



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
CARRERA LICENCIATURA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

TOPICOS DE GRADUACIÓN

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN

TEMA:

“CUENTOS A MEDIDA”

AUTOR:

ANL. MENDEZ MENDEZ NARCISA DE JESUS

DIRECTOR DE TESIS

LSI. REYES REINA JOSÉ HUMBERTO
ING. RAMOS TÓMALA DAVID FERNANDO , MAE
ING. LUNA CEDEÑO JORGE WASHINGTON

2009 - 2010

GUAYAQUIL- ECUADOR

DEDICATORIA

Esta página muy especial, la he dedicado a las siguientes personas: En primer lugar a Dios quien me dio sabiduría y fuerza para seguir estudiando.

A mis Padres Por haberme guiado a lo largo de mi carrera, brindándome su apoyo incondicional, económico y moral y a todas aquellas personas que de alguna u otra manera contribuyeron para este logro importante en mi vida.

A ellos quienes me dieron su apoyo moral, económico y cada día sus palabras de amor, de ternura y solidaridad que significan aliento y optimismo para que siga mi lucha constante y fiel en los estudios. Es así como hoy culmino con éxito mis estudios superiores.

INDICE GENERAL

CAPITULO I

ANALISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1.	Análisis de la Empresa y su Entorno	I-1
1.1.	Nombre del Negocio	I-1
1.2.	Descripción del Negocio	I-1
1.3.	Misión , Visión , Objetivos , Valores	I-2
1.3.1.	Visión	I-2
1.4.	Objetivos	I-2
1.5.	Valores	I-3
1.6.	Tendencia del Entorno Nacional e Internacional	I-4

CAPITULO II

ANALISIS DE MERCADO

2.	Análisis de Mercado	
2.1.	Descripción del Servicio	II-1
2.1.1	Presentación del Producto	II-5
2.1.2.	Logotipo	II-5
2.1.3.	Página Web	II-6
2.1.4.	Servicio y valor agregado	II-6
2.2.	Fortalezas y debilidades del servicio frente a la competencia.	II-7
2.2.2.	Oportunidad y Amenazas	II-8
2.2.3.	Estrategia	II-8

2.2.4.	Cuadro de Fortaleza Oportunidad Debilidad Amenazas	II-9
2.3.	Ventaja diferencial de nuestros servicios.	II-9
2.3.1.	Investigación de Instituciones Educativas	II-9
2.4.	Análisis de nuestros clientes	II-11
2.5.	Análisis de la competencia	II-11
2.5.1.	Competencia	II-12
2.5.2.	Competencia Directa	II-12
2.5.3.	Competencia Indirecta	II-14
2.6.	Determinación del tamaño del mercado global	II-15
2.7.	Tamaño del Mercado	II-16
2.9.	Estrategias del Plan de Mercadeo	II-18
2.9.1.	Estrategia de Precios	II-18
2.9.3.	Estrategia Promocional	II-19
2.9.4.	Estrategia de Distribución	II-21
2.9.5.	Políticas de Servicios	II-21

CAPITULO III

ANALISIS TECNICO

3.	Cadena de Valor	III-1
3.1.	Esquema Básico de la Cadena de Valor	III-2
3.2.	Cadena de Valor de Cuentos a Medida.com	III-3
3.2.1.	Descripción Actividades Primarias	III-3
3.2.1.1.	Logística Interna o de entrada	III-4
3.2.1.2.	Operaciones	III-5
3.2.1.3.	Logística de Salida	III-5
3.2.1.4.	Marketing y Ventas	III-7

3.2.2.	Descripción de Actividades Secundarias	III-7
3.2.2.1.1	Hosting, Dominio y ancho de banda	III-7
3.2.2.1.2	Forma de Pago	III-7
3.2.2.1	Infraestructura	III-8
3.2.2.2.	Mobiliario	III-9
3.2.2.3.	Diseño y Distribución de la Oficina	III-10
3.3.	Proceso del Negocio	III-11
3.10.	Logística del Proceso	III-16
3.10.1.	Diagrama 1	III-16
3.10.2.	Narrativa 1	III-17
3.10.3.	Diagrama 2	III-18
3.10.3.1.	Narrativa 2	III-19

CAPITULO IV

ANALISIS ADMINISTRATIVO

4.	Análisis Administrativo	IV-1
4.1.	Grupo Empresarial	IV-1
4.2.	Organización	IV-2
4.2.1.	Personal Ejecutivo	IV-2
4.2.2.	Gerencia Administrativa	IV-2
4.2.3.	Departamento Técnico /Sistema	IV-3
4.2.4.	Secretaria	IV-4
4.2.5.	Departamento de Ventas	IV-4
4.2.6.	Departamento Financiero	IV-5
4.3.	Estructura de la Organización	IV-5

4.4.	Estructura de la Organización (Organigrama Jerárquico)	IV-5
4.5.	<u>Descripción de Puestos de Trabajo</u>	IV-6
4.5.1.	Gerente Administrativo	IV-6
4.5.2.	Secretaría/Recepcionista	IV-7
4.5.3.	Diseñador Grafico	IV-8
4.5.4.	Redactor	IV-9
4.5.5.	Ejecutivo de Ventas	IV-11
4.5.6.	Conserje	IV-13
4.6.	Herramientas de Control y desempeño	IV-14
4.6.1.	Plan de Capacitación de la Organización	IV-14

CAPITULO V

ANALIS LEGAL Y SOCIAL

5.	Análisis Legal y Social	V-1
5.1.	Aspectos Legales	V-1
5.1.1.	Tipo de Sociedad	V-1
5.1.2.	Aspectos para la construcción de una compañía anónima	V-3
5.2.	Aspecto de Legislación urbana	V-8
5.2.1.	Aspectos legales del empleado	V-8
5.3.	Análisis Ambiental	V-9
5.4.	Análisis Social	V-9

CAPITULO VI
ANALISIS ECONOMICO

6.	Análisis Económico	VI-1
6.1.	Inversión en Activos	VI-1
6.1.1.	Plan de Financiamiento	VI-2
6.2.	Gastos de Arranque	VI-2
6.2.1.	Gastos de Constitución	VI-3
6.3.	Inversión en Capital de Trabajo	VI-4
6.3.1.	Gastos Operativos	VI-5
6.4.	Presupuesto de Ingreso	VI-6
6.5.	Presupuesto de Gasto de personal	VI-8
6.8.	Depreciación y Amortización de Activos	VI-10
6.10.	Préstamo Bancario	VI-11
6.11.	Presupuesto de Gasto de administración y ventas	VI-12

CAPITULO VII
ANALISIS FINANCIERO

7.	Análisis Financiero	VII-1
7.1.	Tabla de Flujo	VII-1
7.1.1.	Flujo de caja Proyectado 2010	VII-2
7.1.2.	Flujo de caja anualmente	VII-3
7.1.3.	Periodo de Recuperación	VII-4
7.2.	Estados Financieros	VII-5
7.2.1.	Balance General	VII-5

7.2.2.	Estado de Pérdidas y Ganancia	VII-6
7.3.	Punto de equilibrio	VII-7
7.6.1.	Grafico de Punto de Equilibrio Año 2010	VII-8
7.6.2.	Grafico de Punto de Equilibrio Año 2014	VII-8

CAPITULO VIII

ANALISIS DE RIESGOS

8.	Análisis de Riesgo	VIII-1
8.1.	Causas y Riesgo	VIII-4
8.1.1.	Administración de Riesgos	VIII-4
8.1.2.	Procesos de Riesgos	VIII-5
8.1.3.	Procesos Externas de Riesgos	VIII-5
8.1.4.	Leyes de Regulación de Riesgos	VIII-5
8.1.5.	Personal de Riesgo	VIII-5
8.2	Riesgos Financieros	VIII-6
8.2.1.	Cálculos de Riesgos	VIII-6
8.2.2.	Prioridades	VIII-8
8.2.3.	Riesgos del mercado	VIII-8
8.3.	Controles	VIII-10
8.3.1.	Procesos.	VIII-10
8.3.2.	Fuentes Externas	VIII-11
8.3.3.	Normas y leyes de Regulación	VIII-11
8.3.4.	Sistema Transaccional	VIII-12
8.4.5.	Riesgos Técnicos	VIII-14
8.4.5.	Riesgos Economicos	VIII-14

CAPITULO IX
EVALUACION DEL PROYECTO

9.	Evaluación del Proyecto	IX-1
9.1.	Escenario del Proyecto	IX-1

CAPITULO X
CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION

10.1.	Cronograma de Implementación	X-1
-------	------------------------------	-----

RESUMEN EJECUTIVO

En “Cuentos a Medida.” Es una empresa encargada de brindar la más amplia gama de cuentos infantiles donde el niño se convierte en el co-protagonista y héroe de la historia junto a sus personajes favoritos. El servicio de la empresa es el de crear y armar los cuentos que los niños hayan escrito a través de nuestra pagina Web para luego entregárselos y adicionalmente incentivarlos. Para el desarrollo del proyecto se realizó un análisis de la empresa donde se encontrara la información general de la misma misión, visión, valores, un análisis general de mercado, donde se establecen las estrategias de mercadeo a utilizar antes de posicionar nuestro producto en el mercado, la matriz FODA, quienes serian nuestros potenciales clientes, estudio que se realizo bajo el sistema de encuestas a 50 instituciones educativas de instrucción básica de nivel Medio – Alto ubicadas en Guayaquil y obtuvimos que entre nuestros clientes estarán los padres de familia de Guayaquil (Centro-Norte) con hijos menores de edad de status medio alto y alto. Se realizó un análisis técnico donde describimos la tecnología del software con los servicios que vamos a ofrecer, así también la adquisición de herramientas a utilizar, un análisis administrativo donde se define la estructura organizacional de la empresa, los diferentes cargos, entidades de control de calidad, y la capacitación del personal de la empresa. El análisis económico y financiero donde se definen los costos de operación que generará el proyecto; se definen los beneficios económicos, el monto de la inversión, los planes de financiamientos y se hace un análisis costo-beneficio para conocer la rentabilidad del negocio a través de una proyección del estado de pérdidas y ganancias, la evolución del proyecto en sus 3 escenarios optimista, pesimista, y proyectado, análisis de riesgo donde se definen los riesgos de nuestra empresa. En base al análisis realizado para la constitución y funcionamiento de la empresa se necesita constar con un capital de de USD 16.000,00 de los cuales serán aportados por los socios representando un 50% será por parte del socio Emprendedor y el 50% por el socio Capitalista, aportando el socio mayoritario \$3.000 y el socio \$3.000 y buscando un financiamiento bancario de \$10.000 el cual nos da un monto de USD 16.000. Los resultados financieros indican que el proyecto es rentable debido que la rentabilidad del proyecto en un análisis de 5 años es de 56% con un período de recuperación de la inversión del aporte de los socios de 2 años y 8 mese, y el valor presente neto es de \$17.436,51.Y un punto de equilibrio de ventas en dólares de 104,802.94 y 12,843 libros vendidos.

Lcdo. José Reyes Reina
Tutor

Ing. David Ramos Tomalá
Tutor

Ing. Jorge Luna Cedeño
Tutor
Anl. Narcisa Méndez Méndez
Autor

EXECUTIVE SUMMARY

In "Cuentos a Medida." Is a company responsible for providing the widest range of children's stories where the child becomes the co-protagonist and hero of the story with their favorite characters. The service company is to create and assemble their stories have been written for children through our Web site and then deliver them further incentive. For the development of the project is an analysis of the company where you will find general information on the same mission, vision, values, general market analysis, establishing marketing strategies to use before position our product in the market The SWOT matrix, who would be our potential customers, a study that was carried out under the system of surveys of 50 educational institutions level of literacy Medium - High located in Guayaquil and got that among our customers will be parents of Guayaquil (Centro -North) with children under age medium-high and high status. Technical analysis was performed where we describe the software technology to the services we offer and also the acquisition of tools to use, management's analysis which defines the organizational structure of the company, different positions, quality control institutions , and the training of company staff. The economic and financial analysis which defines operating costs generated by the project economic benefits are defined, the amount of investment, financing plans and make a cost-benefit analysis to determine the profitability of the business through a projected profit and loss statement, progress of the project in its 3 stages optimistic, pessimistic, and projected, risk analysis which defines the risks of our business. Based on the analysis conducted for the establishment and operation of the record company needs a capital of U.S. \$ 16000.00 which will be contributed by partners representing 50% will be for Entrepreneur of the partner and 50% by partner Capitalist, providing the majority shareholder and partner \$ 3,000 \$ 3,000 and seeking bank financing of \$ 10,000 which gives us an amount of USD 16,000. The financial results indicate that the project is profitable because the profitability of the project on an analysis of 5 years is 56% with a recovery period of investment of the contribution of members of 2 years and 8 months, and the net present value is \$ 17,436.51. And a balance of sales in dollars and 12.843 books sold 104,802.94.

ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

En el presente capítulo se establece el nombre de la empresa, una descripción del negocio, así como la misión y visión, añadiendo valor ético y moral para una mejor sociedad

1.1 Nombre Y descripción Del Negocio.

Nombre de la Empresa:



Cuentos a Medida

Figura 1.1

1.2 Descripción del negocio

Es una empresa encargada de brindar la más amplia gama de cuentos infantiles donde el niño se convierte en el coprotagonista y héroe de la historia junto a sus personajes favoritos.

Miles de niños y adultos en el mundo han disfrutado y se han emocionado con los cuentos personalizados.

Ahora en Ecuador los niños tienen la oportunidad de ser partícipes de estas aventuras con CuentosaMedida, el regalo inolvidable.

El servicio de la empresa es el de crear y armar los cuentos que los niños hayan escrito a través de nuestra página Web para luego entregárselos y adicionalmente incentivarlos.

Nuestro servicio está enfocado en Primera Instancia a Entidades Educativas y privadas posteriormente se extenderá a las empresas del sector público.

Entre los servicios que ofreceremos al cliente estarán:

- Venta Directa de los cuentos
- Un pequeño incentivo para nuestros clientes
- Venta Online.
- Contribuir a elevar la autoestima del niño
- Nuestros cuentos se elaboran en tapas duras, resistentes y lavables

- Impresos en alta Calidad con páginas a todo color.
- Formas de Pago Diversas
 - ❖ Efectivo
 - ❖ Deposito Bancario
 - ❖ Crédito directo 30 días según el monto.

1.3 Misión, Visión, Objetivos y Valores.

1.3.1 Visión

Convertirse en una Empresa Líder en proporcionar al mercado en mediano plazo una variedad de cuentos personalizados y con profesionales capacitados, manteniendo siempre la moral y la etiqueta profesional de nuestro trabajo.

1.3.2 Misión

Ingresar al mercado como una empresa capaz de innovar con servicios y estrategias de ventas de cuentos, crear un servicio de calidad para los niños en el que ellos puedan divertirse creando sus propias historietas y también que los padres tengan un mejor acercamiento con ellos.

1.4 Objetivo

Implementar un portal que permita que los usuarios que utilizan el Internet accedan a nuestros cuentos de forma fácil, puedan ver nuestra página y solicitar uno de nuestros cuentos personalizados para sus hijos y también puedan beneficiarse a través de un pequeño incentivo que les ofreceremos por cada cuento que escriban.

1.4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Se pretende llegar los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Quedarnos en la mente del cliente.
- ✓ Desarrollar un sitio dinámico que siempre existan novedades y actividades.
- ✓ Indagar si el ambiente, el servicio y la tecnología motiva a las personas a visitar la empresa sobre el nuevo producto.

1.5 Valores

Nuestra cultura tiene como base los siguientes valores que identifican a quienes formamos parte de nuestra empresa “Cuentos a Medida”.

Nuestro valores

-  Integridad y Honestidad
- ❖ Basada en valores inculcados en la familia, los cuales nos proporcionan sentimiento de confianza en nuestros clientes y en la sociedad.
-  Transparencia y respetuosidad.
- ❖ El trabajo serio y efectivo ofertado por parte nuestra empresa para nuestros clientes.
-  Excelencia.

❖ Enfocado hacia la satisfacción total de las necesidades del cliente mediante una cultura de servicio, basada en un excelente trabajo, oportuno y eficiente.

🚧 Responsabilidad y Compromiso con el medio ambiente, reciclar material inservible de manera responsable para no afectar al ecosistema.

🚧 Confianza mantener una posición clara, directa, de tal forma de ganar el respeto y por ende la confianza de los clientes (Padres -Instituciones Educativas).

1.6 TENDENCIA DEL ENTORNO INTERNACIONAL.

La globalización y el avance tecnológico obligan a todas las empresas a integrarse a los sistemas del e-commerce y e-business.

El Internet se ha convertido en el nuevo terreno de batalla para poder obtener el mayor número de clientes posibles. A través del e-commerce, no solo se esta dirigiendo a personas o empresas de una localidad o región, ahora se puede llegar a millones de personas y miles de empresas, de cualquier parte del mundo.

Dentro de todos los servicios que ofrece Internet, como puede ser la búsqueda de información concreta (buscadores), correos electrónicos, foros, chats,... se encuentra la compra-venta on-line y es en esta área en la que se distinguen varios sectores de comercio electrónico.

En el mercado internacional no existen muchas empresas de servicios que estén en nuestra línea. Entre ellas Tenemos.

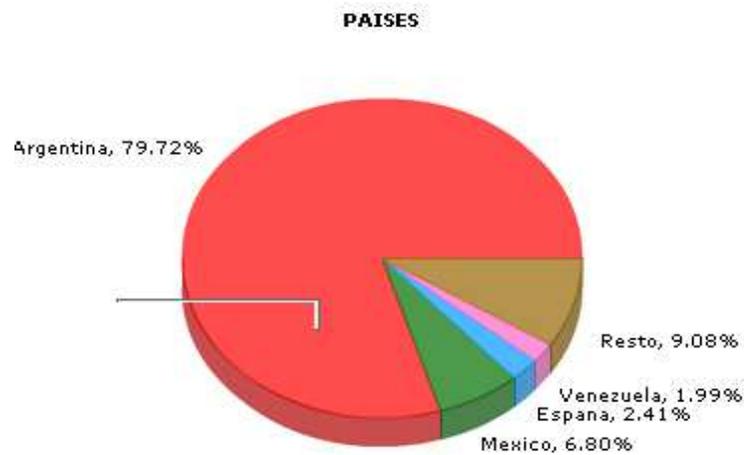
<http://www.cuentopersonalizado.com.ar/>

Localizada las oficinas en España

<http://www.regalomagico.com/>

También localizado en España

La mayoría de estas empresas ofrecen servicios de compras a un precio muy elevado pero ninguno ofrece libros a un precio módico como nosotros,



Fuente:

Gráfico 1.1

En conclusión, Ecuador tiene un uso menor de 70 computadoras por cada mil habitantes y es necesario que el comportamiento de estas variables sean sostenibles en el largo plazo, por ello se requiere un aumento en los niveles de educación y una transferencia de tecnología, con el fin de que la productividad de los factores sea determinante del crecimiento económico y por ende del desarrollo, es decir, el mayor bienestar de la población.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

En esta sección se realiza el análisis tomando en cuenta las características del producto, similares o sustitutas que existan en el medio, utilizando herramientas administrativas y estadísticas se concreta la aceptación en el mercado identificando la meta para el producto.

2.1 Descripción del Producto

Cuentos personalizados



Fuente:

Figura 2.1

Los cuentos personalizados relatan aquellas vivencias, situaciones, experiencias y anécdotas que para el niño, su familia y el entorno son únicas y especiales. El lenguaje se adapta a las necesidades de cada situación y de cada niño o destinatario y el texto y las ilustraciones son exclusivos cien por cien. No trabajamos con plantillas previas ni en cuanto al texto ni a las ilustraciones. Los cuentos personalizados pueden tener una finalidad lúdica, terapéutica, didáctica, etc.

Los cuentos personalizados se pueden regalar para un cumpleaños, una comunión o un aniversario especial para el niño y la familia, sirven de apoyo cuando se trata de asimilar una enfermedad, pueden ayudar a comprender mejor una situación difícil que esté atravesando, por ejemplo, una separación matrimonial o una muerte traumática.

Los cuentos personalizados pueden ayudar a los niños adoptados y a sus familias a reforzar los vínculos y a explicar el proceso de la adopción y también sirven de apoyo para asociaciones y colectivos que trabajan con niños con determinados problemas físicos o psíquicos.

Los cuentos personalizados son, además de un regalo especial y exclusivo que su destinatario nunca olvidará, una herramienta de apoyo para múltiples ocasiones de la vida cotidiana en que nos vemos desbordados y no sabemos cómo explicar al niño temas complicados.

Nuestra idea es muy innovadora, ya que contendrá cuentos e historias, personalizadas e interactivos para niños en donde se pueden incluir imágenes en las que no necesariamente aparezca la foto del niño, sino que su nombre se encuentre en el texto. Pueden prevalecer las imágenes, (son los mas interesantes para niños pequeños), y la fotografía de su rostro obtenida a través de un scanner (de frente, de perfil), puede incorporarse a cuerpos dibujados. O puede estar la fotografía de cuerpo entero inserta en las escenas. (En distintas posiciones, frente perfil, detrás).

Los cuentos pueden ser los tradicionales, donde el niño acompaña y ayuda al protagonista e interacciona con los otros personajes , o se pueden crear nuevos cuentos e historias llenas de situaciones divertidas, fantásticas, llenas de paisajes, animalitos, didácticas, etc. , donde el niño sea el único protagonista, o puede estar junto a sus mejores amigos.

Las historias también pueden tratar sobre anécdotas familiares, (vacaciones, fiestas especiales).

Los **Cuentos Personalizados** son cuentos especiales que convierten a grandes y chicos en protagonistas de cada historia junto a sus amigos y personajes favoritos.

Cada **Cuento** se hace en forma especial para el homenajeado. A lo largo de la trama, se mencionan su **nombre, edad, barrio** y sus **amigos**...es por eso que son un regalo perfecto, ya que son libros "**UNICOS**", sin igual.

No dejes de visitar nuestra sección **DESTACADOS DEL MES**.

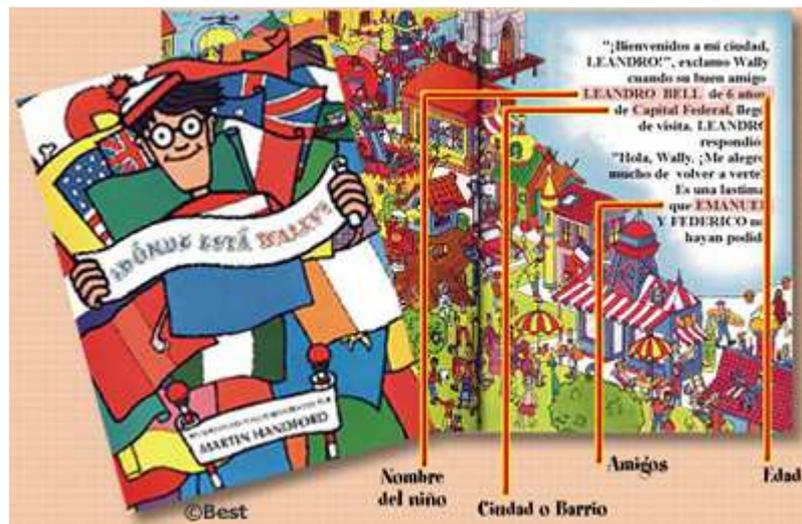


Figura: 2.2

Si quieres conocer algunos de nuestros títulos accede al catálogo en línea de libros personalizados hacer click aquí.

No dejes de visitar nuestra sección **DESTACADOS DEL MES**.

Es muy importante tener la precaución de que estos cuentos personalizados, no contengan vestigios de violencia, racismo, ideologías, etc., ni explícita, ni sugerida.

Generalmente los niños aman este tipo de cuentos, y pronto desean nuevas historias, a la vez que la propaganda que se realiza de boca en boca entre compañeros y entre padres es muy rápida y efectiva.

También se dará un pequeño incentivo para que los niños y adultos se entusiasmen y puedan escribir sus historias o cuentos.

Una forma de difundirla sería a través de marketing directo en escuelas y jardines particulares.

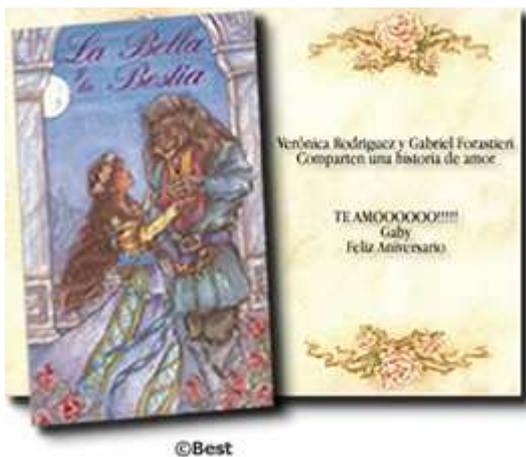
Escribimos cuentos y relatos que narran las anécdotas y vivencias de la vida de nuestros seres queridos. Vea nuestros cuentos personalizados donde el niño es el principal protagonista al incluirse en el cuento su nombre y el de sus amigos. Presupuesto sin compromiso.



Hay aventuras para todas las edades y en todos los idiomas. Si quieres sorprender con un regalo original y muy personal, deje volar tu imaginación y elegí tu cuento.

Nuestros libros combinan imaginación y educación, y sensibilizan los sentimientos de grandes y chicos.

Figura: 2.3



Puedes optar por agregar Hojas Adicionales para escribir libremente lo que desees, ya sean palabras, poemas, recuerdos. También puedes incluir Fotos en la encuadernación del Libro, de modo de poder revivir momentos especiales (tienes que enviarnos la foto en un JPG de buena resolución). Tenemos hermosos diseños para enmarcar tu foto.

Figura: 2.4



Figura: 2.5

Los Libros Personalizados los hacemos especialmente para cada persona, buscando siempre su sorpresa y emoción.

Solo hace falta un detalle...imagínate la carita de asombro y alegría del pequeño cuando le regales un Libro Personalizado y vea su nombre...!

2.1.1 Presentación del Producto

Consideramos que todo lo que represente a nuestra empresa debe manejar una línea que exprese eficiencia, rapidez, confianza y tecnología. Estas características las relacionamos a nuestra empresa en base a una imagen global que comienza en base a lo siguiente:

2.1.2 Logotipo



Figura: 2.6

2.1.3 Página Web



Figura: 2.7

2.1.4 Servicio y Valores Agregados

Entre los servicios y valores que ofrecemos están:

- Ofrecer cuentos e historietas, según las exigencias del cliente y nuestros criterios.
- Desarrollar un sitio dinámico en donde existan novedades, y ayudas para poder crear sus propios cuentos.
- Tener varias alternativas de cuentos y formatos de impresiones.
- Buscar alianzas y convenios con las editoriales del país para poder realizar nuestro trabajo.

- Alianza con otros países que realizan lo mismo para establecer oportunidades cruzadas.
- Ofrecer varias alternativas de comercialización:
- Cuentos con las fotos de los niños.
- Ofrecer a Instituciones Educativas Particulares nuestro servicio
- Facilidades de pago.
- Presentaremos publicidad de nuestros libros, mediante convenios con otros negocios de páginas Web para promocionar a los mismos.
- Ofreceremos planes de socios VIP, por medio de un pago mensual, semestral o anual, tendrán acceso a descuentos y promociones especiales por cada libro que promocionemos.
- Presentaremos descuentos y ofertas en fechas especiales
- Publicaremos en nuestra página Web editoriales sobre nuestras variedades de cuentos y marketing por parte de expertos en la materia.

2.2. Fortalezas y debilidades del servicio frente a la competencia.

Análisis FODA	Fortaleza	Debilidad
Análisis Interno	F1. Personal capacitado.	D1. Servicio nuevo en el mercado.
	F2. Garantizar a nuestros clientes el correcto funcionamiento de la página Web.	D2. Recurso relativamente limitado.
	F3. Servicio innovador.	D3. Producto nuevo
	F4. Ofrecer una atención personalizada.	D4. No cubrir en todo el país, inicialmente lo hará en Guayaquil.
	F5. Organización para realizar cuentos a través del comercio electrónico en nuestra ciudad	D5. No contar con infraestructura de logística propia.

Cuadro 2.1 Matriz Foda Fortaleza Debilidades

2.2.2 Oportunidad y Amenazas

Análisis FODA	Oportunidad	Amenazas
<p>Análisis Externo</p>	<p>O1. Integrar nuevos servicios.</p>	<p>A1- Aumento de la competencia.</p>
	<p>O2 Creciente demanda de servicios on-line.</p>	<p>A2 Poca aceptación por parte del mercado meta</p>
	<p>O3 Disponibilidad de Créditos Financiero.</p>	<p>A3. Falta de Capital</p>
	<p>O4 Capacidad de crecimiento en otras ciudades importantes.</p>	<p>A4. Poca aceptación por parte del mercado meta</p>
	<p>O5 Producto diferente en medio</p>	<p>A5.Competencia con países Asiáticos que cuentan con mayor nivel tecnológico y alta producción ofreciendo un costo menor al consumidor.</p>

Cuadro 2.2 Oportunidades y Amenazas

2.2.3 Estrategia

Basándose en el cuadro se determina las estrategias para aprovechar las oportunidades y fortaleza, así como también neutralizar las Amenaza y superar las debilidades.

E1. Diferencia con base en el costo/ beneficio y calidad en el servicio.
E2. La oferta principal no deberá ser afectada por el sustituto
E3. No competir con el sustituto. Presentar como servicio complementario.
E4. Difusión personalizada, visitas demostrativas.
E5 Acercamiento a los sectores productivo y lograr apoyo estratégico.
E6.Capacitación en la forma de utilizar el producto.
E7 Charlas de moral , Ética y fidelidad a la empresa
E8 Mantener activa la Misión y Visión de la empresa.
E9. Difundir la idea del negocio como necesario para la sociedad en contra la delincuencia
E10. Establecer sistema de seguridad de información confiable.

Cuadro 2.3 Estrategia

Cuadro de Fortaleza Oportunidad Debilidad Amenazas

CUADRO DE FORTALEZAS OPORTUNIDADES DEBILIDADES AMENAZAS										
FODA		DEBILIDADES					FORTALEZA			
		D1	D2	D3	D4	D5	F1	F2	F3	F4
AMENAZA	A1	E1		E7				E4-E5	E6-E9-E8	
	A2				E1					
	A3				E1				E8	E10
	A4	E6			E1	E1	E6		E7	
	A5	E6		E10		E7			E3	E9
OPORTUNIDAD	O1		E4	E10						
	O2			E7-E10	E4-E9					
	O3		E9-E7		E9					
	O4		E4-E9		E4-E9-E7					E1
	O5	E6		E6-E9		E7			E7	E9

Cuadro 2.4 Relación Foda-Estrategia

2.3 Ventaja diferencial de nuestros servicios.

El servicio que brindaremos estará desarrollado en una plataforma que utilizara una nueva tecnología de Internet, lo cual permitirá ofrecer a nuestros clientes una página Web actualizada y con una atención durante las 24 horas del día. Muchos tratarán de imitar nuestra idea, sin embargo procuraremos mantener la calidad de nuestro servicio y con ello mantener la fidelidad de nuestros proveedores como de nuestros clientes.

Investigación de Instituciones Educativas

Esta investigación ha sido tomada de una de las principales fuentes como es la INEC. La infraestructura educativa, pública y particular, que funciona en las 24 provincias del país esta conformada por establecimientos:

- ✓ Preprimarios
- ✓ Escuelas
- ✓ Colegios
- ✓ Universidades
- ✓ Escuelas Politécnicas

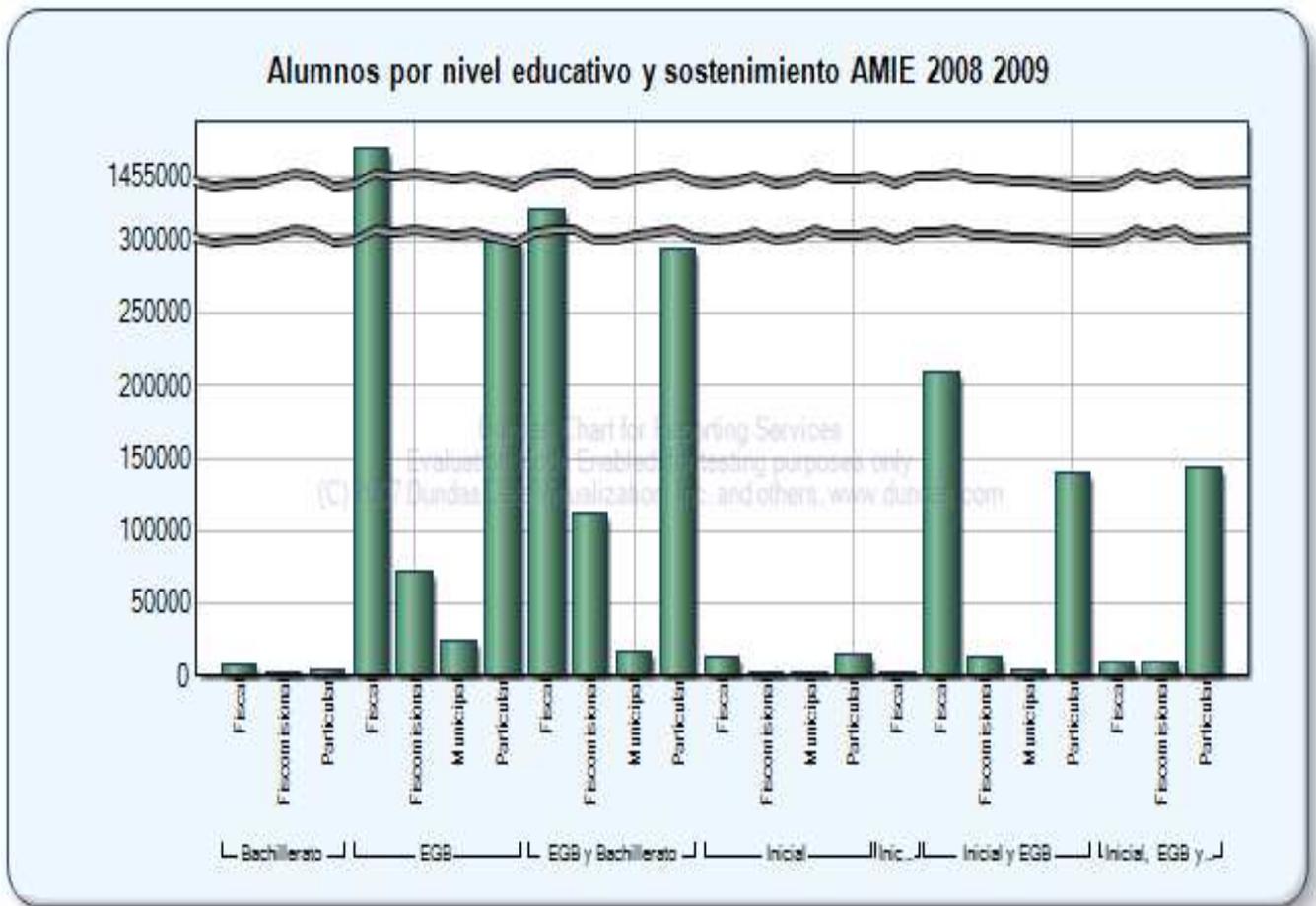


Grafico 2.1 - Fuente:

Su distribución por niveles de enseñanza es la siguiente:

Nivel Escolar	Número Establecimientos
Pre-primario	4052
Primario	17554
Medio	3275
Superior	40
Escuelas Politécnicas	7

Tabla No. 2.1 Número de Estudiantes por Institución

Con los datos anteriores podemos concluir que nuestro segmento de mercado inicial va a ser la educación inicial educativa particular que es del 50%.

Aquí veremos un total de alumnos por nivel educativo y sostenimiento a nivel nacional.

Fiscal	Fiscomisional	Particular	Municipal	TOTAL
--------	---------------	------------	-----------	-------

Inicial	12803	1010	14584	2072	30469
---------	-------	------	-------	------	-------

En este cuadro tenemos la división de cuantos alumnos hay en las Instituciones Educativas Iniciales tanto en Fiscales, Fiscomisional, Particular y Municipal.

Para la educación a nivel Inicial Particular que es donde Difundiremos nuestro proyecto vemos que hay un total de 14584 alumnos a nivel nacional.

Fuente: Página Web Ministerio de Educación

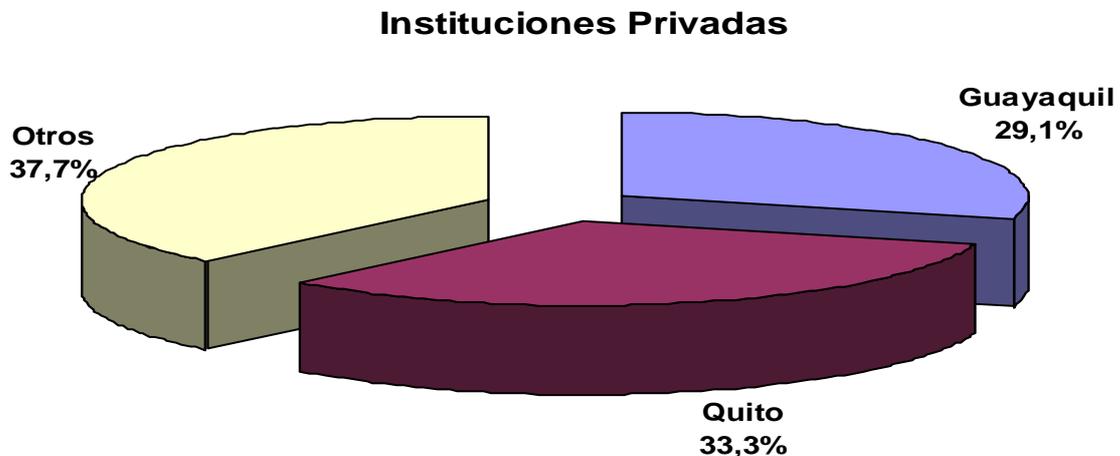


Figura No. 2.2 Instituciones Privadas - Fuente: Ministerio de Educación

Nuestras operaciones estarán enfocadas en la provincia del Guayas tanto en el sector, institucional así como en el particular, enfatizando como grupo objetivo trascendental.

Nuestro mercado de instituciones educativas y privadas en un numero de 60, por lo que incursionaríamos en este mercado.

2.3 Análisis de nuestros clientes.

Los cliente de nuestra empresa serán los ciudadanos de clases económicamente alto y de clase económicamente medio alto manteniendo un estatuto económicamente aceptable para el beneficio de nuestra empresa.

Mediante un estudio realizamos a 398 personas donde se analiza el nivel socio económico y el estilo vivienda de los habitantes de Guayaquil .

2.5 Análisis de la competencia

2.8.1. Competencia

Nuestro producto trata de ofrecerle al cliente es mucho más que libro de cuento ya que a través de ello nuestros niños tendrán una experiencia inolvidable con sus padres y amigos.

2.8.2. Competencia Directa:

En este caso nuestra competencia directa es **CuentosPersonalizados S.A.** que ofrece el servicio de promocionar cuentos personalizados desde 10 euros Por medio de la Página **CuentosPersonalizados.com.**



Figura: 2.8 Página Principal de CuentosPersonalizados.com

2.5.3. Competencia Indirecta



Figura: 2.9 Fuente: Grupo NORMA – Competencia indirecta

Nuestra competencia indirecta en este caso serian las empresas que venden o promocionan libros.

Como por Ejemplo:

- Grupo Norma

Imagen de la Competencia ante los Clientes

Por lo general, los clientes se encargan realizar encuestas concernientes a la realización de cuentos o a la compra de los mismos, eligiendo a los proveedores basándose en sugerencias de amistades o familiares.

Segmento al cual están dirigidos

Todos los proveedores de estos servicios están orientados a la clase media, alta y empresas comerciales e Instituciones Educativas de prestigio.

¿Será fácil competir con ellos?

Nos lanzaremos con una propuesta mas atractiva para los usuario como es la de un Web Site auto administrable y de fácil consulta e interconectividad, para realizar los mejores cuentos y además tendremos un marketing directo ya que iremos a las Instituciones Educativas Particulares a ofrecer nuestros productos.

¿Podremos lograr una fracción del mercado?

Nuestro servicio de realización de cuentos personalizados y de ofrecer a las Instituciones Educativas Particulares es relativamente nuevo en el mercado, siendo esta una de las razones que nos conducen a suponer que con una publicidad agresiva podremos captar una buena fracción del mercado llegando así a convertirnos en líderes dentro del sector.

En nuestro primer periodo de operación el cobro de comisión por servicio para clientes será mínimo si lo comparamos con los beneficios que recibirán ambas partes durante todo el proceso de la realización del cuento.

2.6. Determinación del tamaño del mercado global

Este servicio va dirigido a Instituciones Educativas Particulares

2.6.1. Grupo objetivo primario y secundario

Grupo Primario

Los Planteles Educativos y Personas Naturales de la ciudad de Guayaquil con historial de frecuentes realización de libros de cuentos personalizados de diversa índole, sumando un total de 390 clientes, distribuidos de la siguiente manera:

Clientes	Cantidad
Planteles Educativos	6
Personas Naturales	346

Tabla. 2.2 Grupo Objetivo de CuentosaMedidas.

2.7 Tamaño del mercado

Este sondeo fue realizado mediante una encuesta telefónica a un grupo de Centros Educativos Particulares y personas naturales referente a su preferencia hacia la realización de cuentas personalizadas, este sondeo fue dirigido a personas de clase media / alta de entre un grupo de 40 personas naturales y 30 Instituciones Educativas Particulares.

Estamos direccionando nuestras ofertas a personas e instituciones las cuales está interesadas en obtener un servicio personalizado y completo para crear sus propias historietas y cuentas personalizadas.

El trato personalizado a estos clientes es crucial para darnos a conocer como una empresa confiable y eficiente, pero lo importante es mostrar al público que es lo que hacemos realmente, con que contamos y el beneficio con que contarán.

Aspiramos nosotros a cubrir este mercado, comenzando por los pequeños clientes e instituciones hasta llegar hacia los grandes clientes, llegando incluso superar nuestras aspiraciones.

100 Instituciones Educativas

3 Paralelos c/u

23 alumnos promedio

6,900 Población a encuestar

La formula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es el siguiente:

$$N = \frac{n * z_a^2 * p * q}{d * (n-1) + z_a^2 * p * q}$$

En donde,

N= Tamaño de la población

Z= nivel de confianza

P= probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q= probabilidad de fracaso

D= Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Seguridad= 90%

Precisión=3%

Proporción esperada= asumamos que puede ser aproxima al 5%; si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor p=0.5 (50%) que Maximiza el tamaño maestral.

N=6,900
2

Z_a = 1.962 (ya que la seguridad es del 90% el coeficiente seria 1.645)

p= proporción esperada (En este caso 50% = 0.5)

q= 1-p (en este caso 1 - 0.10 = 0.90)

d=precisión (en este caso deseamos un 3%) quedando como resultado:

$$N = \frac{n * z_a^2 * p * q}{d * (n-1) + z_a^2 * p * q}$$

$$N = \frac{6,900 * 1,64 * 0,05 * 0,90}{0,03 (6,900840 - 1) + 1,64 * 0,05 * 0,90}$$

N= 132

El tamaño de la muestra para realizar las encuesta a las instituciones educativas (particulares) es de 134 en la ciudad de guayaquil.

2.9. Estrategias del Plan de Mercadeo

1. Conocer mejor el campo actual referente a la realización de libros de cuentos e historietas y ver en que podemos mejorar en comparación con la competencia existente, y así hacer una buena planeación de mercadeo.
2. Promocionar con etiquetas o calcomanías publicitarias en autos, en vallas publicitarias y por medio del sitio web de la empresa presentarnos como empresa innovadora hacia los posibles clientes y proveedores.
3. Los precios están acorde a los requerimientos del cliente con precios económicos, ofreciendo descuentos y promociones.
4. El producto es nuevo e innovador, con costos razonables y presentando un trabajo de calidad entre los productos que ofrecemos están los siguientes:
 - a. Guía para la realización de Cuentos.
 - b. Interactividad entre niños y sus padres.
 - c. Libros de buena calidad y de buen material.
 - d. Entrega inmediata de los libros terminados
 - e. Buena impresión de imágenes en los cuentos o historietas.

2.9.1. Estrategia de Precio

1.- Nuestros precios en el mercado estarán determinados por las empresas editoriales de servicios vinculados a nuestra organización. Los ingresos que obtendremos de las negociaciones con nuestros posibles consignatarios se derivarán de comisiones por cada libro realizado así como el pago de un monto fijo mensual por publicidad en nuestra página,

2.- Las organizaciones que acepten nuestra propuesta obtendrán publicidad a través de nuestro sitio Web según un convenio establecido y en algunos casos podemos llegar a la exclusividad.

2.9.2. Estrategia de Comercialización

1.- Una de las herramientas más atractivas para la comercialización de nuestro servicio será el ahorro de tiempo, trabajo y costos. La realización de libro de cuento o de historietas supone una inversión de tiempo, energía y dinero, pero el cliente merece lo mejor, por eso, al realizar nuestros cuentos personalizados haremos que sea un momento que ofrezcamos a nuestros clientes de mucha diversión y entretenimiento, y todo esto será un éxito.

2.- Nosotros ofrecemos una alternativa diferente para ello, pues una de nuestras misiones es hacer un seguimiento integral a la Instituciones Educativas Particulares en donde iremos a promocionar nuestro servicio para los niños, e inclusive cuando hayamos entregado nuestros libros para ver si nuestros clientes han quedado satisfechos con nosotros.

3.- La flexibilidad de nuestra organización y de nuestros sistemas de trabajo asegura un eficiente aprovechamiento de los recursos disponibles por nuestros clientes con el fin de reducir al máximo el servicio prestado y la información

Ingresada para la realización de los cuentos. Los servicios propuestos pueden ser prestados de manera total o independiente.

4.- En nuestra Página Web **CuentosalaMedida.com** se cumplirá las funciones de informar y vender nuestros servicios. Esta servirá también como medio de publicidad pues en ella, el cliente va a tener la posibilidad de conocer y elegir los servicios que requiera.

2.9.3. Estrategia Promocional

Como estrategia promocional nos enfocaremos en los siguientes puntos:

- Visitas a Instituciones Educativas Particulares
- Elaboración de folletos
- Presentación de nuestro servicio por medios audio-visuales
- Envío de correspondencia electrónica
- Estar asociado a los mejores buscadores de la Web (Google, Yahoo y Altavista).

A continuación se presenta varias estrategias de comercialización:

- Página Web de nuestra empresa, diseñaremos una página Web que cumplirá las funciones de informar y vender nuestros servicios. Esta servirá también como medio de publicidad, pues en ella el cliente va a tener la posibilidad de conocer y elegir los servicios que requiera.
- Publicidad a través de banners en las páginas ecuatorianas en Internet más visitadas.
- Plan de visitas personalizadas a instituciones educativas de Guayaquil. el vendedor presentará información completa de los servicios que nuestros afiliados ofrecen y las combinaciones de estos que pudieran ser requeridas.
- Plan de concientización hacia los padres de familia sobre el hábito de leer que se debe difundir a los niños para que en un futuro sean una persona de bien.
- Anuncios por correo electrónico informando de los servicios que nuestra empresa ofrece.
- Flyers/Volantes en las revistas publicadas por las Cámaras de Guayaquil.
- Visitas a las empresas, en esta tarea, el vendedor presentará información completa de los servicios que nuestros afiliados ofrecen y las combinaciones de estos que pudieran ser requeridas.
- Nuestro servicio también se desarrollan para épocas específicas de feriados como el día del niño, navidad y fin de año, donde sería oportuno regalar uno de nuestros libros a los niños, además de una constante publicidad, este tiempo será apropiado para impulsar con mayor fuerza los servicios que nuestra empresa ofrece a través de los medios ya mencionados.

- También incluiremos a nuestra página opciones diversas de información, para ser vistos por nuestros clientes de forma más flexible, de esta manera estamos mostrando sobre quiénes somos y nuestra calidad en el servicio.

2.9.4. Estrategia de Distribución

1.- La estrategia de difusión será dirigida especialmente a las instituciones educativas particulares de Guayaquil con una visita personalizada de nuestros difusores que tendrán a cargo una campaña de concientización hacia los padres de familia para que vean los beneficios que ofrecerá nuestros servicios.

2.- Cada mes se realizara una encuesta al cliente para determinar su nivel de satisfacción con respecto al servicio proporcionado por nosotros, permitiéndonos de esta manera accionar los correctivos necesarios y así mantener la lealtad de nuestros clientes.

3.- Realizaremos charlas motivadoras para los niños, Charlas de concientización para los padres para que puedan comunicarse mejor con sus hijos y ver la importancia que es leer un cuento y charlas informativas para los profesores de las instituciones educativas.

2.9.5. Políticas de Servicio

Cuentosamedida.com se compromete a:

- Garantizar el servicio por cambios realizados de los cuentos o de las fotos subidas a través de nuestra web dependiendo de las condiciones de cada uno de las editoriales.
- Realizar reportes sobre los libros que se vayan a editar.
- Realizar un convenio con las editoriales para que los precios de los libros sean mínimos.
- Dar soporte técnico a la base de datos donde se aloje la información (Previo convenio en el contrato).

El cliente se compromete a:

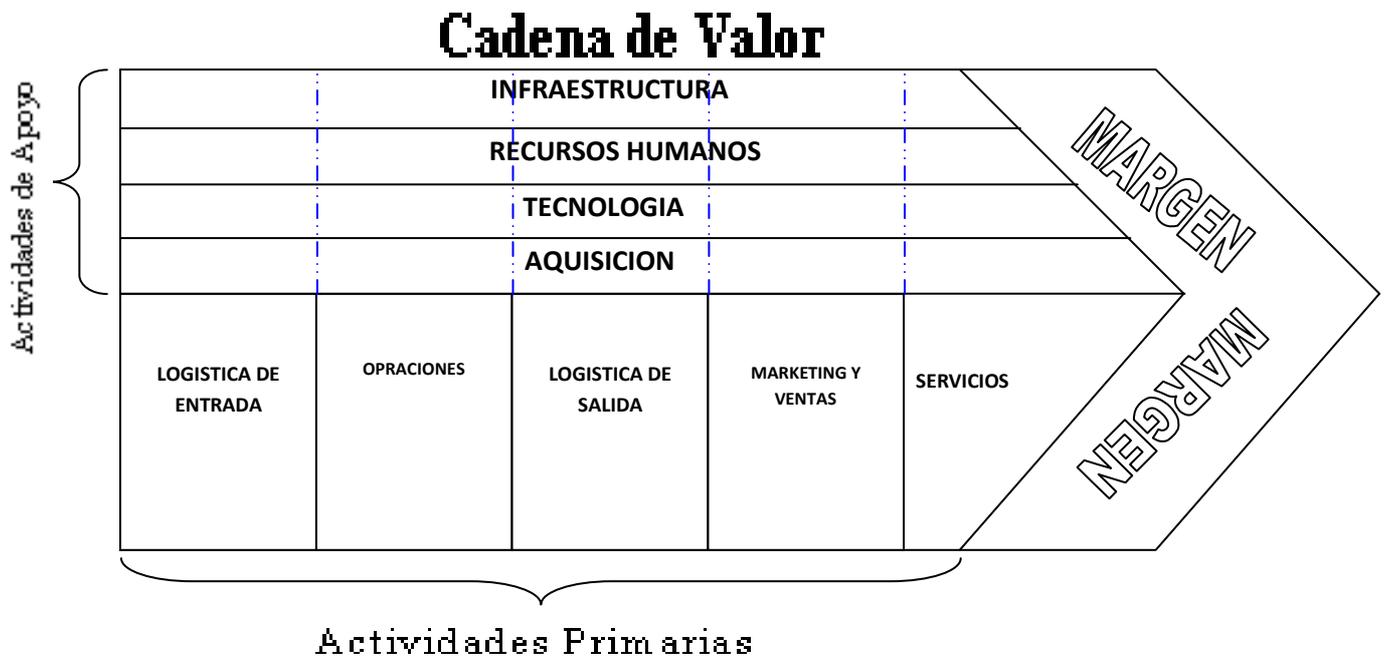
- Realizar los pagos de los libros según en el momento de la entrega según estipule en el contrato.
- Confirmar con 48 horas antes a la realización del libro, cualquier cambio que pudiera afectar directa o indirectamente a la realización del mismo.
- Tener absoluta responsabilidad de la información ingresada al Web Site y su utilización.

3. ANÁLISIS TÉCNICO

2.9.6. 3.1 Cadena de Valor (Porter)

El marco conceptual de la Cadena de Valor de Michael Porter es un modelo que ayuda a analizar las actividades específicas con las cuales las firmas pueden crear valor y ventaja competitiva.

Su esquema básico está representado en el siguiente gráfico:



Cuadro: 3.1- Cadena de Valores 1

Las actividades de la Cadena de Valor

Actividades primarias (línea funcional)

Logística de entrada. Incluye el ingreso, almacenamiento y control de de la información por parte del usuario. Plan para concientización de los padres, charlas de motivación y difusión del servicio.

Operaciones. Incluye el Web Site e interfase auto administrable de la información.

Logística de salida. Las actividades requeridas para conseguir que el producto final llegue a los clientes: almacenamiento, atención de pedidos, transporte, gestión de la distribución.

Marketing y ventas. Las actividades asociadas a conseguir compradores que compren el producto, incluyendo: selección de canal de distribución, publicidad, promoción, ventas, asignación de precios, gestión de ventas minoristas, etc.

Servicio. Las actividades que mantienen y realzan el valor del producto, incluyendo: soporte de cliente, servicios de reparación, instalación, entrenamiento, gestión de repuestos, actualizaciones, etc.

Actividades de apoyo (procesos de personal, margen)

Adquisiciones. Consecución de las materias primas, maquinaria, etc.

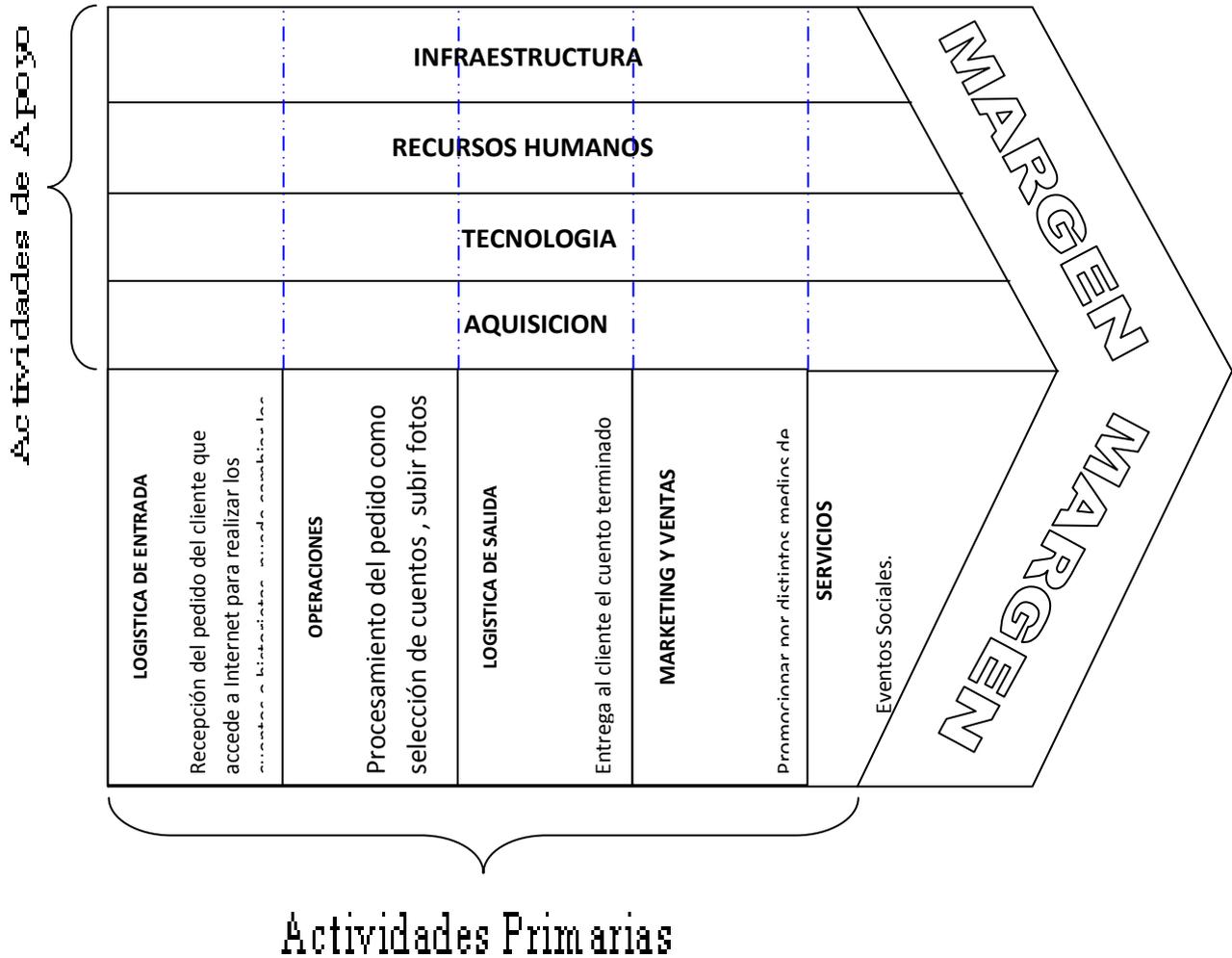
Desarrollo de tecnología. Incluye el desarrollo de tecnología para apoyar a las actividades de la cadena de valor. Por ejemplo: Investigación y desarrollo, automatización de procesos, diseño, rediseños.

Administración de recurso humano. Las actividades asociadas al reclutamiento, al desarrollo (educación), a la retención y a la remuneración de empleados y de gerentes.

Infraestructura de la empresa. Incluye la gerencia general, la gerencia de planeamiento, las finanzas, la contabilidad, los asuntos públicos, la gerencia de la calidad, etc.

3.1. CADENA DE VALOR DE CUENTOSAMEDIDA.COM

Cuadro: 3.2- Cadena de Valores 2



Actividades Primarias

Logística de Entrada

- ✓ El cliente accede al Internet
- ✓ Ingreso de los datos del Cliente al sistema.
- ✓ Puede cambiar el cuento y subir las fotos de los niños.

-
- ✓ Selecciona los formatos, tamaño tipo de letra etc.

 - ✓ Asesorar e informar sobre las políticas en la organización y ejecución cuentos al cliente.

Operaciones

- Elaborar el registro.
- Elaboración y presentación de la propuesta al cliente.
- Elaborar la descripción del cuento.
- Subir la foto del niño
- Revisión y Preparación del acta de compromiso para el cliente.

Logística de Salida

- Se paga los cuentos impresos.
- Pasa el servidor de imágenes
- Se imprime los cuentos con las fotografías.
- Se entrega el producto terminado.

Marketing y Ventas

- Elaborar y repartir volantes publicitarias.
- Publicidad del Sitio Web de la Empresa.
- Publicidad por Radio y En Revistas Sociales.
- Realizar visitas centros educativos.

Servicio

- Organización de Eventos Sociales como por Ejemplo:
 - Día del Niño

Actividades de Soporte

Infraestructura

- Adecuación de las diferentes áreas.
- Alquiler de Local.
- Pago de Agua, Luz y Teléfono.

- Adquisición de Suministros Varios

Personal

- Personal profesional en el área con experiencia como por ejemplo:
 - 2 Promotores
 - Redactores
 - Diseño Grafico
 - Editoriales, etc.

Tecnologías

- Acceso a Internet vía Dial Up.
- Software:

Para el análisis técnico se ha dividido el servicio que ofrece **Cuentos aMedida.com** de la siguiente manera:

Infraestructura electrónica

A través de nuestro sitio Web el usuario estará en la capacidad de escoger la mejor opción de acuerdo a sus necesidades y presupuesto, ya sea en forma total o parcial. Podrá elegir entre distintos cuentos que brindamos y obtener así una cotización apropiada para el mismo, el cliente podrá seleccionar un cuento o realizarlo y a su vez renunciara a los derechos de autor.

Nuestro sitio Web tendrá los siguientes componentes:

- **Información General**
 - **Servicios de CuentosaMedida.com**

Porque un cuento es algo muy divertido donde los niños podrán compartir con sus padres y sus amigos. Le ofrecemos varias alternativas, solo con dar un clic seleccione el que más le interese:

- **Afiliación a CuentosaMedida.com**

En nuestro sitio se encontrarán tips detallados por personas especializadas en crear cuentos, los cuales publican permanentemente información referente a cual es la mejor manera de desarrollar un cuento según el que sea de su mayor interés.

Si usted desea más información de nuestro portal, enseguida mostraremos una solicitud o formulario que contendrá lo siguiente:

- **Solicitud o formulario de información y sugerencias**

Si usted desea ponerse en contacto con nosotros, favor llenar el siguiente formulario y pulsar el botón enviar. Si desea contactar a uno de nuestros colaboradores favor hacer clic en Staff Especialistas en cuentos para ver el correo electrónico correspondiente:

- Nombre / Name: (se escribe el nombre de las personas que se interesa del sitio).
- E-mail: (dirección del correo electrónico, para escribir al usuario).
- Teléfonos / Phones: (números de teléfonos).
- Información requerida y/o sugerencias / Others: (en este casillero el visitante podrá escribir todas las preguntas o sugerencias en beneficio de este portal).

Una vez lleno este formulario o solicitud, se presionará un botón de enviar o caso contrario presionará otro botón borrar.

Dentro de la página de Solicitud o formulario de información y sugerencias, se indicará, que haciendo un clic en staff especialistas en cuentos, éste hará un link a una página, que contendrá lo siguiente:

- **Tips para organizar un cuento**

Una completa recopilación de Tips originales escritos por especialistas afiliados para todos nuestros visitantes. Presentaremos una lista de los diversos tipos de

cuentos de su interés, en donde haciendo un clic en dicha especialidad, mostraremos lo más esencial para su conocimiento.

Generalmente las personas al crear un cuento o historietas tienen que recopilar todos los datos para la realización del mismo.

Derecho de Autor.-

El usuario al entrar a la Web y antes de redactar un cuento acepta un documento en donde estipula la renuncia a los Derechos de Autor y los transfiere a la CIA.

Cuenta de Ahorro.-

Se apertura una cuenta de ahorro en el Banco de Guayaquil # 11571242 para el pago de los cuentos.

Forma de Pago de los Cuentos.-

El usuario hace un depósito a la cuenta de ahorro de la Compañía, se verifica el depósito previo a la entrega de los cuentos.

Hosting, Dominio y Ancho de Banda

Se debe disponer de un proveedor de servicios, que será la empresa que facilitará la conexión, se realizará mediante un método de selección de las empresas que disponen de todas las herramientas necesarias para que el sitio web tenga las más altas prestaciones y aseguren la disponibilidad, integridad y confidencialidad de los datos.

Ancho de Banda. El requerimiento es de 256 KBPS. A través de SDSL que es una tecnología que puede usar la infraestructura telefónica actual convencional o un par de cobre independiente, en el acceso a Internet. La contratación es mensual.

Hosting. Es el servidor donde se hospedará la web, que dispone de todas las herramientas necesarias para el sitio web tenga las más altas prestaciones, el pago será anual.

Dominio. En Internet tener un nombre significa tener un dominio, que debe corresponder o aproximarse lo más posible al nombre real.

El dominio de Cuentos a Medidas S.A. será WWW.CUENTOSAMEDIDAS.COM

Registro del Dominio. Mediante el pago de una cuota anual a un registrador de dominios para que todos los servidores DNS del mundo conozcan cómo hacer la resolución del dominio. La página será accesible mediante el nombre de dominio desde cualquier ordenador.

Realizado el respectivo análisis se ha decidido por ECUAHOSTING que cumple con los requerimientos solicitados.

2.9.7. Infraestructura física

2.9.8. Equipos

A continuación detallaremos los equipos, muebles, y demás implementos necesarios para el buen desenvolvimiento y desarrollo de **CuentosaMedida.com**

D e s c r i p c i ó n	C a n t i d a d	U b i c a c i ó n
C o m p u t a d o r P e n t i u m D u a l C o r e	1	R e c e p c i ó n
L a p t o p	1	G e r e n c i a
I m p r e s o r a L a s e r	1	D i s e ñ a d o r
I m p r e s o r a F o t o g r á f i c a	1	D i s e ñ a d o r
I m p r e s o r a L a s e r	1	R e d a c t o r

S e r v i d o r	1	D i s e ñ a d o r
I m p r e s o r a	1	G e r e n
M u l t i f u n c i o n a l		c i a
C o m p u t a d o r	1	V e n d e
P e n t i u m		d o r
D u a l		
C o r e		
C o m p u t a d o r	1	V e n d e
P e n t i u m		d o r
D u a l		
C o r e		
C o m p u t a d o r	1	R e d a c
P e n t i u m		t o r
D u a l		
C o r e		
C o m p u t a d o r	1	D i s e ñ a d o r
P e n t i u m		
D u a l		
C o r e		
R o u t e r	1	G e r e n
S w i t c h	1	c i a
C o m p u t a d o r	1	G e r e n
		c i a
		R e d a c
		t o r

P e n t i u m		
D u a l		
C o r e		

Cuadro: 3.3- Equipo para Cuentos a Medida

2.9.9. Mobiliario

D e s c r i p c i ó n	C a n t i d a d
M e s a p a r a c o m p u t a d o r	3
S i l l a s t i p o e j e c u t i v o s	5
S i l l a s	5
T e l é f o n o s	2
A r c h i v a d o r	1
M e s a s s e s i o n e s	1
D i s p e n s a d o r d e a g u a	1
E s t a n t e s	4
L á m p a r a s	3
E x h i b i d o r	4
P i z a r r a	1
A c o n d i c i o n a d o r e s d e A i r e	1

Cuadro: 3.4 Mobiliario para Cuentos a Medida S.A.

Los equipos se compraron mediante financiamiento otorgado por una institución financiera.

Ubicación Geográfica

Fácil ubicación para cliente, ya que se encuentra en pleno centro de la ciudad Quisquis y García Moreno.

Ubicación Física del Lugar

Tiene un letrero con el nombre de la empresa, dándole una mayor facilidad a los clientes para poder llegar a las oficinas.

Identificación del Sitio

Al llegar a las oficinas de **Cuentos a Medida S.A.** el guardia de seguridad le indicará por donde está la entrada y lo dirigirá a la recepción de la empresa.

2.9.10. Plano de la Oficina

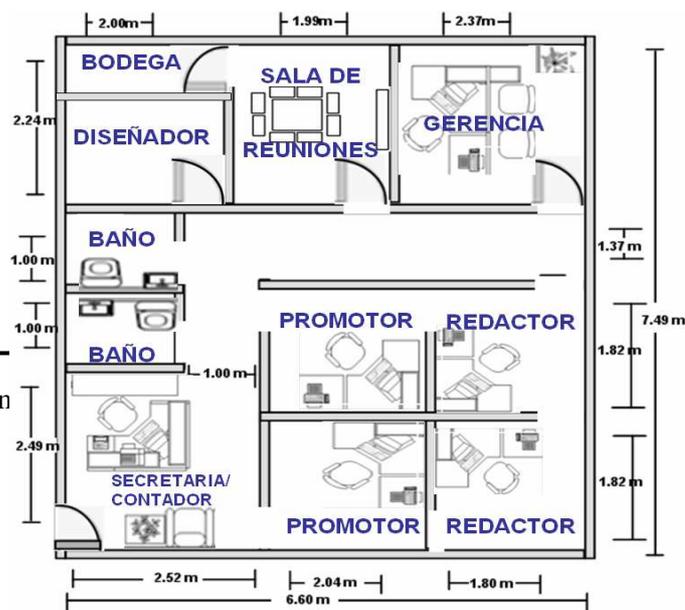
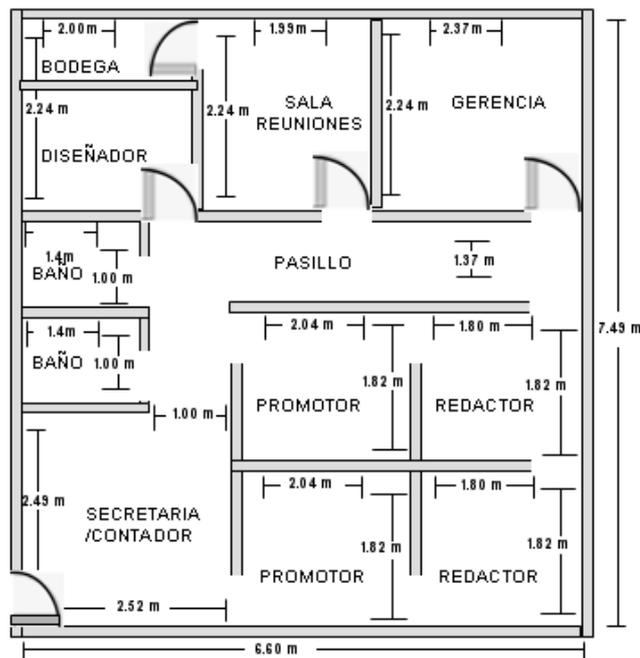


Figura No. 3.1 Plano de la oficina de Cuentos a Medida S.A.

3.1 ESQUEMA DE PROCESO DE NEGOCIO



Figura No. 3.2 Esquema de proceso de negocio (Creación y Venta de Cuentos)



Figura No. 3.3 Esquema de proceso de negocio (Creación y Venta de Cuentos (Personalizados))

NARRATIVA DEL ESQUEMA DEL PROCESO TECNOLÓGICO DEL NEGOCIO DE CUENTOS

1. El usuario ingresa pagina web
2. El usuario crea el cuento
3. La Empresa elige y depura los cuentos con potencial
4. La Empresa publica los cuentos
5. Promociona y distribuye en las entidades educativas
6. La Empresa entrega y cobra los cuentos al usuario.

NARRATIVA DEL ESQUEMA DEL PROCESO TECNOLÓGICO DEL NEGOCIO DE CUENTOS PERSONALIZADOS

1. El usuario ingresa a la pagina web
2. El usuario crea los cuentos (Redactar cuentos con personajes familiares y amigos, levantar fotos)
3. El usuario Paga por Deposito en cuenta de ahorro

4. La Empresa Depura y retoca cuentos.
5. La Empresa entrega los cuentos terminados (Impresos)

C o m p r a d e L i b r o d e C u e n t o O n L i n e

Los padres de familia tendrán la opción de consultar desde sus hogares o desde un Cyber la información que se encuentre disponible en ese momento.

Sistemas de control

Vamos a implementar puntos de control para los libros entregados de manera individual por cada promotor así como la normal consecución de estos, evitando de esta manera que existan desfases o errores no previstos que incidan en la realización del cuento.

Esto será efectivo con la presencia de un representante de nuestra empresa durante la entrega de los libros por parte de nuestros proveedores en el lugar de la Venta, siendo Responsables del normal desenvolvimiento de estas actividades y de darse el caso, tomar los correctivos necesarios.

Así mismo, se consultará con el cliente acerca del nivel de satisfacción de lo recibido, de la misma forma se efectuará inspección y coordinación.

Otro aspecto a controlar será el precio pactado con el cliente pues se espera que este se mantenga sin alteraciones de último momento, este aspecto será oficializado en los contratos escritos a firmarse con cada uno de los proveedores junto a las cláusulas de penalización necesarias según sea el caso.

Las llaves de la oficina solo la tendrán los 2 accionistas de la empresa, los mismos que se encargarán de abrir y cerrar la oficina.

D i a g r a m a B á s i c o d e l
F l u j o



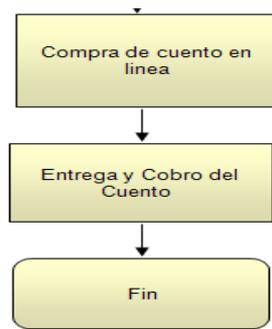


Figura No. 3.4 Diagrama Básico de Proceso 1

N a r r a t i v a

6. El cliente entrará al sitio Web, navegará sobre los múltiples opciones que se ofrece para la creación del cuenta.
7. Redacción del cuenta por el usuario.
8. Publicación del cuenta.
9. Consulta de cuenta por el padre de familia a través del Web site.
10. Compra de cuenta en línea y cuenta terminado
11. Entrega y cobro del cuenta.

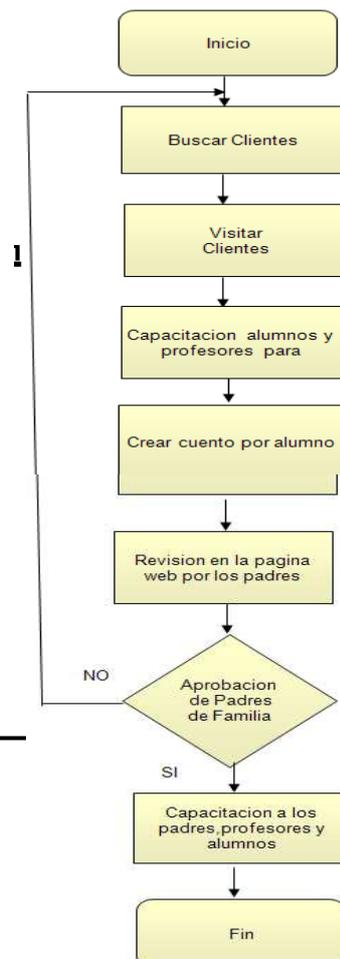


Figura No. 3.5 Diagrama Básico de Proceso 2

N a r r a t i v a

1. Se busca cliente
2. Visitar cliente
3. Capacitación de alumnos y profesores para crear los cuentos
4. Crear cuento por los alumnos
5. Revisión en la pagina Web de los cuentos por los padres
6. Compra de cuento
7. Entrega y cobro de cuento terminado personalmente

4.0 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

En este capítulo se analiza a la empresa desde el punto de vista organizacional con sus elementos que la conforman.

4.1 Grupo Empresarial

CuentosaMedida S.A desarrolla cuentos con herramienta sofisticada y con persona altamente calificada solucionado cualquier problema que se presente con nuestro cliente y satisfacer las demanda del mercado.

El grupo empresarial CuentosaMedida S.A. Esta conformado con profesionales en sus diferentes áreas con experiencia en sus funciones y dispuesto a cumplir las meta de la empresa.

CuentosaMedida S.A. mantendrá una estructura organizacional normal con el Gerente General, Dpto Financiero, Departamento Técnico. Jefe del departamento de venta, promotor, jefe del departamento Sistema, y recepcionista/secretaria.

Cuentos a Medida se constituirá según el régimen de sociedad anónima, emitiendo acciones de igual valor entre todos los socios quienes serán partícipes de todos los ingresos y egresos generados por la empresa. Esta sociedad estará conformada por 2 socios:

- Narcisa Méndez
- Simón Rivera

Experiencias profesionales y habilidades de cada colaborador como herramientas útiles para la empresa. Los dos tienen habilidad en análisis, diseño, desarrollo, implementación y control de calidad en proyectos de software, además de manejo de relaciones interpersonales, conocimientos financieros y administrativos. Los mismos que han colaborado con su experiencia tanto en empresas comerciales, industriales, financieras y de servicio. Estos conocimientos serán aprovechados para el

desarrollo del sitio Web y en la supervisión del negocio para poder lograr todos los objetivos planteados.

La participación de acciones es por parte igual, del total de la inversión inicial.

4.2 Organización

CuentosaMedida Funciona con las siguientes distribuciones:

4.2.1 Personal Ejecutivo

El personal ejecutivo estará conformado con personal con experiencia en las áreas técnicas y administrativas.

Nuestra empresa posee los siguientes departamentos:

Cuentos a Medida Estará integrada por la siguiente área:

4.2.2 Gerente General:

En esta área se encuentra la autoridad máxima representativa dentro la empresa, que estará encargada de planear, organizar, dirigir, coordinar, y controlar la buena marcha de la empresa mediante la aplicación de estrategias para el logro de los objetivos trazados.

Actividades regulares

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Coordinar con el Ejecutivo de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

4.2.3 Departamento Técnico /Sistema

La función principal del Departamento de Sistemas esta encaminada por el óptimo funcionamiento de los recursos tecnológicos y los sistemas de información para la empresa

Departamento de Sistemas:

Coordinar el buen desempeño de los recursos tecnológicos en la empresa a través del personal adscrito al departamento.

Capacitar, brindar soporte técnico y de procesos a los Sistemas de Información que cuenta la empresa

Establecer políticas para el uso adecuado y racional de los recursos informáticos y de la red de datos.

Resguardar la infraestructura informática de ataques, virus o acciones que atenten contra el normal servicio.

Administrar la página Web de la empresa, el servicio de correo electrónico.

Administrar la red.

Ejecutar políticas en el servicio de Internet

Apoyar a usuarios en operaciones de implementación o adecuación de servicios informáticos

mantener la configuración de los equipos.

Departamento de Sistemas consiste en suministrar la información que se necesita para controlar la estrategia y llevar a cabo las diferentes funciones de la empresa, así como de las herramientas necesarias para su manipulación. Aunque el objetivo es único y primordial, se dice que es inalcanzable ya que es el fin al que se debe llegar, y el fin marca la terminación de todo. Al objetivo uno se acerca y los avances hacia él, se miden por medio de metas, las cuales son concretas y alcanzables.

Desde la creación del departamento se marcaron un conjunto de metas, las cuales se

han ido alcanzando conforme pasa el tiempo, sin embargo al cumplir el ciclo administrativo (planeación y control) y revisar los planes de acción y los logros obtenidos,

se replantean nuevas metas que muchas veces son las mismas con algunas innovaciones o mejoras.

4.2.4 Secretaria

La secretaria será encargada de recibir y realizar llamada de la empresa y tomar nota, y redactar informe y coordina cita de negocios para los ejecutivos y el Gerente

La principal es atender el teléfono, tomar nota de quien llamo y para que asunto, ya que cuando le pasas el mensaje a tu superior tener que informarles en pocos segundos; manejar la caja chica, encargarte de los artículos de limpieza e refrigerios, hacer el café o mate, hacer resumen de los honorarios, encargarse de los tramites bancarios (generalmente deposito en las cuentas corrientes)

Realizara llamada a los clientes y proveedores de la empresa proporcionara información a los clientes según el reglamento por al empresa, encargarte de los tramites bancarios (generalmente deposito en las cuentas corrientes)

4.2.5 Departamento de Venta

La función del departamento de venta planear, ejecutar y controlar las actividades hacer un seguimiento de las actividades de ventas y contactar a nuevos clientes.

El departamento de ventas es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de ventas o de intermediarios, aplicando las técnicas y políticas de ventas acordes con el producto que va a vender la empresa.

Definir los contratos y cierre de negocio con los clientes.

4.2.6 Departamento Financiero

El departamento financiero es la área mas importante de a empresa sus funciones y su objetivos pueden evaluarse con respecto los estado financiero

El análisis de datos financieros

Determinar la estructura de la empresa

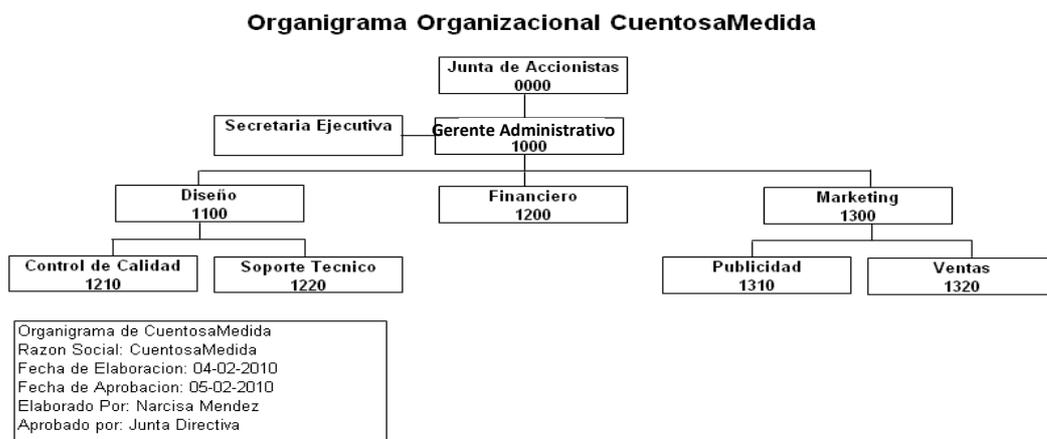
La fijación de la estructura de capital

La nueva perspectiva empresarial

4.3 Estructura de la organización

La Junta de Accionistas Estará compuesta por sus dos Socios y sus funciones básicas serán las de definición de metas y estrategias para la organización, será muy importante que los socios capitalistas tengan conocimientos y formación en el área de sistemas de informática y administración, de manera que puedan contribuir en las decisiones que se tomen.

Además se realizaron reuniones para ver como va desarrollándose la empresa tanto en lo financiero y en las ventas para tener un objetivo concreto con cada uno de los jefes de los departamentos de la empresa. También es importante saber las capacidades y compromisos tomados por los integrantes, de ésta manera saber que tipo de acción tomar de ser necesario y detallar los diferentes cargos:



Cuadro. 4.1 Organigrama Organizacional Cuentos a Medida

Nombre del cargo:	Código : 010
Descripción del cargo: Gerente Administrativo	
Funciones:	
Será de conducir el plan estratégico en la empresa dirige organiza controla la marcha	

administrativa de lo diferente departamento, dirigirá las política de la empresa establecida por los socios y representar legalmente y jurídicamente a la empresa CuentosaMedida S.A. Desarrollar planes de incentivos de desempeño y productividad de acuerdo con las políticas señaladas. Dirigir las relaciones laborales conforme a las normas vigentes

Planificación de la empresa

Dirigir las diferentes áreas que cumplan con los objetivos planeados.

Revisar la propuesta técnica y aprobar

Revisar la oferta económica de la empresa y aprobar

Revisar el presupuesto interno

Verificar y controlar de la información que circula en el sistema y además promociona los libros junto con el redactor.

Requisitos de conocimientos:

Estudios superiores en Administración de Empresa, Ingeniería en Sistemas

Habilidades

Actitud de servicio, toma de decisiones, trabajo bajo presión, orientación a resultados, planeación, responsabilidad

Requisitos de Formación:

Ingeniero en Sistema, Analista en Sistemas, Ingeniero Comercial o carrera a fines

Nombre del cargo: Secretaria

Experiencia:
2 años como Gerente Administrativo

Cuadro. 4.2 Gerente Administrativo

Descripción del cargo: La secretaria ejerce las siguientes funciones
Funciones: Colaborar con el Gerente General en el área administrativa, y Financiera es la encargada de la documentación de la empresa y de la atención del público, efectuando esto durante la jornada de trabajo. Actividades regulares: Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue su superior. Confeccionar cartas, certificados y otros documentos. Recibir la documentación que llega a la empresa. Atender al público, en forma personal o vía telefónica (Fono-Fax). Contactar a cliente y proveedores Redactar e imprimir correspondencia y documento. Control de llamada Llevar el control de los estados financieros de la Empresa
Requisitos de conocimientos:
Estudios complementarios: Computación y administración, Contabilidad
Habilidades
Requerimientos de capacidad y habilidades mentales Saber organizar y planificar todo tipo de actos de empresa. Saber trabajar en equipo Conocer la importancia de su papel Perfecto dominio de las técnicas de atención telefónica y servicio al cliente Debe tener capacidad para planear sus actividades, acompañado de habilidades en cálculos numéricos, un buen lenguaje y un desenvolvimiento adecuado a su cargo. Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentada y caminar dentro de la oficina para transporte de documentos durante su jornada diaria. Diseña, instaura y controla las estrategias financieras de la empresa. Coordina las tareas de contabilidad, tesorería, auditoría interna y análisis financiero. Realiza y mantiene negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores. Optimiza los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.

<p>Analiza, define y dirige las inversiones de la empresa.</p> <p>Prepara la información que de acuerdo a su competencia debe presentar a las autoridades internas o agentes externos.</p> <p>Administra y cautela los recursos económicos y financieros de la empresa, controlando el pago oportuno de las aportaciones por regulación y retribución al Estado de las empresas concesionarias, de acuerdo a la política y normas aplicables.</p> <p>Mantener actualizados todos los registros contables, así como la documentación de soporte de los mismos, para la consolidación de los estados financieros.</p> <p>Elabora informes periódicos de gestión financiera y contable de la empresa.</p> <p>Desarrolla y propone normas, directivas y procedimientos en materia contable.</p> <p>Actualiza los libros principales y auxiliares de contabilidad de conformidad a las normas legales correspondientes.</p> <p>Realiza otras actividades que le sean asignadas por su Jefe Inmediato y que permitan cumplir con los objetivos del puesto.</p>
Requisitos de Formación:
<p>Idioma: Ingles Básico</p> <p>Estudios superiores: Universitarios</p> <p>Títulos: Secretariado Gerencial, Ingeniería Comercial, CPA.</p>
Experiencia:
<p>2 años de experiencia como mínimo en cargos similares, pudiendo después realizar cursos de perfeccionamiento.</p>

Cuadro. 4.3 Secretaria

Nombre del cargo: Diseñador Grafico	Código : 030
Descripción del cargo: Desempeñara y ejercerá las siguiente funciones:	
Funciones:	
<p>La administración y mantenimiento de los sistemas existentes en la empresa</p> <p>2.-Asesoría y capacitación a los diferentes departamentos de la empresa.</p>	

<p>3.- Estudios de factibilidad, compra e instalación de equipo 4.- Evaluación y adquisición de software y paquetería. 5.- Elaboración de manuales y documentación 6.- Administración y mantenimiento de Pcs, Redes y equipo 7.- Revisión periódica de las necesidades de información. 8.- Contratación de servicios y asesorías externas. 9.- Mantenimiento y reparación de equipo de cómputo. 10.- Control de compras de todo lo relacionado con equipo, software, Consumibles y accesorios computacionales. 12.- Implementación y administración de los servicios de Internet. 13 .-Implementar un sistema de seguridad para accesos (Fire wall). 14.-Diseñar los cuentos según los requerimientos del usuario.</p>
Requisitos de conocimientos:
<p>Conocimiento sobre sistema y redes 100% control de calidad planificación estratégica.</p>
Habilidades
<p>Conseguir la colaboración del equipo, prudencia a la hora de los cambios autocontrol saber adaptarse a los cambios saber motivar saber gestionar los conflictos ser innovador.</p>
Requisitos de Formación:
<p>Título de Ingeniero en sistema, ingeniero de Computación e informática o Tecnólogo en Sistema, Diseño Grafico.</p>
Experiencia:
<p>2 años administración de redes y sistema</p>

Cuadro. 4.4 Diseñador Grafico

Nombre del cargo: Redactor	Código : 050
Descripción del cargo: el redactor desempeñara y ejercerá la siguiente funciones	
Funciones: Modificar cuentas Depurar cuentas Escoger cuentas	
Requisitos de conocimientos:	
Haber realizado cursos de redacción, mecanografía y de computación y haber estudiado dos años periodismo en la FACSO.	
Habilidades	
Tener sentido de responsabilidad y organización tener facilidad de palabra trabajar en equipo, tener una buena ortografía.	

Requisitos de Formación:
Titulo técnico en periodismo o Administración en Marketing.
Experiencia:
Un año en publicidad.

Cuadro. 4.5 Redactor

Nombre del cargo: Redactor	Código : 050
Descripción del cargo: el redactor desempeñara y ejercerá la siguiente funciones	
Funciones: Modificar cuentas Depurar cuentas Escoger cuentas	
Requisitos de conocimientos:	
Haber realizado cursos de redacción, mecanografía y de computación y haber estudiado dos años periodismo en la FACSO.	
Habilidades	
Tener sentido de responsabilidad y organización tener facilidad de palabra trabajar en equipo, tener una buena ortografía.	
Requisitos de Formación:	

<p>Titulo técnico en periodismo o Administración en Marketing.</p>
<p>Experiencia:</p>
<p>Un año en publicidad.</p>

Cuadro. 4.5 Redactor

<p>Nombre del cargo: Ejecutivo de venta</p>	<p>Código : 060</p>
<p>Descripción del cargo: el ejecutivo desempeñara y ejercerá la siguiente funciones</p>	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudio del producto Análisis mercado Análisis el sector Vender el producto Mantener cartera de cliente Dar garantía del producto Realizar reporte de los cliente Designar pruebas 	
<p>Requisitos de conocimientos:</p>	
<p>Haber realizado curso de venta y publicidad y de computación</p>	

Habilidades
Tener sentido de responsabilidad y organización tener facilidad de palabra trabajar en equipo
Requisitos de Formación:
Estudio superior o bachiller en mercadotecnia Titulo técnico en Administración de empresa o marketing
Experiencia:
Un año en ventas y publicidad.

Cuadro. 4.6 Ejecutivo de Venta

Nombre del cargo: Ejecutivo de venta	Código : 060
Descripción del cargo: el ejecutivo desempeñara y ejercerá la siguiente funciones	
Funciones: Estudio del producto Análisis mercado Análisis el sector Vender el producto Mantener cartera de cliente Dar garantía del producto Realizar reporte de los cliente Designar pruebas	

Requisitos de conocimientos:
Haber realizado curso de venta y publicidad y de computación
Habilidades
Tener sentido de responsabilidad y organización tener facilidad de palabra trabajar en equipo
Requisitos de Formación:
Estudio superior o bachiller en mercadotecnia Titulo técnico en Administración de empresa o marketing
Experiencia:
Un año en ventas y publicidad.

Cuadro. 4.6 Ejecutivo de Venta

Nombre del cargo: Conserje	Código : 020
Descripción del cargo: Es el responsable del mantenimiento e instalaciones de la empresa.	
Funciones: Es la persona encargada de dar mantenimiento en los diferentes departamentos de la empresa y vigilar los equipos de la empresa.	
Requisitos de conocimientos:	
Responsables Optimo Tener excelente relaciones	
Habilidades	
Mantenimientos de instalaciones manejo de recurso materiales	
Requisitos de Formación:	
Titulo de bachiller o técnico	
Experiencia:	
Seis meses en mantenimiento de empresa/oficina.	

Cuadro. 4.7 Conserje

4.4 Herramientas de Control y Desempeño

Evaluaciones

Se realizarán evaluaciones periódicas a nuestros colaboradores cada 6 meses, para así medir el grado de desempeño que han tenido, y de esta manera poder tener el control de cómo nuestro personal se desempeña en la empresa.

Normas de conducta

Las normas de conducta que los empleados deben de tener dentro de nuestra empresa son:

- Los empleados no deben de participar en transacciones financieras utilizando información de la empresa
- Los empleados deben llevar a cabo sus deberes de manera honesta.
- Los empleados deben de cuidar las instalaciones de la empresa.

- Los empleados no deben de usar los recursos que la empresa les da para fines personales.
- Los empleados deben de mantener una buena conducta donde lo primordial sea el respecto a los demás compañeros.

4.5 Plan de Capacitación de la Organización

En el siguiente cuadro se muestra los temas en que se capacitaría al personal de **Cuentos a Medida** el plan es el siguiente:

Cursos	Temas
Finanzas	Integración y equipos de trabajo Control de Gestión Análisis de Costos Supervisión y manejo de personal
Recursos Humanos	Motivación Elaboración de Manuales Reformas Ley Impuestos a la Renta Técnicas de expresión oral y corporal Atención al cliente
Ventas	Técnicas y manejo de inventarios
Computación	Utilitario(Word, Excel, Internet)

Cuadro. 4.8 Plan de Capacitación de la Organización de Cuentos a Medida

2.9.11. 5. Aspectos Legales de la Empresa

Cuentos a Medidas, se constituirá según el régimen de sociedad anónima. Esta sociedad estará conformada por dos socios:

- Narcisa Méndez
- Simón Rivera

El procedimiento a seguir para constituir nuestra compañía como sociedad anónima son los siguientes:

1. Presentar una lista de por lo menos cinco alternativas para nombre de la compañía. La Superintendencia de compañías aprobará aquellos que no consten como registrada antes. Para la elección del nombre de nuestra empresa nos acogemos a lo decretado en la Ley de Propiedad Intelectual.
2. Una vez que la Superintendencia aprueba el nombre se inicia el trámite.
3. Presentar inventarios de activos y lista de socios.
4. Presentar escritura pública legalmente notariada con los estatutos de la compañía.
5. Abrir en un banco una cuenta de consolidación de capital con 800 USD.
6. Esperar la resolución de la Superintendencia.
7. Si la constitución de la compañía es aprobada, la Superintendencia emite una resolución.
8. Publicar por una sola vez en un diario de gran circulación el extracto del documento anteriormente mencionado.
9. Afiliar la compañía a una de las cámaras ya sea pequeña industria, comercio o producción. En el caso de nuestra empresa correspondería registrarla en la cámara de comercio y en la cámara de turismo, Decreto 3413, Reglamento de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y su Federación Nacional.
10. Inscribir en el registro de la propiedad los nombramientos de presidente y gerente.
11. La documentación de los trámites realizados, inclusive el recorte del periódico como constancia de la publicación, son entregados a la Superintendencia para que la gestión siga su curso.

12. Luego de trámites internos de aprobaciones, la Superintendencia da la autorización para obtener el RUC.

Para una sacar una cuenta corriente

- Copia de escritura de la compañía.
- Nombramientos.
- Lista de accionistas.
- Certificado de no adeudar a la Superintendencia de compañías.
- Certificado de votación de las firmas autorizadas.
- Copia de RUC.
- Depósito inicial de \$1000 USD.

5.2. Aspecto de Legislación Urbana

- ***Trámites Municipales***

Para la legalización de negocios en el Municipio se requiere lo siguiente:

- ***Patente de Comercio***

Las personas jurídicas presentaran los siguientes requisitos:

- a.** Formulario "Solicitud para Registro de Personas Jurídicas".
- b.** Copia legible de los estados financieros del periodo contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Banco según el caso.
- c.** Copia legible de la cédula de identidad y nombramiento actualizado del representante legal.
- d.** Copia legible del R.U.C actualizado.
- e.** Original y copia de Certificado de Seguridad (Otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Si es más de un local presentar por cada uno de los locales.
- f.** Copia de la escritura de constitución (cuando es por primera vez).
- g.** Copia del comprobante de pago de la Tasa Anual de Turismo (para establecimientos que desarrollan actividad turística).

- **Pasos del trámite.**

1. Solicitar el Formulario "Solicitud para Registro de Patentes Personas Jurídicas" en la ventanilla única Municipal (Cámara de Comercio) o en ventanilla de patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noreste 2).
2. El valor de la tasa de trámite para el pago de patente se incluirá en el comprobante de Pago de la Liquidación de dicho Impuesto.
3. Llenar la solicitud en letra imprenta o máquina.
4. Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar en la ventanilla única Municipal (Cámara de Comercio), o en las ventanillas de Patente o 1.5 por mil de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noreste 2), donde se indicara el monto de la liquidación correspondiente.

NOTA: No se aceptará documentación incompleta o ilegible, ni declaraciones enmendadas.

4. Cancelar en la Ventanilla única Municipal (Cámara de Comercio), o en las ventanillas de recaudaciones de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noreste 1), el valor de la liquidación.

Declaración del impuesto del IVA

De acuerdo a la naturaleza de nuestro negocio, estamos obligados a prestar servicios gravado con tarifa 12% del Impuesto al Valor Agregado; además en nuestras compras efectuaremos la correspondiente retención en la fuente del Impuesto al Valor Agregado; por lo que presentaremos una declaración mensual de las operaciones gravadas con este tributo, realizadas en el mes inmediato anterior y a liquidar y pagar el

Impuesto al Valor Agregado causado, en la forma y dentro del plazo que establece el Reglamento.

Implicaciones tributarias, comerciales y laborales

- ♦ La compañía tiene que declarar al SRI el impuesto a la renta anual, IVA mensual y las tasas de ley exigidas por la Superintendencia de compañías.
- ♦ Llevar la contabilidad, pues, en base a los balances se pagan las retenciones en la fuente de IVA, servicios profesionales de nuestros asesores, impuesto a la renta y el IVA generado sobre las ventas efectuadas.
- ♦ La declaración de los impuestos al SRI se realizará de acuerdo a lo señalado en el calendario de fechas de declaración de dicha institución.
- ♦ Mensualmente se tiene que realizar los aportes al IESS en un 11,15 % como aporte patronal y 9,35 % como aporte personal. Previamente obtendremos un Número Patronal para poder realizar tramites relacionados con esta entidad
- ♦ La empresa está en la obligación de realizar aviso de entrada y salida, aviso de enfermedad y aviso de accidente de trabajo a todos sus empleados.
- ♦ La facturación se realizará utilizando los documentos emitidos por una de las imprentas autorizadas por el SRI.
- ♦ Los estados financieros son presentados a la Superintendencia de compañías.

Implicaciones Laborales

Número Patronal.- En calidad de empleador nuestra organización deberá inscribirse en el Registro Patronal del IESS. El número patronal asignado nos servirá de identificación en el IESS, para efectos del cumplimiento con nuestras obligaciones. Este número patronal será utilizado en todos los documentos y formularios que presentemos a este instituto.

Aviso de Entrada.- Cuando un trabajador ingrese a prestar servicios dentro de nuestra empresa, proporcionaremos el respectivo aviso de entrada al IESS, que es el modo de dar cumplimiento a la exigencia de afiliación de que habla la Constitución y la Ley.

Aviso de Salida.- Del mismo modo, se dará aviso al IESS de la fecha en que el trabajador se separare de la empresa.

Implicaciones Comerciales

Obligación de expedir comprobantes de retención a los trabajadores que laboran en relación de dependencia.- Los agentes de retención entregaran a sus trabajadores un comprobante en el que se haga constar los ingresos totales percibidos por el trabajador, así como el valor del impuesto a la renta retenido.

Comprobantes de retención por negociaciones.- El comprobante de retención será impreso o emitido mediante sistemas de cómputo, previa autorización del Servicio de Rentas Internas y cumplirá con los requisitos establecidos en el Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención.

Plazos para declarar y pagar.- Presentaremos la declaración de los valores retenidos y se lo pagará en el siguiente mes, hasta las fechas indicadas por el SRI, atendiendo al noveno dígito del número del Registro Único de Contribuyentes RUC.

Tarifa del Impuesto a la Renta

Las sociedades calcularán el impuesto causado aplicando la tarifa del 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades. Deberán efectuar el aumento de capital por lo menos por el valor de las utilidades reinvertidas perfeccionándolo con la inscripción en el respectivo registro Mercantil hasta el 31 de diciembre del ejercicio impositivo posterior a aquel en el que se generaron las utilidades materia de reinversión. De no cumplirse con esta condición la sociedad deberá proceder a presentar la declaración sustitutiva en la que constará la respectiva reliquidación del impuesto, sin perjuicio de su facultad determinadora. Si en lo posterior la sociedad redujere el capital, se procederá a preliquidar el impuesto correspondiente

Obligaciones tributarias

- ♦ Pago de Contribuciones a la Superintendencia de Compañías: Nuestra compañía estará sujeta a vigilancia y control por parte de la Superintendencia de Compañías y deberemos realizar contribuciones que serán fijadas anualmente, en base a los activos reales de la compañía.

- ♦ Registro Único de Contribuyentes: Obligatoriamente debemos inscribirnos en el Registro Único de Contribuyentes como persona jurídica, pues estaremos realizando actividades económicas en el país. Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), presentaremos una solicitud en la delegación regional del Servicio de Rentas Internas correspondiente a nuestro domicilio fiscal como contribuyente.

Obligaciones Comerciales

- ♦ Liquidación del IVA: Se procederá a la liquidación mensual del IVA aplicando las tarifas del 12% y del 0% sobre el valor total de las ventas o prestación de servicios, según corresponda.
- ♦ Retenciones en la Fuente: Como agentes de retención del impuesto a la renta, somos una sociedad obligada a llevar contabilidad y además realizaremos pagos y acreditaremos cuenta valores que constituyen ingresos gravados para quien los perciba. La retención se realizará presentando el correspondiente comprobante de venta. Nosotros deberemos depositar los valores retenidos en una entidad autorizada para recaudar tributos, en los plazos establecidos en el Reglamento.

5.2. Aspectos Legales del Empleado

Las obligaciones laborales que la empresa contraerá con los empleados son: Afiliación al IESS y Aporte Patronal.

Además previamente la compañía realizará algunos trámites al ingresar un empleado a la empresa. Nuestros colaboradores directos a excepción de nuestros asesores a quienes se les pagará por medio de facturas, se les hará la respectiva retención en la fuente, estarán enrolados por lo tanto gozarán de todos los beneficios de ley. La empresa está en la obligación de realizar aviso de entrada y salida, aviso de enfermedad y aviso de accidente de trabajo a todos sus empleados.

5.3. Aspectos Legales del los clientes

Normas y procedimientos sobre la comercialización de nuestro servicio.

La comercialización de nuestros servicios estará sujeta a firmas de contratos por parte del cliente para solicitar los libros impresos. Por parte del cliente, en el caso de

que el cliente adquiera nuestros libros; y por parte del proveedor, si éste realizare negociaciones con nosotros.

Leyes Especiales

De acuerdo a lo señalado en la Ley Especial de Desarrollo Turístico calificamos como empresa de segunda categoría, por lo que estaremos exonerados por cinco años del pago del Impuesto a la Renta contados a partir de la notificación del inicio de operaciones al Ministerio de Turismo.

5.4. Aspectos de Legislación

Trámites y permisos ante los organismos, del gobierno y seccionales.

Para el correcto funcionamiento de nuestra compañía deberemos tener los siguientes permisos:

- Permiso Municipal de Funcionamiento.
- Permisos de Salud.
- Certificado de Seguridad de Bomberos.
- Permiso a la Cámara de Turismo
- Patente Comercial
- Contrato de Arrendamiento.

Efectos positivos y negativos para el conglomerado social

Entre los aportes que nuestro proyecto prestaría a la sociedad podríamos mencionar:

- Impulsar nuestros libros a nuestros clientes.
- Ofrecer un servicio integral y de calidad a nuestros clientes logrando con ello satisfacción total.
- Facilitar la gestión de marketing y publicidad a través de cada una de las actividades logísticas que desarrollamos se encuentra el lanzamiento de un producto al mercado.

Generación de empleo

La fuente de empleo que generaremos directamente a través de nuestro proyecto será mínima debido a que nuestra organización califica como empresa de servicio y no como industrial. No obstante nuestros empleados gozarán de todos los beneficios de ley y laborarán ocho horas diarias como lo dicta la ley.

Pago de impuestos

Conforme lo dispone la ley constitutiva, pagaremos los impuestos que el SRI determine por recaudación y control de los tributos internos del Estado y de aquellos cuya administración no este expresamente asignada por la ley a otra autoridad.

- Impuesto a la Renta (IR).
- Impuesto al Valor Agregado (IVA)

No evadiremos ningún tipo de impuesto por lo que estaremos aportando con el estado en los proyectos de que se generen a partir de la recaudación del mismo, por consiguiente colaboraremos en el desarrollo de la nación.

5.5 *Análisis Ambiental.*

Cuentos a Medida .- No tiene un impacto directo sobre el ambiente, no genera emisiones que contaminen la tierra, el agua o el aire.

La tecnología que se utilizará requerirá en forma racional que las instalaciones de la oficina dispongan de todas las comodidades y cumplirán las reglamentaciones necesarias para brindar un ambiente adecuado para la protección de la salud física y mental de los trabajadores.

Los desechos sólidos que se originen en las actividades diarias y propias del negocio serán entregados a las empresas de reciclaje.

5.6 *Análisis Social.*

La empresa inicialmente dará empleo directo a siete personas, de comprobarse la necesidad y estando la empresa en situación favorable, se podrá contratar a un mayor número de profesionales, los cuales podrían contratarse por tiempo parcial. Igualmente, todas las obligaciones laborales (prestaciones y aportes fiscales) están previstas de conformidad a lo que señalan las leyes laborales en el Ecuador.

6. ANALISIS ECONOMICO

En la presente se detalla los que se debe incurrir para los trámites de la creación de la empresa. Equipo y mobiliarios y capital de trabajo que serán parte de la empresa

6.1 **Inversión en activos**

CuentosaMedida debe invertir los siguientes activos:

Equipo de oficina

Muebles de oficinas

Enseres para la oficina

Computadoras

Hardware

Software

Internet

Redes

Instalaciones Eléctricas

6.1.1 Activos Fijos

INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS CUENTOS A MEDIDA S.A

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL DE INVERSIÓN
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN:			
Servidores Pentium Quad Core	1	940.00	940.00
Impresora Multifuncional	1	100.00	100.00
COMPUTADORA CLONE DUAL, CORE 1,8GHZ,160GB, 1GB, LCD 16"	4	500.00	2,000.00
UPS de 550 watts	5	25.00	125.00
Impresora Fotografica	1	120.00	120.00
Switch de 16PTO	1	50.00	50.00
Regletas	3	2.00	6.00
Impresora laser	2	400.00	800.00
Router	1	80.00	80.00
Laptop	1	800.00	800.00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			5,021.00
INSTALACIONES:			
LINEA TELEFONICA	2	150.00	300.00
INSTALACIONES DE RED, DIVISIONES Y ADECUACIONES	1	800.00	800.00
TOTAL DE INSTALACIONES			1,100.00
MUEBLES Y ENSERES:			
MESAS DE SESIONES	1	250.00	250.00
Sillas tipo ejecutivo	5	40.00	200.00
Escritorios	5	80.00	400.00
Sillas	6	40.00	240.00
Dispensador de agua	1	80.00	80.00
Estantes	4	60.00	240.00
Exhibidor	4	75.00	300.00
Lampara	3	20.00	60.00
Pizarra	1	20.00	20.00
Archivador	1	100.00	100.00
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES			1,890.00
EQUIPOS DE OFICINA			
Acondicionador de Aire tipo "Splend 1800 btu"	1	500	500.00
Telefonos	2	100	200.00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			700.00
TOTAL DE INVERSIÓN DE ACTIVO FIJO:			8,711.00
ACTIVO INTANGIBLE			
SOFTWARE:			
WINDOWS 2003 SERVIDOR	1	720.00	720.00
Diseño Grafico	3	120.00	360.00
TOTAL DE SOFTWARE			1,080.00

6.2 Gastos de Arranque

Los gastos de arranques se lo va incluir el alquiler del local el lugar donde va a funcionar, decoración y todos los gastos que necesita la empresa para funcionar en determinado lugar.

Arriendo

Adecuación de Local

Decoración

Cableado

El arriendo se incluye un mes y dos meses de depósito.

Adecuación de Local incluye el modelo de cada departamento y la pintura para el local.

Cableado incluye a todo los departamento de la empresa que estén conectado en red interna.

Decoración es incluye la persona que se encarga de cómo va ha estar cada departamento.

6.3 Capital de trabajo

Dentro del capital de trabajo tenemos lo siguientes:

Alquiler de oficina

Luz, Agua

Teléfono

Publicidad

Internet

Útiles de oficina

GASTOS DE ARRANQUE				
2009				
DETALLE	CANTIDAD	PVP	TOTAL	
Afiliación a la cámara	1	635.00	635.00	
Número patronal			0.00	
Permiso de funcionamiento del Municipio	1	57.00	57.00	
Permiso del Cuerpo de Bomberos	1	50.00	50.00	
SRI			0.00	
Arriendo anticipado de dos meses, mas uno de depósito	3	280.00	840.00	
Adecuación de oficina	1	450.00	450.00	
Gastos de mano obra inicial	1	250.00	250.00	
Diseño de página web	1	580.00	580.00	
TOTAL			2,862.00	

Mano de obra

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	Octubre	Noviembre	Diciembre	2009
Agua	35.00	35.00	35.00	105.00
Luz	80.00	80.00	80.00	240.00
Telefono Fijo y Moviles	55.00	55.00	55.00	165.00
Internet	60.00	60.00	60.00	180.00
Dominio, Hosting	90.00	90.00	90.00	270.00
Utiles de oficina	25.00	25.00	25.00	75.00
Publicidad	100.00	100.00	100.00	300.00
Arriendo			280.00	280.00
TOTALES				1,615.00

GASTOS OPERATIVOS

DESCRIPCION	2010	2011	2012	2013	2014	
Electricidad	960.00	1,008.00	1,058.40	1,111.32	1,166.89	
Internet	720.00	756.00	793.80	833.49	875.16	
Dominio, Hosting	1,080.00	1,134.00	1,190.70	1,250.24	1,312.75	
Utiles de oficina	300.00	315.00	330.75	347.29	364.65	
Publicidad	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61	
Arriendo	3,360.00	3,528.00	3,704.40	3,889.62	4,084.10	
Capacitación	800.00	840.00	882.00	926.10	972.41	
Camara de comercio	635.00	666.75	700.09	735.09	771.85	
Municipio	55.00	57.75	60.64	63.67	66.85	
Cuerpo de bomberos	34.50	36.23	38.04	39.94	41.93	
Agua Potable	420.00	441.00	463.05	486.20	510.51	
Telefono (Fijo y Móviles)	660.00	693.00	727.65	764.03	802.23	
Sueldo del personal	28,800.00	30,498.00	32,296.38	34,201.09	36,253.15	
Prestaciones del personal	7,624.32	10,614.32	11,240.22	11,903.12	12,617.31	
Intereses bancarios	1,663.23	1,099.35	419.03			
Total	48,312.05	52,947.40	55,228.14	57,940.34	61,298.40	
AÑOS	Incremento	724.50	760.73	798.76	838.70	880.63
2011	5%					
2012	5%					
2013	5%					
2014	5%					

6.4 Presupuesto de Ingreso

A continuación se presenta el presupuesto de ingreso anual, por el tiempo de 5 años. En el cual se consideran las ventas de los diferentes Cuentos mostrando un incremento del 10% a partir del segundo año en adelante.

PROYECCION DE INGRESOS POR VENTA DE CUENTOS 2010													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Cuentos				2,691		2,691		2,691		2,691		2,691	13,455
P.Usiteris				8,00		8,00		8,00		8,00		8,00	40
Total				21,528	0	21,528	0	21,528	0	21,528	0	21,528	107,640

PROYECCION DE INGRESOS POR VENTA DE CUENTOS (PERSONALIZADOS) 2010													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Cuentos				234		234		234		234		234	1,170
P.Usiteris				10,00		10,00		10,00		10,00		10,00	50
Total				2,340	0	2,340	0	2,340	0	2,340	0	2,340	11,700

PRESUPEUETO DE VENTAS					
Ventas	2010	2011	2012	2013	2014
Creación y Venta de Cuentos	107,640.00	113,022.00	118,673.10	124,606.76	130,837.09
Creación y Venta de Cuentos (Personalizados)	11,700.00	12,285.00	12,899.25	13,544.21	14,221.42

Ventas Anuales \$					
	2010	2011	2012	2013	2014
Creación y Venta de Cuentos	13,455.00	14,127.75	14,834.14	15,575.84	16,354.64
Creación y Venta de Cuentos (Personalizados)	1,170.00	1,228.50	1,289.93	1,354.42	1,422.14

Precio1	8
Precio2	10
Comision Creador	0.02
Comision Vendedor	0.005
Costo Libro 1	3
Costo Libro 2	4.5
Comision Institucion	1
Entregas Anuales Libros	5
Incremento Anual	1.05

Ingresos Anuales	51,320.48	53,886.50	56,580.82	59,409.86	62,380.36
Costo	40,365.00	42,383.25	44,502.41	46,727.53	49,063.91
Comision Creador	2,152.80	2,260.44	2,373.46	2,492.14	2,616.74
Comision Vendedor	346.73	364.06	382.26	401.38	421.45
Comision Institucion	13,455.00	14,127.75	14,834.14	15,575.84	16,354.64
Ingresos Anuales	6,435.00	6,756.75	7,094.59	7,449.32	7,821.78
Costo	5,265.00	5,528.25	5,804.66	6,094.90	6,399.64

6.5 Presupuesto de Gastos de Personal

El personal de nuestra empresa está conformado por los siguientes cargos Las prestaciones sociales son las establecidas en el Código de Trabajo. A continuación mostrare la proyección de sueldo en base a la tabla vista anteriormente para cada cargo.

GASTOS DE SUELDOS

PERSONAL DE PLANTA	CONCEPTO	2010		2011		2012		2013		2014	
		CANTIDAD	VALOR								
GERENTE ADMINISTRATIVO	Salario Básico Mensual	1	450.00	1	477.00	1	505.62	1	535.96	1	568.11
	Salario básico anual		5,400.00		5,724.00		6,067.44		6,431.49		6,817.38
	Prestaciones sociales anuales		1,429.56		1,992.14		2,111.67		2,238.37		2,372.67
DISEÑADOR GRAFICO	Salario Básico Mensual	1	300.00	1	318.00	1	337.08	1	357.30	1	378.74
	Salario básico anual		3,600.00		3,816.00		4,044.96		4,287.66		4,544.92
	Prestaciones sociales anuales		953.04		1,328.10		1,407.78		1,492.25		1,581.78
SECRETARIA/CONTADORA	Salario básico mensual	1	350.00	1	371.00	1	393.26	1	416.86	1	441.87
	Salario básico anual		4,200.00		4,452.00		4,719.12		5,002.27		5,302.40
	Prestaciones sociales anuales		1,111.88		1,549.44		1,642.41		1,740.96		1,845.41
PROMOTOR / VENDEDOR	Salario básico mensual	1	250.00	1	262.50	1	275.63	1	289.41	1	306.77
	Salario básico anual		3,000.00		3,150.00		3,307.50		3,472.88		3,681.25
	Prestaciones sociales anuales		794.20		1,096.31		1,151.12		1,208.68		1,281.20
MENSAJERO/CONSERJE	Salario básico mensual	1	240.00	1	254.40	1	269.66	1	285.84	1	302.99
	Salario básico anual		2,880.00		3,052.80		3,235.97		3,430.13		3,635.93
	Prestaciones sociales anuales		762.43		1,062.48		1,126.22		1,193.80		1,265.43
PROMOTOR / VENDEDOR	Salario básico mensual	1	250.00	1	265.00	1	280.90	1	297.75	1	315.62
	Salario básico anual		3,000.00		3,180.00		3,370.80		3,573.05		3,787.43
	Prestaciones sociales anuales		794.20		1,106.75		1,173.15		1,243.54		1,318.15
REDACTOR	Salario básico mensual	1	280.00	1	296.80	1	314.61	1	333.48	1	353.49
	Salario básico anual		3,360.00		3,561.60		3,775.30		4,001.81		4,241.92
	Prestaciones sociales anuales		889.50		1,239.56		1,313.93		1,392.76		1,476.33
REDACTOR	Salario básico mensual	1	280.00	1	296.80	1	314.61	1	333.48	1	353.49
	Salario básico anual		3,360.00		3,561.60		3,775.30		4,001.81		4,241.92
	Prestaciones sociales anuales		889.50		1,239.56		1,313.93		1,392.76		1,476.33

6.8. Depreciaciones y Amortizaciones

Se ha considerado una depreciación de los equipos de computación del 33% anual en 3 años, una depreciación del 10% anual en los muebles y enseres a un plazo de 10 años, el 20% anual para los equipos de oficina a 5 años plazo, las instalaciones eléctricas el 20% anual a 5 años plazo y una amortización de gastos de constitución del 10% anual a 10 años plazo.

DEPRECIACION DE ACTIVOS

DETALLE	TIEMPO AÑOS	PERIODO	% DEPRECIACION	INVERSION	DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	0		5,021.00		
		1	33%		1,673.67	1,673.67
		2	33%		1,673.67	3,347.33
		3	33%		1,673.67	5,021.00
INSTALACIONES	5	0		1,100.00		
		1	20%		220.00	220.00
		2	20%		220.00	440.00
		3	20%		220.00	660.00
		4	20%		220.00	880.00
5	20%		220.00	1,100.00		
MUEBLES Y ENSERES	10	0		1,910.00		
		1	10%		191.00	191.00
		2	10%		191.00	382.00
		3	10%		191.00	573.00
		4	10%		191.00	764.00
		5	10%		191.00	955.00
		6	10%		191.00	1,146.00
		7	10%		191.00	1,337.00
		8	10%		191.00	1,528.00
		9	10%		191.00	1,719.00
		10	10%		191.00	1,910.00
EQUIPOS DE OFICINA	5	0		700.00		
		1	20%		140.00	140.00
		2	20%		140.00	280.00
		3	20%		140.00	420.00
		4	20%		140.00	560.00
5	20%		140.00	700.00		

1,910

CUENTOS A MEDIDAS AMORTIZACION

GASTOS DE CONSTITUCION	10	0		605.00		
		1	10%		60.50	60.50
		2	10%		60.50	121.00
		3	10%		60.50	181.50
		4	10%		60.50	242.00
		5	10%		60.50	302.50
		6	10%		60.50	363.00
		7	10%		60.50	423.50
		8	10%		60.50	484.00
		9	10%		60.50	544.50
		10	10%		60.50	605.00
				605.00	605.00	
SOFTWARE	3	0		1,080.00		
		1	33%		360.00	360.00
		2	33%		360.00	720.00
		3	33%		360.00	1,080.00
				1,080.00	1,080.00	

6.9.- Presupuestos de Gastos de Administración y Ventas

Los gasto de operaciones de la empresa están compuesto por todos aquellos que tiene que ver con la empresa y el servicio que la empresa va ha ofrecer.

COSTOS FIJOS					
DESCRIPCION	2009	2010	2011	2012	2013
Electricidad	960.00	1,008.00	1,058.40	1,111.32	1,166.89
Internet	720.00	756.00	793.80	833.49	875.16
Dominio, Hosting	1,080.00	1,134.00	1,190.70	1,250.24	1,312.75
Utiles de oficina	300.00	315.00	330.75	347.29	364.65
Publicidad	1,200.00	1,260.00	1,323.00	1,389.15	1,458.61
Arriendo	3,360.00	3,528.00	3,704.40	3,889.62	4,084.10
Camara de comercio	570.00	598.50	628.43	659.85	692.84
Municipio	55.00	57.75	60.64	63.67	66.85
Cuerpo de bomberos	34.50	36.23	38.04	39.94	41.93
Agua Potable	420.00	441.00	463.05	486.20	510.51
Telefono (Fijo y Móviles)	660.00	693.00	727.65	764.03	802.23
SUELDOS DEL PERSONAL	28,800.00	30,498.00	32,296.38	34,201.09	36,253.15
PRESTACIONES DEL PERSONAL	7,624.32	10,614.32	11,240.22	11,903.12	12,617.31
Depreciaciones y Amortizaciones	2,643.17	2,643.17	2,643.17	609.50	609.50
Intereses Bancarios	1,426.17	932.24	351.51		
Total	49,853.16	54,515.20	56,850.12	57,548.50	60,856.49

7. ANALISIS FINANCIERO

En este capitulo se presenta un estudio de los movimientos del flujo de efectivo, balance general y de resultado, analizando el punto de equilibrio entre los ingresos por venta de los cinco años.

7.1 Flujo de caja.

Se realiza el estudio financiero incorporando el valor presente o Valor Actual neto (VAN), donde refleja las utilidades esperadas en el futuro menos la inversión inicial.

Las utilidades generadas son descontadas a una tasa de interés como ajuste por el valor del dinero en el tiempo, las utilidades generadas en el futuro valen menos que las generadas hoy.

La evaluación se considera de la siguiente manera:

$VAN = 0$ P La empresa recupera la inversión

$VAN > 0$ es mas atractiva mientras mayor es el valor.

$VAN < 0$ Hay que buscar alternativas en otro proyecto

La tasa interna de Rentabilidad (TIR) es la tasa de descuento interés que hace que el VAN sea igual a cero (0), por lo tanto permite igualar la suma de los flujos destinados en la inversión inicial.

7.1.1 Tabla de flujo de caja 2010 mensual

Cuentos a Medidas													
Flujo de Caja proyectado													
Presupuesto de Ingresos y Desembolsos desde Enero hasta Diciembre del 2010													
INVERSIÓN INICIAL	INICIAL 2009	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inversión en activos fijos	8,711.00												
Capital de Trabajo	1,615.00												
Gastos de Arranque	2,862.00												
Gastos de Constitución	605.00												
Inversión en software	1,080.00												
TOTAL INVERSIÓN	14,873.00												
INGRESOS POR VENTAS													
TOTAL INGRESOS		9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00	9,945.00
EGRESOS													
Costo Variables													
Costo de los Libros		5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04
TOTAL COSTOS VARIABLES		5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04	5,132.04
Costos Fijos													
Alquiler de Local		280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00	280.00
Agua Potable		35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
Telefono (Fijo y Móviles)		55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00
Permisos-impuestos		189.50		156.00			156.00			156.00			156.00
Publicidad		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
Utiles de Oficina		25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00
Electricidad		80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
Internet, Dominio y Hosting		150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
Capacitación del Personal		400.00					400.00						
Sueldo Personal de Planta		2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Beneficios Social Personal de Planta		635.36	635.36	635.36	635.36	635.36	635.36	635.36	635.36	635.36	635.36	635.36	635.36
Intereses bancarios		135.83	132.88	129.89	126.86	123.79	120.67	117.52	114.32	111.08	107.79	104.46	101.08
TOTAL COSTOS FIJOS	4,485.69	3,893.24	4,046.25	3,887.22	3,884.15	4,437.03	3,877.88	3,874.68	4,027.44	3,868.15	3,864.82	4,017.44	
TOTAL EGRESOS	9,617.74	9,025.29	9,178.30	9,019.26	9,016.19	9,569.08	9,009.92	9,006.72	9,159.48	9,000.19	8,996.86	9,149.48	
Utilidad antes impuestos		327.26	919.71	766.70	925.74	928.81	375.92	935.08	938.28	785.52	944.81	948.14	795.52
(-) 15% Utilidad a empleados			195.44	162.92	196.72	197.37		198.70	199.38	166.92	200.77	201.48	169.05
(-) 21,25% Impuestos a la Renta			137.96	115.01	138.86	139.32		140.26	140.74	117.83	141.72	142.22	119.33
UTILIDAD despues de impuestos		327.26	586.32	488.77	590.16	592.12	375.92	596.11	598.15	500.77	602.31	604.44	507.14
Aporte de socios													
Banco del Pichincha (Pago al principal)	16,000.00	217.22	220.17	223.16	226.19	229.26	232.38	235.54	238.73	241.98	245.26	248.60	251.97
FLUJO NETO DE EFECTIVO o Flujo de caja d	-14,873.00	110.04	366.15	265.61	363.96	362.85	143.54	360.58	359.42	258.79	355.84	355.84	255.17
Saldo anterior	1,127.00	1,127.00	1,237.04	1,603.19	1,868.80	2,232.77	2,595.62	2,739.16	3,099.74	3,459.15	3,717.95	4,075.00	4,430.84
Saldo Final de Caja		1,237.04	1,603.19	1,868.80	2,232.77	2,595.62	2,739.16	3,099.74	3,459.15	3,717.95	4,075.00	4,430.84	4,686.01

Anexo

Flujo de caja Anualmente

PRESUPUESTO DE FLUJO DE EFECTIVO						
Concepto	Inicial 2009	2010	2011	2012	2013	2014
Capital de Trabajo	\$ 1,615.00					
Inversion en Activos Fijos	\$ 8,711.00					
Gastos de arranque	\$ 2,862.00					
Gastos de Constitucion	\$ 605.00					
Software	\$ 1,080.00					
TOTAL INVERSIÓN	\$ 14,873.00					
INGRESOS						
Creación y Venta de Cuentos		\$ 107,640.00	\$ 113,022.00	\$ 118,673.10	\$ 124,606.76	\$ 130,837.09
Creación y Venta de Cuentos (Personalizados)		\$ 11,700.00	\$ 12,285.00	\$ 12,899.25	\$ 13,544.21	\$ 14,221.42
TOTAL INGRESOS		\$ 119,340.00	\$ 125,307.00	\$ 131,572.35	\$ 138,150.97	\$ 145,058.52
		1.05	1.05	1.05	1.05	1.05
EGRESOS						
COSTOS VARIABLES						
Costo		45630.00	47911.50	50307.08	52822.43	55463.55
Comision Creador		2152.80	2260.44	2373.46	2492.14	2616.74
Comision Vendedor		346.73	364.06	382.26	401.38	421.45
Comision Institucion		13455.00	14127.75	14834.14	15575.84	16354.64
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ 61,584.53	\$ 64,663.75	\$ 67,896.94	\$ 71,291.79	\$ 74,856.38
		1.05	1.05	1.05	1.05	1.05
COSTOS FIJOS		\$ 0.52	\$ 0.52	\$ 0.52	\$ 0.52	\$ 0.52
COSTOS OPERATIVOS						
Electricidad		\$ 960.00	\$ 1,008.00	\$ 1,058.40	\$ 1,111.32	\$ 1,166.89
Agua		\$ 420.00	\$ 441.00	\$ 463.05	\$ 486.20	\$ 510.51
Teléfono		\$ 660.00	\$ 693.00	\$ 727.65	\$ 764.03	\$ 802.23
Internet		\$ 720.00	\$ 756.00	\$ 793.80	\$ 833.49	\$ 875.16
Dominio y Hosting		\$ 1,080.00	\$ 1,134.00	\$ 1,190.70	\$ 1,250.24	\$ 1,312.75
Alquiler		\$ 3,360.00	\$ 3,528.00	\$ 3,704.40	\$ 3,889.62	\$ 4,084.10
Útiles de Oficina		\$ 300.00	\$ 315.00	\$ 330.75	\$ 347.29	\$ 364.65
Publicidad		\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,323.00	\$ 1,389.15	\$ 1,458.61
Permisos y alícuotas		\$ 724.50	\$ 760.73	\$ 798.76	\$ 838.70	\$ 880.63
Capacitación		\$ 800.00	\$ 840.00	\$ 882.00	\$ 926.10	\$ 972.41
TOTAL COSTOS OPERATIVOS		\$ 10,224.50	\$ 10,735.73	\$ 11,272.51	\$ 11,836.14	\$ 12,427.94
COSTOS SUELDOS						
GERENTE ADMINISTRATIVO		\$ 5,400.00	\$ 5,724.00	\$ 6,067.44	\$ 6,431.49	\$ 6,817.38
DISEÑADOR GRAFICO		\$ 3,600.00	\$ 3,816.00	\$ 4,044.96	\$ 4,287.66	\$ 4,544.92
SECRETARIA/CONTADORA		\$ 4,200.00	\$ 4,452.00	\$ 4,719.12	\$ 5,002.27	\$ 5,302.40
MENSAJERO/CONSERJE		\$ 2,880.00	\$ 3,052.80	\$ 3,235.97	\$ 3,430.13	\$ 3,635.93
PROMOTOR / VENDEDOR		\$ 3,000.00	\$ 3,150.00	\$ 3,307.50	\$ 3,472.88	\$ 3,681.25
PROMOTOR / VENDEDOR		\$ 3,000.00	\$ 3,180.00	\$ 3,370.80	\$ 3,573.05	\$ 3,787.43
REDACTOR		\$ 3,360.00	\$ 3,561.60	\$ 3,775.30	\$ 4,001.81	\$ 4,241.92
REDACTOR		\$ 3,360.00	\$ 3,561.60	\$ 3,775.30	\$ 4,001.81	\$ 4,241.92
TOTAL COSTOS SUELDOS		\$ 28,800.00	\$ 30,498.00	\$ 32,296.38	\$ 34,201.09	\$ 36,253.15

PRESTACIONES SOCIALES						
GERENTE ADMINISTRATIVO		\$ 1,429.56	\$ 1,992.14	\$ 2,111.67	\$ 2,238.37	\$ 2,372.67
DISEÑADOR GRAFICO		\$ 953.04	\$ 1,328.10	\$ 1,407.78	\$ 1,492.25	\$ 1,581.78
SECRETARIA/CONTADORA		\$ 1,111.88	\$ 1,549.44	\$ 1,642.41	\$ 1,740.96	\$ 1,845.41
MENSAJERO/CONSERJE		\$ 762.43	\$ 1,062.48	\$ 1,126.22	\$ 1,193.80	\$ 1,265.43
PROMOTOR / VENDEDOR		\$ 794.20	\$ 1,096.31	\$ 1,151.12	\$ 1,208.68	\$ 1,281.20
REDACTOR		\$ 889.50	\$ 1,239.56	\$ 1,313.93	\$ 1,392.76	\$ 1,476.33
REDACTOR		\$ 889.50	\$ 1,239.56	\$ 1,313.93	\$ 1,392.76	\$ 1,476.33
PROMOTOR / VENDEDOR		\$ 794.20	\$ 1,106.75	\$ 1,173.15	\$ 1,243.54	\$ 1,318.15
TOTAL COSTOS DE BENEFICIOS SOCIALES		\$ 7,624.32	\$ 10,614.32	\$ 11,240.22	\$ 11,903.12	\$ 12,617.31
DEPRECIACIÓN						
Equipos de computacion		\$ 1,673.67	\$ 1,673.67	\$ 1,673.67		
Muebles y enseres		\$ 189.00	\$ 189.00	\$ 189.00	\$ 189.00	\$ 189.00
Instalaciones		\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00
Equipos de oficina		\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 140.00
TOTAL DEPRECIACIÓN		\$ 2,222.67	\$ 2,222.67	\$ 2,222.67	\$ 549.00	\$ 549.00
AMORTIZACIONES						
Gastos de Constitución		\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50	\$ 60.50
Software		\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00		
TOTAL AMORTIZACIONES		\$ 420.50	\$ 420.50	\$ 420.50	\$ 60.50	\$ 60.50
TOTAL DEPRECIACIONES-AMORTIZACIONES		\$ 2,643.17	\$ 2,643.17	\$ 2,643.17	\$ 609.50	\$ 609.50
Intereses Bancarios		\$ 1,426.17	\$ 932.24	\$ 351.51		
TOTAL COSTOS FIJOS		\$ 50,718.16	\$ 55,423.45	\$ 57,803.78	\$ 58,549.84	\$ 61,907.90
		\$ 0.42	\$ 0.44	\$ 0.44	\$ 0.42	\$ 0.43
TOTAL EGRESOS		\$ 112,302.68	\$ 120,087.20	\$ 125,700.72	\$ 129,841.63	\$ 136,764.28
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 7,037.32	\$ 5,219.80	\$ 5,871.63	\$ 8,309.34	\$ 8,294.24
(-) 15% Utilidad a empleados		\$ 1,055.60	\$ 782.97	\$ 880.74	\$ 1,246.40	\$ 1,244.14
(-) 21.25% Impuestos a la Renta		\$ 1,495.43	\$ 1,109.21	\$ 1,247.72	\$ 1,765.73	\$ 1,762.53
UTILIDAD despues de impuestos		-\$ 14,873.00	\$ 4,486.29	\$ 3,327.62	\$ 3,743.16	\$ 5,287.58
APORTE DE SOCIOS	16000.00					
Adicion de la deprec. y amortizacion		\$ 2,643.17	\$ 2,643.17	\$ 2,643.17	\$ 609.50	\$ 609.50
Prestamo Bancario						
Documento Bancario. Banco	10000.00	\$ 2,810.47	\$ 3,304.40	\$ 3,885.13		
FLUJO NETO DE EFECTIVO o Flujo de caja	\$ 1,127.00	\$ 4,318.99	\$ 2,666.39	\$ 2,501.20	\$ 5,906.70	\$ 5,897.08
SALDO ANTERIOR DE CAJA		\$ 1,127.00	\$ 5,445.99	\$ 8,112.38	\$ 10,613.57	\$ 16,520.28
SALDO FINAL DE CAJA O FLUJO EFECT AÑO		\$ 5,445.99	\$ 8,112.38	\$ 10,613.57	\$ 16,520.28	\$ 22,417.36
Flujo Neto de Efectivo	-\$ 14,873.00	\$ 5,445.99	\$ 8,112.38	\$ 10,613.57	\$ 16,520.28	\$ 22,417.36
Flujo Neto de Efectivo Acumulado		-\$ 9,427.01	-\$ 1,314.64	\$ 9,298.94	\$ 25,819.22	\$ 48,236.57
Suma de Flujos Futuros Descontados	\$ 32,382.46	\$ 4,500.82	\$ 5,540.86	\$ 5,991.09	\$ 7,706.83	\$ 8,642.86
VPN	17,509.46					
TIR	56%					

PERIODO DE RECUPERACION	AÑO	Flujo	Acumulado
	0	-\$ 14,873.00	-\$ 14,873.00
	1	\$ 4,500.82	(\$ 10,372.18)
	2	\$ 5,540.86	(\$ 4,831.32)
	3	\$ 5,991.09	\$ 1,159.77
	4	\$ 7,706.83	\$ 8,866.60
	5	\$ 8,642.86	\$ 17,509.46

Fórmula de recuperación de la inversión: Año anterior a la recuperación + costo no recuperado a principio de año / Flujo de efectivo durante el año

Fórmula de recuperación de la inversión: 2 + (\$ 4,831.32) / \$ 5,991.09

Fórmula de recuperación de la inversión: 2 + (\$ 0.81)

Fórmula de recuperación de la inversión: 2 años y 8 meses

7.2 Estado Financieros

Se plantea las condiciones iniciales de la empresa en cuanto a libro, tomando en cuenta las proyecciones para los siguientes años.

7.2.1 Balance General

BALANCE GENERAL						
CUENTA	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ACTIVO	Balance Inicial					
Activo corriente						
Caja/Bancos	1,107.00	5,355.42	7,925.88	10,295.04	16,202.47	22,100.28
Inventarios/Mercaderías						
Cuentas por Cobrar						
Total de Activo Corriente	1,107.00	5,355.42	7,925.88	10,295.04	16,202.47	22,100.28
Activo Fijo						
Equipos de Computación	5,021.00	5,021.00	5,021.00	5,021.00		
Depreciación Acumulada Eq. Comp.	1,673.67	3,347.33	5,021.00			
Instalaciones	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00	1,100.00
Depreciación Acumulada Instalaciones	220.00	440.00	660.00	880.00	1,100.00	1,100.00
Muebles y Enseres	1,910.00	1,910.00	1,910.00	1,910.00	1,910.00	1,910.00
Depreciación Acumulada Muebles y Enseres	191.00	382.00	573.00	764.00	955.00	955.00
Equipos de oficina	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00
Depreciación acumulada de equipos	140.00	280.00	420.00	560.00	700.00	700.00
Total Activos Fijos	8,731.00	6,506.33	4,281.67	2,057.00	1,506.00	955.00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos de constitucion	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00
Amortización de Gastos de Constitucion	60.50	121.00	181.50	242.00	302.50	302.50
Software	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00		
Amortización acumulada de Software	360.00	720.00	1,080.00			
Total Activos Diferidos	1,685.00	1,264.50	844.00	423.50	363.00	302.50
TOTAL ACTIVOS	11,523.00	13,126.25	13,051.54	12,775.54	18,071.47	23,357.78
PASIVOS						
Pasivo Corriente						
Participación a trabajadores						
Impuestos por Pagar						
Pasivo a largo plazo	10,000.00	7,269.36	3,974.84	0.00		
TOTAL PASIVO	10,000.00	7,269.36	3,974.84	0.00	0.00	
PATRIMONIO						
Capital	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00	20,000.00
Utilidades	-18,477.00	4,333.89	3,219.81	3,698.84	5,295.93	5,296.30
Utilidad retenida		-18,477.00	-14,143.11	-10,923.30	-7,224.46	-1,928.53
Pago de dividendos						
Total Patrimonio	1,523.00	5,856.89	9,076.70	12,775.54	18,071.47	23,357.78
Total Pasivo y Patrimonio	11,523.00	13,126.25	13,051.54	12,775.54	18,071.47	23,357.78

7.2.2 Estado de resultado

ESTADOS DE RESULTADOS

Cuenta	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas	119,340.00	125,307.00	131,572.35	138,150.97	145,058.52
Costo de Ventas	61,584.53	64,663.75	67,896.94	71,291.79	74,856.38
Utilidad bruta	57,755.48	60,643.25	63,675.41	66,859.18	70,202.14
Costo Fijos	50,957.22	55,592.56	57,873.31	58,551.84	61,909.90
Utilidad antes de impuestos	6,798.26	5,050.69	5,802.11	8,307.34	8,292.24
(-) 15% Trabajadores	1,019.74	757.60	870.32	1,246.10	1,243.84
(-) 21.25 IR	1,444.63	1,073.27	1,232.95	1,765.31	1,762.10
Utilidad Neta	4,333.89	3,219.81	3,698.84	5,295.93	5,286.30

7.3 Punto de Equilibrio

Se toma los datos concernientes costos tanto fijos como Variables, ventas Totales número de unidades proyectadas para vender en cinco años.

PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL

	2010	2011	2012	2013	2014
Costo Fijo	50,718.16	55,423.45	57,803.78	58,549.84	61,907.90
Costo Variable	61,584.53	64,663.75	67,896.94	71,291.79	74,856.38
Ventas Totales	119,340.00	125,307.00	131,572.35	138,150.97	145,058.52
Unidades Producidas	14,625	15,356	16,124	16,930	17,777

Punto Equilibrio \$					
P.E. \$	104,798.81	114,521.35	119,439.81	120,981.40	127,920.15

Punto Equilibrio %					
P.E. %	87.82%	91.39%	90.78%	87.57%	88.19%

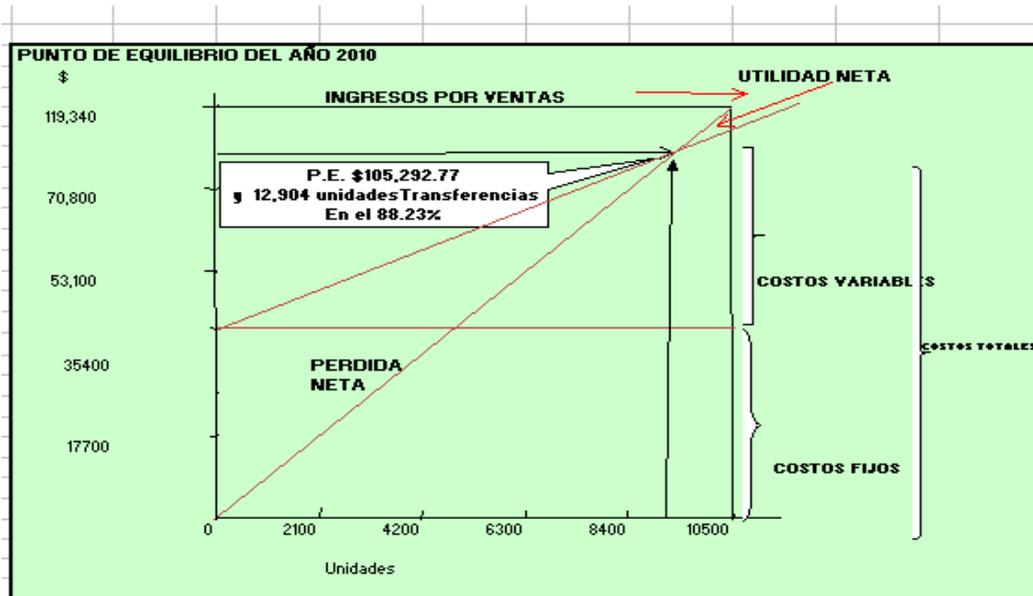
Punto de Equilibrio Unidades					
P.E.U.=	12843	14034	14637	14826	15676

FORMULA P.E.\$	
P.E.\$=	$1 - \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Costos variables} / \text{ventas totales}}$

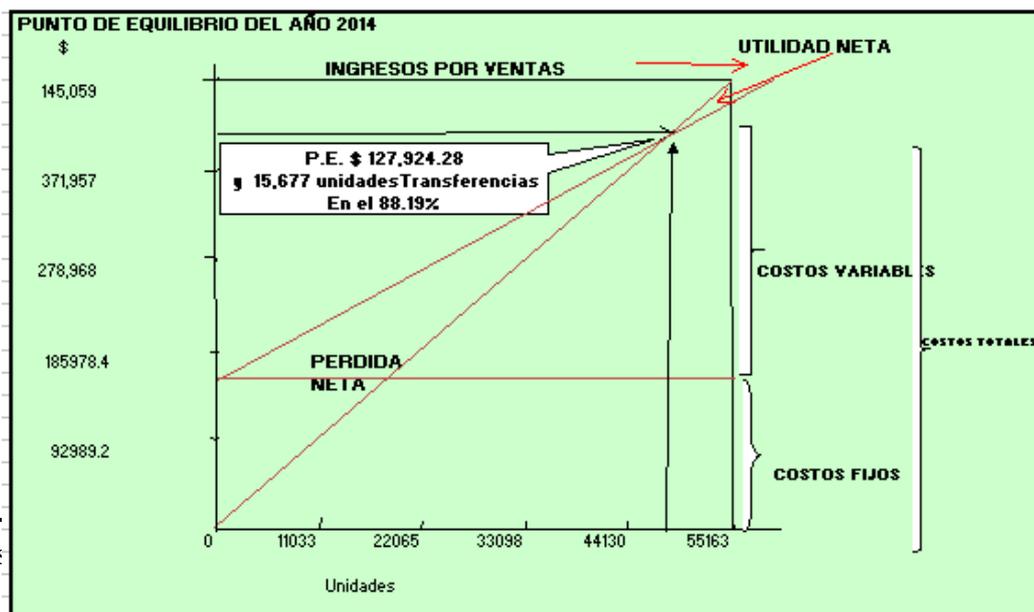
FORMULA P.E.%	
P.E.%=	$\frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables}} \times 100$

FORMULA P.E.U	
P.E.U.=	$\frac{\text{Costos fijos} \times \text{Unidades producidas}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos variables}}$

7.3.1 Punto de equilibrio año 2010



7.3.2 Punto de equilibrio año 2014



Análisis

8. Análisis de Riesgo

Es la probabilidad de que suceda un evento un impacto o consecuencias adversas. Se entiende también como la medida de la posibilidad y magnitud de los impactos adversos, siendo la consecuencia del peligro y está en relación con frecuencia con que se presente un evento.

Es en medida de potencial de pérdida económica o lesión en términos de la probabilidad de ocurrencia de un evento no deseado junto con la magnitud de las consecuencias.

Toda actividad conlleva un riesgo, ya que la actividad exenta de ello representa inmovilidad total. Pero aun así si todos nos quedamos en casa sin hacer nada y se detuviera toda actividad productiva y de servicios aun existiera el riesgo, no cabe duda que menores pero existieran, el riesgo cero no existe.

Entonces debemos definir que el riesgo es la probabilidad de ocurrencia que un peligro (causa eminente perdida), existente en un actividad determinada durante un período definido, ocasione un incidente con consecuencias factibles de ser estimadas, de efectos adversos sobre el medio natural y humano en su área de influencia.

En este sentido, es una conjugación de las características de las amenazas y de las vulnerabilidades. Estrictamente es el cálculo anticipado de perdidas esperables (en vidas y en

bienes), para un fenómeno de origen natural o tecnológico, que actúa sobre el conjunto social y sobre su infraestructura.

También lo podemos entender como, el potencial de pérdidas que existe asociado a una operación productiva, cuando cambian en forma no planeada las condiciones definidas como estándares para garantizar el funcionamiento de un proceso o del sistema productivo en su conjunto.

Riesgos Primarios.- Son aquellos que pueden ocurrir como efecto directo de las manifestaciones físicas de un fenómeno (licuación de suelos y consecuente destrucción de edificaciones y ruptura de tuberías; daños en equipos de control de una industria o de un sistema de línea vital; destrucción de viviendas por deslizamientos o por crecientes a torrenciales de un río, etc).

Riesgos Secundarios.- Son aquellos que los efectos directos pueden inducir, o sea, impactos sobre la salud, sobre el hábitat, sobre el medio ambiente, sobre los costos y rentas de la operación de un sistema social productivo.

El conjunto de riesgo constituye una cadena, distribuida en el espacio y en el tiempo.

El tiempo incontrolado hace que el logro de los objetivos operacionales sea incierto. Los riesgos en general, se pueden clasificar en riesgo puro y riesgo especulativo.

El riesgo especulativo es aquel riesgo en el cual existe la posibilidad de ganar o perder, como por ejemplo las apuestas o los juegos de azar.

En cambio el riesgo puro es el que se da en la empresa y existe la posibilidad de perder o no perder pero jamás ganar.

El riesgo puro en la empresa a su vez se clasifica en:

- ✓ Riesgo inherente

✓ R

Riesgo Puro

✓ Riesgo Incorporado

El riesgo inherente es aquel riesgo aquel por su naturaleza no se puede separar de la situación donde existe. Es propio del trabajo a realizar, es el riesgo propio de cada empresa de acuerdo a su actividad, por ejemplo los mostrados en la siguiente tabla:

Tipos de Empresa	Principales Riesgos Inherentes
Transporte	Choques, colisiones, volamientos
Mecánica	Quemaduras, Golpes
Construcción	Caída de distinto nivel, golpes atrapamientos
Minería	Derrumbes, explosiones, caídas

Cuadro: 8.1 Tipos de Riesgos.

Los riesgos inherentes en una empresa se deben controlar y/o eliminar los que sean posibles, ya que como estos están en directa relación con la actividad de la empresa si estos no lo asumen no puede existir.

Los riesgos incorporados se deben eliminar de inmediato. Cuando un riesgo se sale de nuestro control producen accidentes que provocan muertes, lesiones incapacitantes, daños a los equipos, materiales y/o medio ambiente.

Tod

o esto resulta como perdida para la empresa, ya que ocurrido un accidente de la empresa debe:

- 1.- Contratar un nuevo trabajador y prepararlo para esa actividad
- 2.- Redistribuir los trabajadores en el área
- 3.- Se genera pérdida de tiempo
- 4.- Aumentos de seguro
- 5.- Comprar o reparar la maquinaria y/o equipos
- 6.- pago de indemnizaciones
- 7.- Pérdida de tiempo de los trabajadores involucrados en el accidente

Los accidentes producto de un riesgo incontrolado puede ser tan grandes, que puede terminar en un empresa llevando a todos a sus trabajadores a la cesantía.

Qué es Riesgo aceptable?

Es una decisión sobre el de pérdidas esperables que se asume como resultado de aceptar que ocurrirán fenómenos naturales o tecnológicos, los cuales incidirán sobre la vida y bienes expuestos. En la toma de esta decisión para cada tipo de riesgo es óptimo que se balanceen los conocimientos disponibles sobre las amenazas (ubicación, severidad y recurrencia) y los costos de medidas preventivas y de mitigación (reducción de las vulnerabilidades)

Las decisiones sobre el riesgo aceptable son, entonces producto de la conjugación de consideraciones y de variables técnicas, económicas, sociales y políticas en el marco de un proyecto cualquiera. En nuestro caso particular y a la escala de la ciudad, este plan provee

algu

nos de los anteriores insumos en la búsqueda de una optimización del futuro.

Que es prevención?

Prevención es el conjunto de medidas anticipadas, principalmente de corto y mediano plazo, para evitar o reducir los efectos de los desastres. Por ejemplo: preparación de organismos de socorro e instituciones públicas y privadas y de líderes de la comunidad; coordinación de los mismos, evacuación de aéreas de peligro inminente; elaboración de planes de contingencia para atender escenarios previsibles de emergencias, etc. El análisis de riesgo presente está basado en las fuentes de riesgo por tipos y sus respectivos controles:

8.1. Causas y el Riesgo

Administración

Riesgos

- ✓ Ineficiencia en atención al cliente
- ✓ Personal que no tenga bien clara la misión y la visión de la compañía
- ✓ Personal que realice funciones que no le competen
- ✓ Incompetencia al momento de realizar sus labores asignadas.

Procesos

Riesgos

- ✓ Manejo de excesivos requerimientos (llamadas), entrante a la vez.
- ✓ Manejo de eventos no usuales
- ✓ No cumplir el programa en el tiempo planificado

Fuentes Externas

Riesgos

- ✓ Robos
- ✓ Creación indiscriminada de nuevas empresas similares con precios más bajos o servicios diferentes.

Leyes de regulaciones

Riesgos

- ✓ Cambios en regulaciones como ley de compañías, impuestos
- ✓ Problemas con contratos
- ✓ Responsabilidades no definidas apropiadamente

Personal

Riesgo

- ✓ Personal no capacitado para la correcta atención al menor
- ✓ Falta de involucramiento del personal con la necesidad del cliente
- ✓ Desinterés(Motivación)
- ✓ Incentivos inadecuados

Sistema Transaccional (Información)

Ries

go

- ✓ Baja inversión en seguridades contra virus o intrusos
- ✓ Falta de políticas de seguridades de información de clientes (fuga de información)

Nuevas actividades**Riesgo**

- ✓ Cambio de estrategias de venta, marketing
- ✓ Nuestros Servicios

8.1 Riesgos Financieros

El Proyecto se financia con un 50% con el aporte de los socios y 50% con una institución Financiera como se encuentra previamente en el Análisis Administrativos. Sin este no podríamos con el desarrollo de nuestro servicio. Al menos deberíamos tener el costo para cubrir los gastos y costos del primer mes.

- ✓ Número inicial de clientes no llega al estimado
- ✓ Recaudación(cobros) sean ineficientes
- ✓ Incremento no presupuestado de costo fijo y variables

Calculo del Riesgo

Niveles: Probabilidad 1=Baja 3=Media 5=Alta

Impacto 2=Bajo 4=Medio 6=Alta

Actividad	Probabilidad	Impacto	Riesgo Inherente
Ineficiencia en atención al cliente	3	6	18
Personal que no tenga clara la misión y visión	3	4	12
Manejo de excesivos requerimientos(llamadas) entrante a la vez	3	4	12
No cumplir el programa en el tiempo planificado	1	2	2
Robos	1	4	4
Nuevas empresa similares con precios más bajos o servicios diferentes	3	4	12
Cambios en regulaciones como ley de compañías, impuestos	3	2	6
Problemas con contratos	1	4	4
Responsabilidades no definidas apropiadamente	1	4	4

Personal no capacitado para la correcta atención al menor	1	6	6
Falta de involucramiento del personal con las necesidades del cliente	1	6	6
Desinterés(Motivación)	1	4	4
Incentivos inadecuados	3	4	12
Baja inversión en seguridades contra virus o intrusos	5	4	20
Falta de políticas de seguridades de información de clientes (fuga de información)	3	6	18
Cambio de estrategias de venta, marketing	3	2	6
Nuevos servicios	1	2	2
Número inicial de clientes no llega al estimado	1	4	4
Recaudación(cobros) sean ineficientes	3	4	12

Cuadro: 8.2 Calculo de Riesgo.

A continuación se muestra las tablas de prioridades convenidas

Prioridad	Definición
Alta(14-24)	Problema de alto impacto en nuestro negocio
Intermedia (8-13)	Problema de impacto significativo en nuestro negocio
Baja (0-7)	Problema de bajo impacto en nuestro negocio

Cuadro: 8.3 prioridad de Riesgo.

8.1. Riesgos de Mercado

De darse la posibilidad que surgieran competidores cuyas actividades sean muy similares a las nuestras, tendríamos que contrarrestar su participación en el mercado trabajando con promociones atractivas como por ejemplo: proporcionándole servicios agregados o descuentos tanto a nuestros clientes como a nuestros proveedores.

Considerando que para ese momento estaremos posicionados en el mercado y podremos manejar diferentes tipos de promociones que no afecten mayormente los presupuestos financieros, sin embargo, si esto ocurriera al inicio de nuestro negocio deberíamos explotar nuevos mercados.

En el caso de que nuestro mercado objetivo de clientes se vea reducido por efecto de la competencia u otras variables como puede ser la economía tendremos que atacar otros mercados potenciales, como instituciones bancarias, quienes también realizan eventos:

lanzamientos de productos en su línea y organización de seminarios; centros comerciales o expandirnos a otras regiones de la costa.

Si nuestras ventas en Guayaquil no cumplieren el presupuesto, incursionaríamos con nuestros servicios en la ciudad de Quito, Cuenca y Manta, debido a que están entre las Ciudades más grandes de nuestro país y cuentan con un aceptable número de empresas.

Para ello, tendremos que realizar los análisis necesarios siendo esta nuestra vía para determinar cuales serían nuestros posibles proveedores y clientes. De darse la situación de que los proveedores que trabajen asociados a nuestros servicios, quisieran dar por terminado el vinculo con nuestra compañía, para contrarrestar este riesgo procederíamos a asociarnos con proveedores cuyas firmas no son muy nombradas en el mercado pero que si brindan un servicio satisfactorio.

Controles

Cuadro: 8.4 Controles.

Administración	
Riesgo	Controles
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ineficiencia en la atención al cliente motivado por falta de supervisión. ✓ Personal que no tenga clara la misión y la visión ✓ Personal que realice funciones que no le competen ✓ Incompetencia al momento de realizar sus labores asignadas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Políticas en atención al cliente ✓ Supervisión permanente de registros de atención a clientes ✓ Elaboración de cronograma semanal y mensual de visitas de clientes con sus motivos. ✓ Circular por la empresa definiciones claras sobre la misión y visión de la empresa. ✓ Definir funciones por cada puesto ✓ Realizar pruebas al momento de contratar al personal.

Procesos	
Riesgo	Controles

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Manejo excesivos/requerimientos(llamadas) entrantes a la vez ✓ Manejo de eventos no usuales ✓ No cumplir el programa en el tiempo planificado. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Registró diario de llamadas recibida por la secretaria. ✓ Elaboración de políticas eventuales, indicando el procedimiento a seguir en diferentes casos. ✓ Control diario de tareas asignadas.
--	---

Fuentes Externas	
Riesgo	Controles
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Robos ✓ Creación indiscriminada de nuevas empresas similares con precios más bajos y servicios adicionales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contratación de sistemas de alarmas ✓ Contratación de seguros contra incendio y robos ✓ Contratación de guardias de seguridad privado o calificado ✓ Reuniones semestrales fijas para revisiones de las estrategias, precios y servicios ofrecidos.

Normas Leyes de Regulaciones	
Riesgo	Controles

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cambios en regulaciones como ley de compañía, impuestos ✓ Problemas con contratos ✓ Responsabilidades no definidas apropiadamente. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Contratación de un abogado que defina y diseñe tipos de contratos para los diferentes servicios que incluyan cláusulas varias.
--	--

Personal	
Riesgo	Controles
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Personal no capacitado para el correcto cuidado de los menor ✓ Falta de compromiso del personal con las necesidades del cliente. ✓ Desinterés(motivación) ✓ Incentivos inadecuados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicación de políticas de selección ✓ Elaboración de estímulos económicos por la adquisición de nuevos clientes o contratos. ✓ Charlas de motivación e integración al personal.

Sistema Transaccional(Información)	
Riesgo	Controles

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Baja inversión en seguridades contra virus o intrusos en red ✓ Falta de política de seguridad de información de clientes (fuga de información) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer políticas de seguridades de hardware y software ✓ Encriptación de información ✓ Políticas de respaldo de información ✓ Mantenimiento de equipos.
--	--

Nuevas Actividades	
Riesgo	Controles
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cambio de estrategia: venta, marketing ✓ Nuevos servicios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de servicios innovadores para poder competir ✓ Cronograma de desarrollo y pruebas paulatinas del nuevo servicio ✓ Realizar el seguimiento a los nuevos servicios.

Financiero	
Riesgo	Controles

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Número inicial de clientes no llega a lo estimado ✓ Recaudación sean insuficientes ✓ Incremento no presupuestado de costos fijos y variables 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis de riesgo en escenario pesimista ✓ Políticas de cuentas por pagar y por cobrar ✓ Los gastos deben estar dentro de los presupuestos aprobados ✓ Elaboración de planes de promoción por pronto pago y ingreso de nuevo cliente. ✓ Elaboración de paquetes promocionales.
--	---

8.2. Riesgos Técnicos

Uno de los riesgos que más se puede dar en nuestro negocio de comercio electrónico es que nuestra página Web no esté disponible para nuestros usuarios las 24 horas del día y los 365 días del año. En nuestro caso, no tendríamos este problema porque estamos trabajando con un proveedor de hosting y dominio quienes serán los encargados de dar el servicio, si el mismo no llegara a satisfacer de acuerdo al contrato estipulado, nos manejaríamos con otros proveedores. Por nuestra parte, nos preocuparemos por tener nuestro sitio Web actualizado y que el acceso a los datos esté en óptimas condiciones.

8.3. Riesgos Económicos

De vernos obligados a realizar ajustes en cobros de nuestras comisiones, es decir, reducción de porcentaje con nuestros clientes y / o proveedores, atacaríamos otros

mercados posiblemente potenciales a través de publicidad por medios de comunicación masiva ya sea prensa escrita o radial especialmente donde se presenten programas de farándula.

CAPITULO IX

9. Evaluación de Proyecto

La evaluación del proyecto está basada en los siguientes parámetros:

1. Luego del respectivo análisis del mercado se puede observar que existe una gran demanda en la consulta de información académica de los alumnos que existen en la ciudad, hay que aprovechar las redes sociales que incrementarían sus ventas, la falta de un buen estudio del mercado en las empresas hace que los negocios sean limitados.
2. Para este proyecto se ha considerado tecnologías existentes e infraestructuras que permiten ofrecer mejor servicio. Aprovechando el internet o redes sociales permiten al sector empresarial ofrecer sus productos on-line llevando así el comercio local a comercio electrónico.
3. Financieramente los cálculos en flujo de caja proyectado generaran utilidades el cual va incidir en la recuperación del capital, el periodo de recuperación es de 2 años 8 meses aumentando paulatinamente hasta el 5 año y 8 meses durante la implementación.
4. La tasa interna de retorno (TIR) para este proyecto es de 56% lo que hace que este negocio sea atractivo para los inversionistas.
5. Según lo visto en los estados financieros, el proyecto resulta rentable teniendo un VPN \$ 17.436.51.
6. El proyecto aunque su TIR y flujo de efectivo varíen es buena la inversión, lo que sí podría afectarle sería si la producción no se mantienen y sus ingresos disminuyen.

minuyen de acuerdo al estudio del presupuesto.

7. En esta clase de proyecto que recién empieza, para penetrar en el mercado no se evaluara recuperaciones por salvamento, solo se aplica en el caso de empresas ya establecidas.

CAPITULO X

10.- CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION

EL siguiente cronograma está diseñado para que cualquier inversionista pueda empezar a diseñar toda la planificación e implementación de la compañía "**Cuentos a Medida**"

Numero	Actividades	Días	Fecha de Inicio	Fecha de Fin
	TOTAL DE DIAS DE IMPLEMENTACION	180 DIAS	01-07-2009	02-022009
1	ESTUDIO DE APROVACION DEL PROYECTO	20 DIAS	01-07-2009	29-07-2009
2	INVERSIONISTAS, PRESTAMO BANCARIO	10 DIAS	30-07-2009	13-08-2009

3	CONTRATACION DEL ABOGADO	2 DIAS	14-08-2009	15-08-2009
4	APROVACION DEL NOMBRE	2 DIAS	18-08-2009	19-08-2009
5	CONSTITUCION, APROVACION DE LA COMPAÑÍA	30 DIAS	20-08-2009	30-09-2009
6	ALQUILER DEL LOCAL	2 DIAS	01-09-2009	01-09-2009
7	OBTENCION DEL RUC	1 DIAS	01-10-2009	01-10-2009
8	PERMISOS MUNICIPALES, etc.	4 DIAS	02-10-2009	07-10-2009
9	COTIZACION DE ACTIVOS	5 DIAS	08-10-2009	15-10-2009
10	COMPRA DE ACTIVOS FIJOS Y DISEÑO DE LA PAGINA WEB	10 DIAS	16-10-2009	29-10-2009
11	INSTALACION DEL SISTEMA OPERATIVO Y UTILITRARIOS	10 DIAS	30-10-2009	13-11-2009
12	INSTALACION DE LA RED	5 DIAS	14-11-2009	19-11-2009
13	CONTRATACION DE INTERNET, HOSTING	2 DIAS	20-11-2009	21-11-2009
14	SELECCIÓN DEL PERSONAL PREPARACION DE LA PUBLICIDAD	5 DIAS	24-11-2009	28-11-2009

15	PREPARACION DE LA PUBLICIDAD	2 DIAS	01-12-2009	02-12-2009
16	SIMULACION DEL NEGOCIO	10 DIAS	03-12-2009	16-12-2009
17	ARRANQUE DE LA PUBLICIDAD	10 DIAS	17-12-2009	30-12-2009
18	APERTURA DEL LOCAL	1 DIA	02-12-2010	02-01-2010