pag. 97
Cuadro No. 4.6	Presupuesto de ingresos	Pag. 98
Cuadro No. 4.7	Presupuesto de egresos	Pag. 99
Cuadro No. 4.8	Estado de Origen y Aplicación de Recursos	Pag. 100
Cuadro No. 4.9	Estructura de financiamiento	Pag. 101
Cuadro No. 4.10	Estado de resultados	Pag. 102
Cuadro No. 4.11	Flujo Neto de Fondos	Pag. 104
Cuadro No. 4.12	Evaluación financiera del proyecto	Pag. 106
Cuadro No. 4.13	Cálculo del costo ponderado de capital o TMAR global	Pag. 108
Cuadro No. 4.14	Punto de equilibrio	Pag. 112
Cuadro No. 4.15	Análisis de sensibilidad	Pag. 113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

Grafico No. 1.1	Tipo de centros educativo & interés del servicio	Pag. 12
Grafico No. 1.2	Provincia de Pichincha	Pag. 14
Grafico No. 1.3	Prueba Piloto	Pag. 21
Grafico No. 1.4	Proyección de la demanda	Pag.26
Grafico No. 1.5	Proyección de la oferta	Pag. 32
Grafico No. 1.6	Monto de la inversión de los centros	Pag. 34

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

Grafico No. 2.1	Interés por el servicio	Pag. 41
Grafico No. 2.2	Provincia de Pichincha	Pag. 48
Grafico No. 2.3	Mapa de localización	Pag. 53
Grafico No. 2.4	Representación gráfica del servicio telemática	Pag. 54
Grafico No. 2.5	Diagrama de flujo del servicio	Pag. 55
Grafico No. 2.6	Diagrama de diseño y planificación del servicio	Pag. 56
Grafico No. 2.7	Paquete comercial "A"	Pag. 59
Grafico No. 2.8	Paquete comercial "B"	Pag. 60
Grafico No. 2.9	Paquete comercial "C"	Pag. 61
Grafico No. 2.10	Plano de la oficina	Pag. 62
Grafico No. 2.11	Cronograma de avance del proyecto	Pag. 69

CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Grafico No. 3.1	Representación gráfica	Pag. 90
Grafico No. 3.2	Gráfico funcional	Pag. 91

ÍNDICE DE ANEXOS

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO

Anexo. 1.1	Reglamento de interconexión	Pag. 119
Anexo. 1.2	Cuestionario	Pag. 143
Anexo. 1.3	Procesamiento de Datos: codificación y tabulación	Pag. 146
Anexo. 1.4	Calculo de proyecciones	Pag. 170

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

Anexo. 2.1	Centros educativos preescolares por parroquias	Pag. 178
------------	--	----------

CAPÍTULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Anexo. 3.1	Clases de Compañías y Principales Características	Pag. 180
------------	---	----------

CAPÍTULO IV: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Anexo 4.1	Balance Inicial	Pag. 181
-----------	-----------------	----------

INTRODUCCION

En la sociedad actual, las Tecnologías de la Información y la Comunicación constituyen una posibilidad fundamental de acceso a la información y a la comunicación, tanto para el profesorado como para los alumnos. Nadie pone en duda que las TICs son un instrumento que potencian, favorecen y desarrollan los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Incorporar las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el ámbito escolar no es un capricho ni una moda. Es una necesidad que responde a una oportunidad de mejora notable en la educación y que tienen dos justificaciones principales:

- Las TIC son un elemento de soporte que posibilita la innovación educativa ya que permiten optimizar los procesos de aprendizaje y los procesos de gestión y comunicación de los centros.
- Los centros educativos tiene la responsabilidad de educar para que los alumnos puedan insertarse en la llamada sociedad del conocimiento.

La incorporación de las TIC en el ámbito escolar supone tener una palabra nueva y creativa que decir en ese nuevo entorno social, el espacio telemático, y esto tiene un nombre: *innovación*. Las innovaciones que seguramente van a tener más éxito son aquellas que logren asumir el reto y la posibilidad que nos plantean las TIC con seriedad programática y capacidad de ilusionar a toda la comunidad educativa sabiendo partir de la realidad e intentando responder a necesidades concretas. Todo ello teniendo siempre presente, como ya se ha apuntado, que el lugar que le corresponde a la tecnología es el de ofrecer la cobertura para que el resto de innovaciones y cambios puedan llevarse a cabo.

BIBLIOGRAFIA

AAKER, Kumar, Day, *Investigación de Mercados*, Editorial Limusa, México, 2003

BACA, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, Ed. McGraw Hill, Santafé de Bogotá, 1.997.

GARCÍA, Alberto, *Evaluación de Proyectos de Inversión*, Ed. McGraw Hill, México, 1998.

HOFFMAN, K. Douglas y **BATESON**, Jonh E. G., *Fundamentos de Marketing de Servicios*, Thomson, 2002.

KOTLER, Philip y **ARMSTRONG**, Gary, *Fundamentos de Mercadotecnia*, 2da Edición, Pretice Hall, D.F. México, 1991.

LARA, Juan, *Administración Financiera*, Octubre del 2001

LOPEZ, César, *Problemática del Transporte del Cantón Mejía*, Codecame, 2005

MENESES, Edilberto; *Preparación y evaluación de proyectos*; 2da. Edición 2001.

MILLER, MEINERS, *Microeconomía*, Mc Graw Hill, tercera edición, 2000.

RODRÍGUEZ Luis, *Contabilidad de Costos*, Universidad Central del Ecuador, Cuaderno Académico No. 1

SACHS, Jeffrey, *Macroeconomía en la Economía Globa*; Prentice Hall, 1999

SAPAG, Nassir, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, Ed. McGraw Hill, Santafé de Bogotá, 1995.

SARMIENTO, Rubén, *Contabilidad General*, Publingraf, Septiembre 1999.

STANTON, Etzel, Walker, *Fundamentos de Marketing*, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, 1999

VASQUEZ, Lola, Saltos Napoleón, *Ecuador su realidad*, Fundación José Peralta, 2005

VILLAREAL, Arturo, *Evaluación Financiera de Proyectos*, 1998.

ZAMBRANO, Armando, *Matemáticas Financieras*, Mc Graw Hill, 2001

ZAPATA, Pedro, *Contabilidad General*, Mc. Graw Hill. Colombia 1999.

INTERNET

www.conatel.gov.ec

www.educacion.gov.ec

www.satnet.com

www.ecuanet.com



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

**ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE TELEMÁTICA EN CENTROS INFANTILES DEL
VALLE DE LOS CHILLOS**

AUTOR: EDISON ARTURO SARABIA CALVOPIÑA

DIRECTOR: ECO. VICENTE URRUTIA

CODIRECTOR: ING. JORGE CEVALLOS

SANGOLQUÍ, MARZO del 2008

RESUMEN EJECUTIVO

El cambio en la forma de pensar de los demandantes del servicio para una educación moderna, en términos de un mundo globalizado y esa necesidad creciente de estar preparados para los retos del milenio en curso, en que los avances tecnológicos hacen de su uso en la actualidad parte vital del desarrollo del ser humano, es necesario que se creen líneas de productos y servicios innovadores para que respondan a las necesidades y gustos de los consumidores de estos servicios de telemática. Teniendo como base el aprovechamiento del tiempo de estudio y el momento en el que se lo debe realizar, poniéndoles a los compradores que son los centros educativos que desean brindarles a sus usuarios la posibilidad del desarrollo familiar, aun cuando el servicio no cubre una necesidad básica, los cambios en el estilo de vida de los seres humanos y la ascendente tecnológica, hace que exista un cambio en las costumbres y una influencia directa en la venta y su consumo.

El producto que se entregará al mercado, es la prestación de Servicios de Telemática en Centros Educativos Preescolares del Valle de los Chillos, dotándolas de una herramienta tecnológica que modernice el concepto de la atención a la infancia, permitiendo a los padres un mayor conocimiento de sus hijos, mantenerse más tiempo comunicados con ellos, hacer un mayor seguimiento de su evolución educativa, permitiendo afianzar la integración familiar independientemente del lugar geográfico en que se encuentren.

El servicio de telemática enfocará sus estrategias de mercadeo y ventas a un segmento del tipo Particular, pero con la flexibilidad de atender los constantes requerimientos de servicio que puedan presentar los centros educativos estatales que se encuentren en el Cantón Quito Parroquia Conocoto, San Rafael, Cumbayá.

Se considera las Parroquias que comprenden el Valle de los Chillos y Cumbayá independientemente del Cantón al que pertenecen para la ejecución del proyecto por las características propias del sector, tales como:

- a) Estatus familiar media alta y alta.
- b) Fácil acceso a redes de comunicación de Internet

Donde el tamaño del universo para la presente investigación de mercados es de ciento treinta y cinco (135) Centros Educativos Preescolares Particulares en el Sector del Valle de Los Chillos y Cumbayá (n = 135).

La creación de nuevas empresas de servicio de telemática, al igual que la constitución y creación de nuevas empresas y negocios en el Sector de los Valles de los Chillos y Cumbayá, indica una demanda creciente del servicio, ya que podemos observar el incremento incesante de la integración en el mercado laboral de los miembros de la familia (padre y madre), lo que obliga a que se originen nuevas opciones en comunicación familiar y modelo de enseñanza basados en tecnología, por ende se convierte en un mercado atractivo para invertir, pero que para poder captar un gran porcentaje de este mercado se debe brindar un servicio que sea especializado, diferenciado, confiable, pero sobre todo de excelente calidad.

En la actualidad existe un gran número de Centros Educativos Preescolares que no cuentan con el servicio de telemática, por lo que se puede establecer que existe un mercado aún no cubierto por las actuales empresas de informática, es así que no existirá inconveniente alguno para ingresar a la venta de este servicio en el mercado de los Valles de la ciudad de Quito.

Para determinar la demanda actual se utilizó datos de fuentes primarias (encuestas y entrevistas realizadas). Así en un total de 30 encuestas,

encontramos que en un 80% estarían dispuestas a contratar los servicio de telemática, mientras el 20% no lo harían.

A nivel nacional se hallan establecidas un número considerable de empresas que brindan el servicio de telemática, debido al incremento imparable del uso de las herramientas tecnológicas como el Internet especialmente en las principales ciudades del país, como Quito, Guayaquil, Cuenca. Esto obliga a que se introduzcan en el mercado nuevas organizaciones que ofrezcan este tipo de servicio, es decir interconexiones inalámbricas, videoconferencias en tiempo real o vigilancia remota usando el ciberespacio.

Los servicios de cuentas dedicadas de Internet que brindan las empresas de sistemas informáticos a los centros educativos de nivel inicial existentes en el Vale de los Chillos y Cumbayá no han sido suficientes, debido a que existe una gran demanda que no ha sido satisfecha, la misma que será el mercado meta de este proyecto.

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la oferta y la demanda del servicio, de acuerdo a los resultados de la investigación el 20% no contrataría el servicio, mientras el 80% estarían dispuesto a contratar el servicio de telemática de donde 61.7% pertenece a los centros con una alta capacidad tecnológica, el 24.82% a los de mediana capacidad y el 7.81% pertenece a los centros de baja contenido informático.

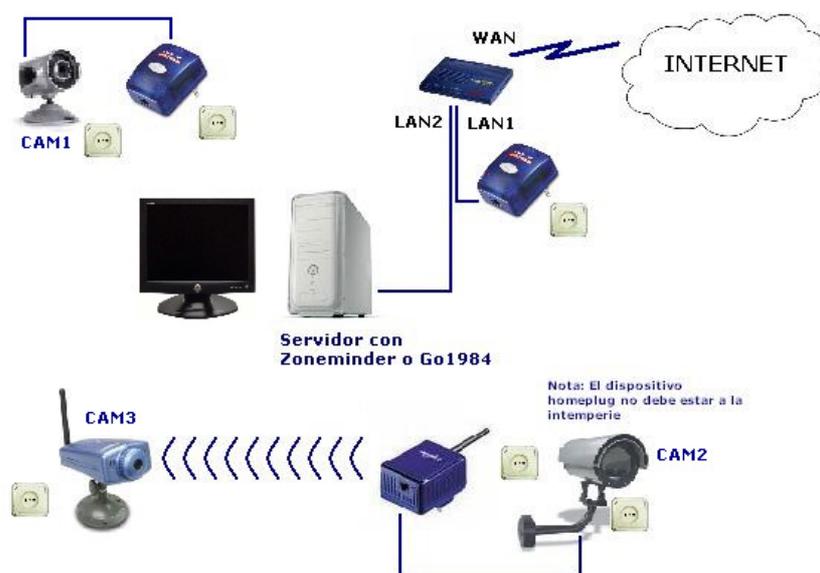
Tomando en cuenta que el precio para una empresa competitiva afecta a la oferta y a la demanda en el grado que si su postura es alta, la demanda disminuirá considerablemente ya que se puede recurrir a la competencia, o a los productos sustitutos, el precio que se maneja es el establecido por la misma competencia, en un valor mil quinientos dólares la instalación de 04 cámaras IP, el costo del servicio de Internet básico es de treinta dólares mensuales.

Las dimensiones del proyecto deben acoplarse a los determinantes que harán que el servicio de telemática posea un equilibrio en el aprovechamiento de los recursos. Para no tener excedentes que aumenten los costos, y de la misma manera, faltante que de igual forma producen este efecto.

La localización está relacionada con la forma en que se realizará la comercialización, distribución y venta del servicio, para lo cual la Empresa de Telemática, debe estar próximo a los lugares dotados de infraestructura básica.

Para analizar este punto hay que considerar que va a dirigir a la comunidad de la región de la Provincia de Pichincha, que se ha tomado como base de operaciones del proyecto de acuerdo a la Macro localización, Pero la mayor concentración de instituciones educativas se encuentra en la Capital y sectores aledaños como el Valle de los Chillos y Cumbayá, por lo que el estudio se centrará en este sector aledaño.

El servicio de telemática por sus características tecnológicas debe contar con varios equipos informáticos para su funcionamiento.



La prestación de servicios de telemática está conformada por diferentes paquetes que a continuación se detalla:

- 1.- Programa Comercial Tipo “A”.- cuyo grupo meta son los Centros Preescolares de Alta Gestión Educativa.
- 2.- Programa Comercial Tipo “B”.- cuyo grupo meta son los Centros Preescolares de Gestión Educativa Media.
- 3.- Programa Comercial Tipo “C”.- cuyo grupo meta son los Centros Preescolares de Gestión Educativa Básica.

Para la selección del nombre de la empresa se ha considerado el hecho de que tanto el cliente interno y externo puedan identificar con facilidad la razón e imagen del negocio, así como su estructura orgánica y el servicio que proporciona.

En este sentido, la empresa se denomina; **“PRIXXIS Soluciones Informáticas”**, como empresa unipersonal, además se analiza los puntos básicos para que dentro de la empresa se examine en la Planeación Estratégica y se establecerá la Visión de la empresa de servicios telemáticos, así como también la Misión para que todas las personas que integran la empresa tengan claro la razón por la que se creó la organización

Misión: Somos una empresa que brinda telecomunicaciones informáticas adaptadas a las necesidades del cliente, nuestros servicios están orientados a ofrecer un trabajo de calidad, poniendo a disposición de nuestros clientes las herramientas tecnológicas de interconexión necesarias para que logren una posición vanguardista en el mercado. Pretendemos ayudar en la medida de lo posible a que las tecnologías de la información sean accesibles para nuestros clientes

Visión: Transformarnos en el principal Socio Tecnológico de nuestros clientes, proveerlos de soluciones informáticas en telecomunicaciones, utilizando

tecnología avanzada y un equipo de trabajo de gran calidad humana, técnica y profesional en la gestión tecnológica.

En la empresa para que exista un adecuado aprovechamiento de los recursos que permita entrar competitivamente en el mercado es necesario que existan estrategias empresariales a todo nivel, en las diferentes áreas.

Los valores y principios Corporativos de la Empresa de Telemática estarán presentes en todos los actos de desarrollo de las actividades de la empresa, orientada hacia todas las personas que hacen parte y tienen una relación con la misma.

A través de la evaluación financiera del proyecto se determina la factibilidad económica y financiera del mismo, el pilar fundamental de este análisis está contemplado en la información que proporcionan los estados financieros de la compañía, en los cuales se evalúa la capacidad del ente para generar resultados y flujos favorables según la recopilación de los datos contables derivados de los hechos económicos,

La inversión inicial necesaria para la puesta en marcha del proyecto es de USD \$63.276,0 la misma que se financiará con el 70% por recursos propios y el 30% mediante un crédito bancario en la CFN a un interés del 9,8%.

Para el Primer año de operación de la empresa se estima ventas por alrededor de USD\$ 55.460,00, que permiten cubrir los costos totales y obtener una utilidad de USD\$ 1.401,30

El flujo de fondos del proyecto emite resultados favorables hacia la factibilidad de "PRIXXIS Soluciones Informáticas", se obtiene un VAN de USD\$ 59.896,26 y una TIR de 33.96%, una relación B/C de 0,14 por dólar invertido y una

recuperación de 3 años que por ser equipos informáticos lo hace atractivo y rentable.

La evaluación financiera justifica la inversión en la empresa, pues generará utilidades a lo largo de su vida útil.