

SEP

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA



Tecnológico Nacional de México Instituto Tecnológico de la Zona Maya

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CIBER EN LA COMUNIDAD DE SUBTENIENTE LÓPEZ

**Informe Técnico de Residencia Profesional
que presenta el C.**

PEDRO SÁNCHEZ NAVARRETE
11870147

Carrera: Ingeniería en Gestión Empresarial

Asesor Interno: M en C. Vicente René Sansores May

Juan Sarabia, Quintana Roo

Diciembre 2015



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

El Comité de revisión para Residencia Profesional del estudiante de la carrera de **INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL, PEDRO SÁNCHEZ NAVARRETE**; aprobado por la Academia del Instituto Tecnológico de la Zona Maya integrado por el asesor interno **M en C. VICENTE RENÉ SANORES MAY**, el asesor externo el **LIC. ÁNGEL MAY ÁVILA**, habiéndose reunido a fin de evaluar el trabajo titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CIBER EN LA COMUNIDAD DE SUBTENIENTE LÓPEZ** que presenta como requisito parcial para acreditar la asignatura de Residencia Profesional de acuerdo al Lineamiento vigente para este plan de estudios, dan fe de la acreditación satisfactoria del mismo y firman de conformidad.

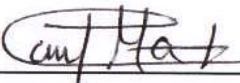
A T E N T A M E N T E

Asesor Interno



M en C. Vicente René Sansores May

Asesor Externo



Lic. Ángel May Ávila

INDICE DE CONTENIDO

INDICE DE FIGURAS	iii
ÍNDICE DE CUADROS	iv
I INTRODUCCIÓN	1
II JUSTIFICACIÓN.....	2
III OBJETIVOS	3
3.1 Objetivo general.....	3
3.2 Objetivos específicos	3
VI PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO	4
4.1 La organización Propuesta	4
4.2 Misión	5
4.3 Visión	5
4.4 Análisis FODA	5
4.4.1 Fortalezas	6
4.4.2 Oportunidades	6
4.4.3 Debilidades	6
4.4.4 Amenazas	7
V ESTUDIO DE MERCADO	8
5.1 Mezcla de mercadotecnia	8
5.1.1 Precio	8
5.1.2 Plaza.....	10
5.1.3 Producto (Servicio)	11
5.1.4 Promoción	11
5.2 Análisis de la oferta	14
5.2.1 Inversión Fija y trabajadores.....	15
5.3 Fundamento del muestreo	15
5.4 Diseño de la encuesta	17
5.5 Resultados de la encuesta	17
5.6 Conclusión del Estudio de mercado	25

VI ESTUDIO TÉCNICO	26
6.1 Objetivo del estudio técnico	26
6.2 Posibilidad Técnica	26
6.3 Localización óptima	26
6.3.1 Macrolocalización	27
6.3.2 Microlocalización	28
VII ESTUDIO FINANCIERO	29
7.1 Inversiones	30
7.2 Costos fijos	31
7.3 Ingresos por ventas	32
VIII EVALUACIÓN FINANCIERA	33
8.1 Análisis de Rentabilidad	33
IX CONCLUSIÓN	35
X REFERENCIAS	36
XI ANEXOS	37

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo de Ciber Express.....	4
Figura 2. Fórmula para cálculo de la muestra	16
Figura 3. Gráfico cuestión 1	17
Figura 4. Gráfico cuestión 2	18
Figura 5. Gráfico Cuestión 3.....	19
Figura 6. Gráfico cuestión 4	20
Figura 7. Gráfico cuestión 5	21
Figura 8. Gráfico cuestión 6	22
Figura 9. Gráfico cuestión 7	23
Figura 10. Gráfico Cuestión 8	24
Figura 11. Mapa de macrolocalización de Subteniente López.....	27
Figura 12. Mapa de Microlocalización del proyecto.....	28

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Activos fijos para el Ciber Express.....	30
Cuadro 2. Costos fijos del Ciber Express.....	31
Cuadro 3.Precios de Compra de materiales de papelería.....	31
Cuadro 4.Presupuesto Anual de Ingresos	32
Cuadro 5. Análisis de rentabilidad en 5 años.....	33

I INTRODUCCIÓN

Actualmente el uso de computadoras y sobre todo del internet se ha vuelto tan necesario, aun y cuando no se cuente con una computadora personal. Por esto el acceder a la red desde lugares públicos hoy en día es más común, por ello, el objetivo del Ciber es contar con terminales donde el usuario podrá realizar trabajos escolares, revisar y enviar emails y sobre todo tener la información del internet al alcance.

La aprobación de un proyecto no depende solo de una buena idea sino también de que se pueda demostrar su factibilidad y presentarla en forma rentable.

Existen muchos pequeños inversionistas que inician negocios sin antes hacer una evaluación económica es por ello, que no obtienen las ganancias suficientes para que el negocio siga subsistiendo y finalmente llega el fracaso.

El propósito fundamental de esta investigación será desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un CIBER en la comunidad de Subteniente López, Municipio Othón. P. Blanco, Quintana Roo, a través de la investigación minuciosa de las condiciones del mercado, la infraestructura necesaria y gestión administrativa que debe existir para el éxito del establecimiento.

El valor de este estudio es significativo; debido a que se abordara el tema de implantación de establecimientos de una forma práctica; De manera que el lector encuentre la forma de crear su propio negocio.

El proyecto se ha desarrollado a partir de la exploración de diferentes tópicos que se deben considerar cuando existe la posibilidad de un negocio para invertir

II JUSTIFICACIÓN

El Ciber es un producto neto del auge del internet, además diversas tecnologías de información se usan de manera importante en estos espacios. Un Ciber conjuga diversos servicios, que son los que pueden hacer que este negocio sea un éxito en función del mercado que satisfacen. Sin embargo no todo es navegar y chatear dentro del negocio de un Ciber. Para tener éxito es necesario estar al día en las innovaciones tecnológicas y ofrecer los servicios que demanda el mercado objetivo.

En la Comunidad Subteniente López actualmente existen 2 Cibers pero no son suficientes para cubrir la demanda de servicio de internet presente en la comunidad. Además estos tienen demasiadas deficiencias: las instalaciones y mobiliario no son los adecuados, el internet es demasiado lento en uno de ellos, las computadoras se atoran, la atención al cliente no es la adecuada y muchas veces no abren sus locales.

Es por ello, que se pensó crear un Ciber en la comunidad de subteniente López que en verdad cumpla con las expectativas de los clientes, ofreciendo instalaciones y mobiliario confortable, internet de alta velocidad, computadoras que no se atoren, siendo responsables con los horarios de servicio y con una buena atención al cliente. Otro aspecto importante para la creación del negocio es que la mayor parte de la población no dispone de internet en sus casas.

Antecedentes

¿Cómo surge esta idea de crear un CIBER en la comunidad de Subteniente López? Esta idea se da porque en casi la totalidad de la comunidad ya mencionada se carece de servicios de internet y el Ciudadano Abraham Sánchez Rosado quien no cuenta con Título Profesional sentía emprender el negocio de CIBER, ya que los dos establecimientos que existen no cumplen con diversas expectativas de los pobladores. El C. Abraham Sánchez pensó que sería mejor hacer un estudio para hacer una inversión segura, y además cumplir esa necesidad existente en la comunidad.

III OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un CIBER- en la comunidad de Subteniente López, Municipio de Othón. P. Blanco, Quintana Roo.

3.2 Objetivos específicos

- Elaborar la visión, misión, análisis FODA y establecer estrategias para la idea de negocio del Ciber.
- Realizar un estudio de mercados para determinar las estrategias que se van a usar para penetrar en el segmento de mercado seleccionado y la demanda potencial estimada en este segmento, utilizando una encuesta.
- Realizar un estudio administrativo para establecer las normas legales necesarias en el momento de constitución del negocio, definir estructura administrativa, procedimientos, políticas e infraestructura necesaria.
- Realizar el estudio financiero, utilizando indicadores como el precio, volúmenes, desarrollando cifras que harán llegar a la evaluación financiera.
- Se emplearán los indicadores financieros VAN, TIR Y RB/C.

VI PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO

El Ciber es un lugar en donde mediante una renta se pone a disposición de los usuarios equipo y accesorios de cómputo con acceso a Internet; dicho lugar además de este servicio específico puede ofrecer variedades de productos como bebidas, comida, dulces, etc.

Hay Cybers que además de los servicios generales como impresión en hojas y escaneo ofrecen servicios novedosos como equipo de cómputo con controles y videojuegos para computadora y acceso a Internet para que los usuarios puedan jugar en línea con personas a kilómetros de distancia e incluso del otro lado del mundo.

4.1 La organización Propuesta

En el proyecto se propone el establecimiento de un Ciber en la comunidad de Subteniente López, Municipio de Othón P. Blanco que cubra las necesidades existentes en el lugar.

A continuación se detalla el nombre de la empresa, logotipo, tipo de servicios, nombre del propietario y dirección.



Figura 1. Logo de Ciber Express

Los servicios del Ciber Express son el Alquiler de computadoras, acceso a internet, escaneo digital, impresión de documentos y venta de suministros. El propietario es

el C. Abraham Sánchez Rosado, dirección calle revolución con Santa Elena, N° 261, colonia Solidaridad, Poblado Subteniente López, Municipio Othón P. Blanco, Quintana Roo.

El nombre de la empresa refleja que se contará con equipo de computación sofisticado y con internet de alta velocidad, además de una atención rápido y de calidad.

4.2 Misión

Desempeñarnos como una empresa que ofrece internet de alta velocidad, con buena atención al cliente, equipo de cómputo de calidad, asientos cómodos e infraestructura adecuada.

4.3 Visión

Ser una empresa líder en el ramo de servicios de internet en la comunidad Subteniente López, la cual se encuentra en pleno crecimiento, utilizando la mejora continua en sus procesos

4.4 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de gestión que facilita el proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas, y para el desarrollo de proyecto de mejora. El nombre FODA, responde a los cuatro elementos que se evalúan en el desarrollo del análisis: las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas. (Sánchez Lozano, Alfonso 1993)

4.4.1 Fortalezas

- F1.** El terreno y local son propios por lo cual no se pagaran rentas.
- F2.** Se contara con personal calificado.
- F3.** Imparcialidad en el servicio, todos los clientes recibirán el mismo trato.
- F4.** Se contara con asientos cómodos e internet de alta velocidad.

4.4.2 Oportunidades

- O1.** Nuevas computadoras con mejor tecnología, que no consuman demasiada electricidad
- O2.** Crecimiento exponencial en la Comunidad haciendo que crezca la demanda de servicios de un Ciber.
- O.3** Menores costos en paquetes de internet debido a la mayor cantidad de ofertantes

4.4.3 Debilidades

- D1.** Falta de algún servicio que ofrece la competencia.
- D2.** Demora en la atención al cliente.
- D4.** Falta de información de los consumidores.

4.4.4 Amenazas

- A1.** Apertura de nuevos Cibers y competencia existente.
- A2.** El alza en tarifas eléctricas.
- A3.** Nuevas regulaciones legales para el funcionamiento de Cibers.

El Ciber Express se enfocará a la satisfacción total del cliente ya que se impactará a todos nuestros clientes, que tengan la necesidad de acceder a internet para realizar algún trabajo estudiantil o profesional, laborando siempre dentro de la más estricta responsabilidad y ética profesional.

El tiempo de respuesta es un factor que garantizamos a favor de nuestros clientes, atendiéndolos de la manera más atenta y rápida posible.

V ESTUDIO DE MERCADO

Con el fin de dar paso al estudio de mercado es necesario hacer referencia a algunos conceptos, el primero de ellos es el de Mercadotecnia que se define como: Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda. (Real Academia Española 1999)

Estudio de los procedimientos y recursos tendentes a este fin. Otra definición más completa es proporcionada Kotler, el cual la define como un proceso social a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y lo que desean mediante la creación, oferta y libre intercambio de productos y servicios valiosos con otros.(Kotler 2001)

5.1 Mezcla de mercadotecnia

La mezcla de mercadotecnia es una estrategia que puede ser usada por las organizaciones conformando una maniobra de cuatro elementos básicos: Precio, Plaza, Producto y Promoción, estos elementos dan una perspectiva general del plan de acción mercadológico que seguirá la organización.

5.1.1 Precio

Las decisiones sobre precio son de una importancia capital en la estrategia de marketing tanto para las de consumo como para servicios. Como ocurre con los demás elementos de la mezcla de marketing, el precio de un producto o servicio debe tener relación con la persecución de las metas organizacionales y de marketing. Los principales puntos a considerar para la fijación del precio de los servicios son la demanda potencial del producto y condiciones económicas del país, la reacción de la competencia y la estrategia del mercado entre otras.

Todos estos puntos son relevantes y se debe partir desde las condiciones macroeconómicas del país así como el ambiente competitivo local hasta llegar al interior de la organización en donde se plantea la estrategia de precios dependiendo de sus metas y tácticas competitivas.

Sin embargo es útil mencionar que la base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia pues esta se debe considerar ya que sin utilidades es casi imposible que una organización pueda subsistir.

La estrategia de diferenciación tiene dos características principales: la calidad del servicio y equipo así como los precios, tanto por la renta de equipo como por las impresiones, escaneos, grabaciones en CD y demás servicios complementarios.

El precio por hora de Internet se plantea en \$10 pesos debido a lo siguiente:

- Se toma en cuenta que el poder adquisitivo de los clientes potenciales oscila entre bajo y medio-bajo y por otro lado también se considera que el servicio que se ofrece no es un bien lujoso o suntuoso que se pueda ofrecer en precios más altos.
- La demanda potencial en el Ciber está condicionada en parte por el costo del servicio.
- Si se ofrece la hora de Internet a un precio superior al de la competencia, le otorgamos una ventaja al competidor. Y si se ofrece al mismo precio, no significará una ventaja competitiva para nosotros. Por tal se estima un precio inferior al de los competidores, pero que con este se obtengan utilidades adecuadas a los planes.
- La reacción de la competencia, al ofrecer la hora de Internet a \$10 pesos posiblemente será tratar de igualar nuestro precio, sin embargo, aun así contamos con una ventaja sustancial, ya que nosotros podemos apoyarnos en la calidad del equipo y del servicio. La introducción de consolas de videojuegos a un precio de renta igual al del Internet representa una

innovación en este mercado, este servicio aunado a los precios bajos es una clara ventaja sobre los otros cybers.

La estrategia de precios es el primer paso para marcar la diferenciación en el "Ciber Express", una vez que los clientes entren podrán observar la calidad del equipo y su velocidad y podrán comparar la atención con la que han recibido en otros establecimientos. El objetivo es convencerlos de que somos su mejor opción.

Con el precio propuesto de \$10 por hora de Internet conoceremos el monto por la venta del servicio en las estaciones proyectadas y en base a esto se calcularán los ingresos probables en cinco años. Lo cual se explicará a detalle en el análisis financiero del proyecto.

5.1.2 Plaza

Es el lugar en donde se escoge situar a la organización o empresa para sus operaciones, esta localización se escoge en base a los resultados del estudio de mercado, la cercanía del mercado, la reducción de costos, etc. Todas las organizaciones, ya sea que produzcan bienes o servicios, tienen interés en las decisiones sobre la plaza, ya que en este punto es donde interactúan con el medio y donde tienen oportunidad de satisfacer a su mercado.

En lo referente a los beneficios de mercado que ofrece el lugar donde se plantea el establecer el Cyber se observa lo siguiente:

El servicio que se ofrece actualmente en la Comunidad Subteniente López de nuestro interés es percibido por los usuarios como algo que ha pasado a ser una necesidad para poder realizar diversas actividades como las tareas escolares y que no encuentra la satisfacción adecuada debido a las características con que se ha

desenvuelto el negocio en esta zona. Las actuales condiciones de este mercado particular posibilitan el establecimiento de un Café Internet debido a:

- La demanda insatisfecha
- La obsolescencia del servicio de los competidores
- Y el abaratamiento de costos

La comunidad Subteniente López a pesar de contar dentro de su demarcación con dos Café Internet aún presenta un gran rezago en la materia.

Las oportunidades que ofrece el mercado son varias ya que por una parte los locales ya instalados cuentan con una capacidad y tecnología muy limitada y por otro lado el mercado potencial es grande al contar con cercanía de escuelas.

5.1.3 Producto (Servicio)

Los clientes exigen beneficios y satisfacciones de los productos y de los servicios. Estos se compran y se usan por los beneficios que ofrecen, por las necesidades que satisfacen y no por sí solos. El punto de vista del consumidor debe ser el foco central para dar forma a cualquier producto o servicio que se va a ofrecer.

5.1.4 Promoción

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera que se pueda influir en las ventas de los servicios como productos. Estas formas son:

- Publicidad: Definida como cualquier forma de presentación y promoción de servicios a través de un individuo u organización.

- Venta personal: Definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.
- Relaciones públicas: Definida como la estimulación no personal de demanda para un servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.
- Promoción de ventas: Actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

Existen una infinidad de clases de Café Internet; variantes en cuanto a su capacidad, a su costo, a los servicios complementarios, a la tecnología que ofrecen, etc. Sin embargo la capacidad instalada del negocio planteado se basa principalmente en las posibilidades financieras. Esto quiere decir que se cuenta con una disponibilidad limitada que restringe en principio una perspectiva amplia del proyecto y por tanto de las opciones acerca de la publicidad.

Es por ello que la diferenciación que se traza para captar la atención de los clientes, se asienta en diversos aspectos. Como se ha mencionado, el servicio es uno de ellos, la atención a las necesidades del cliente deben de ser uno de los vectores primordiales en cuanto a la acción diaria del negocio. El siguiente se refiere a los costos, los cuales se apoyaran en la adquisición a bajos costos de los consumibles utilizados, existen diversas formas de ahorrar en la adquisición de ellos, por ejemplo la compra por volumen o el reciclar algunos otros elementos como los cartuchos de tinta. Este abaratamiento de los costos se reflejaría en las tarifas cobradas y como se ha dicho se debe tratar de que sea inferior a la ofrecida por los competidores cercanos.

Este último punto es vital para la creación de una estrategia, ya que se cuenta con competidores ya instalados y considerando que el Internet es un negocio que se

encuentra en etapa de crecimiento, posiblemente se encontrara en un futuro cercano a más competidores dentro de la zona. Lo anterior se plantea por un lado con el fin de aclarar la necesidad de una diferenciación clara y por otro lado afirmar que la competencia existe, que ofrece un producto muy similar y que los clientes pueden en determinadas instancias optar por adquirir el servicio con ellos.

Para el caso del "Ciber Express", se practicará la publicidad a través de medios impresos como folletos, carteles en escuelas cercanas así como a los alrededores del Café Internet ya que es el modo más práctico y económico de llegar a tener un espacio en las mentes de los clientes. Con el uso de la publicidad se tiene el objetivo de crear conciencia e interés en el servicio, para diferenciar la oferta de servicio de la competencia, para comunicar y representar los beneficios de los servicios disponibles y persuadir a los clientes para que adquieran el servicio en el Café Internet "Express".

Otras formas de promoción que se contemplan son las siguientes:

- Promoción de boca en boca: De esta no tenemos control, pero podemos sentar las bases para que se geste.
- Promoción en empaques: en la venta de discos compactos e impresiones requiere de un empaque para su entrega ya sea en bolsas o sobres de papel que pueden ser de manufactura casera, con ellos se logra promocionar el negocio a bajo costo.
- Promoción en pantallas: Los monitores de las computadoras sirven como medio para promocionar el negocio. Con elementos gráficos que se expongan en el escritorio de cada PC, estos además de no tener costo monetario son muy eficaces en tanto que la vista del cliente siempre tiene contacto con el monitor de la computadora.

En momentos posteriores al período de apertura y una vez que se hayan normalizado los flujos de demanda, se podrá optar por analizar promociones que

impliquen premios u horas gratis a quienes acumulen cierto número de horas rentadas en un periodo.

5.2 Análisis de la oferta

En este punto es conveniente recordar lo planteado en la primera parte del trabajo: en el mediano plazo, que es entre el final del primer año y tercer año de vida del negocio, el objetivo es renovar continuamente las máquinas para que su posicionamiento y rentabilidad también sean constantes, de tal forma que se venderá el equipo de cómputo continuamente para comprar nuevo y más sofisticado.

La información plasmada a continuación fue obtenida gracias a la utilización de fuentes primarias como la observación directa de la conducta de los usuarios y la conversación directa con estos así como con los propietarios de los Ciber que existen en la comunidad.

La oferta de Cibers en la comunidad ha sido la misma desde hace cuatro años cuando se establecieron un par de ellos, hasta este momento siguen teniendo los mismos equipos tanto en cantidad como en calidad.

Un aspecto que concierne a la capacidad del hardware que utilizan es que no es capaz de soportar el software más reciente, ya que no cumple con los requerimientos mínimos para correr los programas. Por tal no ofrecen programas como Autocad o Corel Draw (programas de diseño). Y solo se quedan con la paquetería básica que consiste en Office.

5.2.1 Inversión Fija y trabajadores

Por las visitas y entrevistas realizadas a los propietarios de los dos Café Internet que se encuentran dentro de la comunidad Subteniente López se obtuvieron los siguientes datos:

- La cantidad de computadoras en cada local es de cinco y cuatro en cada uno de los locales.
- Los propietarios de los Café Internet son los encargados del negocio a lo largo del día ya que no tienen empleados.
- No se ofrece café o golosinas en ninguno de los dos establecimientos, solo se ofrecen los servicios básicos de impresión, escaneo e investigaciones para trabajos escolares.
- La inversión inicial hecha fue en promedio de \$40,000 M.N. por cada Cyber.

5.3 Fundamento del muestreo

El Ciber Express pretenderá establecerse en la comunidad de Subteniente López y satisfacer las necesidades de esta población en cuanto a renta de servicio de internet.

Nuestros clientes potenciales son todas las personas en edades entre los 12 años a los 30. En este caso se realizó una búsqueda en la página del INEGI. Como resultados obtuvimos un total de población de 1523

Para determinar nuestra muestra aplicaremos la siguiente formula:

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

Figura 2. Fórmula para cálculo de la muestra

Donde se tomaron los siguientes valores:

Z = Nivel de confianza. Este valor fue del 95%, esto permitió asegurar que la muestra sería significativa. Para obtener el valor de Z=1.96 se buscó en la tabla de la distribución normal.

N = Tamaño de la población es de 1523

Para determinar la muestra se tomaron en cuenta los siguientes datos:

p = Probabilidad a favor. Se tomó un valor de 50 % debido a que se desconoce el mercado.

q = Probabilidad en contra. Se tomó un valor de 50 % debido a que se desconoce el mercado.

e = El error máximo permitido. Se toma el valor de 5%.

n = Tamaño de la muestra. Número de cuestionarios a aplicar:

Lo cual dio como resultado lo siguiente:

$$n = (1.96)^2 (1523) (0.5) (0.5) = 360 \text{ encuestas}$$

$$(0.05)^2 (1523 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)$$

5.4 Diseño de la encuesta

El instrumento de la encuesta va de acuerdo con la información que se desea obtener, para saber el tamaño de muestra de la población en la aplicación de las encuestas se tomó en cuenta los habitantes de la comunidad. La fórmula estadística junto a la tabla de dispersión Z para calcular el tamaño de la muestra, en la cual dio como resultado un total de 360 encuestas aplicar, por cuestiones de tiempo y presupuesto se consideró el 35% (126 encuestas) de total del tamaño para la aplicación de la encuesta.

5.5 Resultados de la encuesta

1. En sus actividades diarias usted utiliza internet.



Figura 3. Gráfico cuestión 1

El 64% de los encuestados utilizan el internet para sus actividades cotidianas ya sea en el trabajo o en la escuela. El 36% no utiliza internet en sus labores diarios.

2. En su hogar tiene computadora.

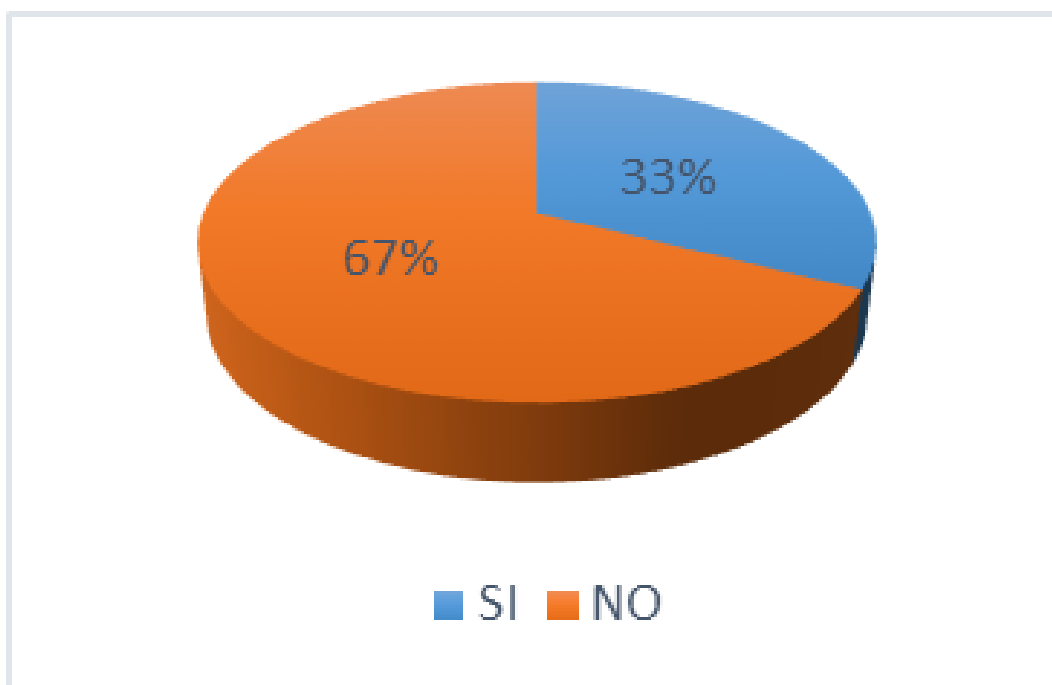


Figura 4. Gráfico cuestión 2

En los hogares de nuestra población de estudio vemos que el 67% de los encuestados no poseen una computadora. Hay probabilidad de que sea factible abrir un ciber dado a que hay una necesidad de utilizar un ordenador que esté conectado a internet. Solamente el 33% dispone de una computadora en casa.

3. Dicha computadora tiene acceso a internet

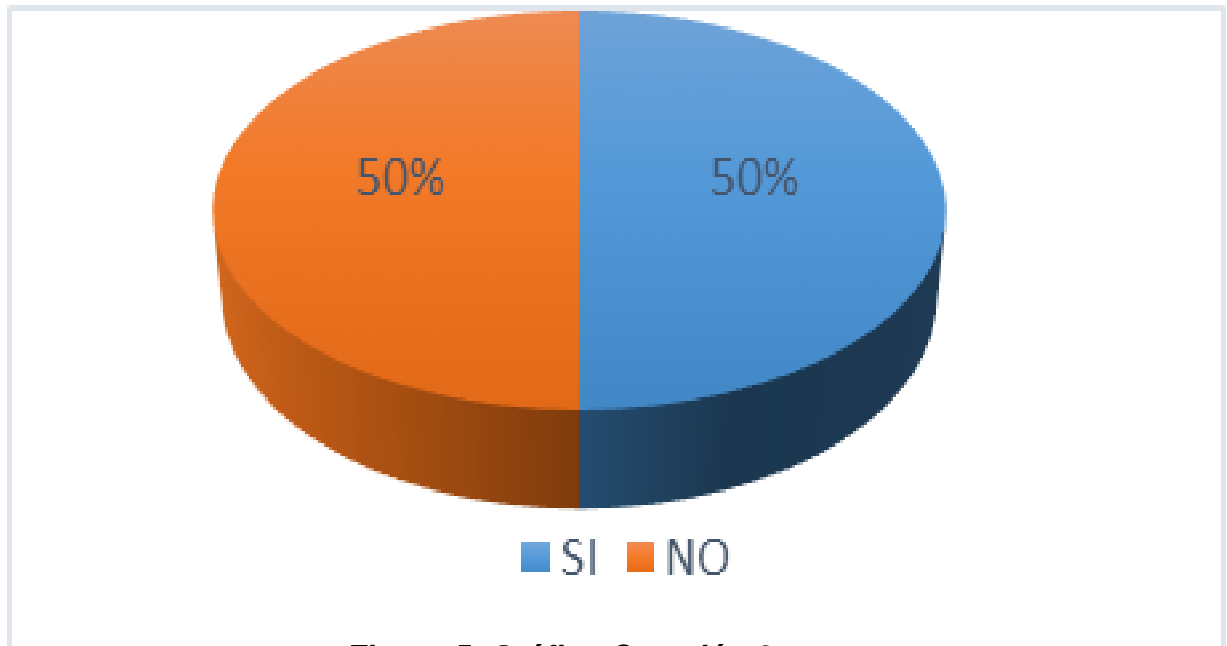


Figura 5. Gráfico Cuestión 3

De la anterior cuestión el 50% % de los encuestados aparte de contar con una computadora cuenta con servicio de internet.

4. Conoce la existencia de algún Ciber en la comunidad.

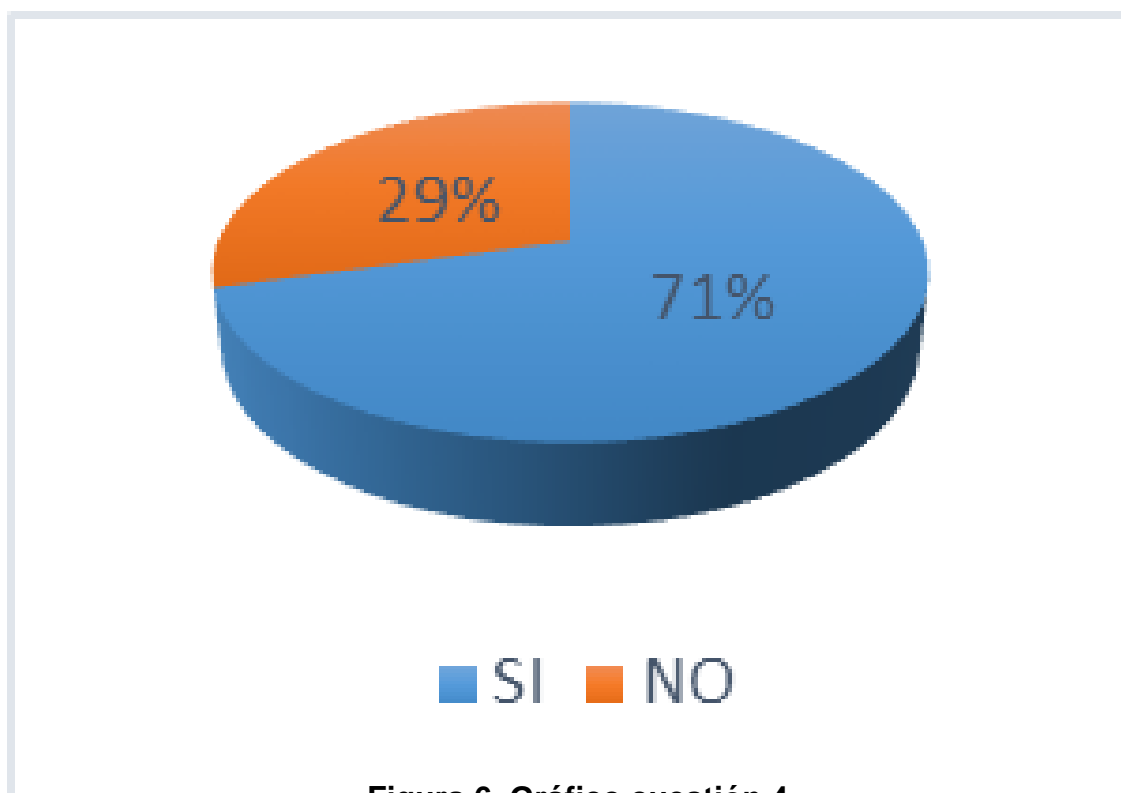


Figura 6. Gráfico cuestión 4

La mayor parte de los encuestados conocen los cibernets existentes en la comunidad. Hay una noción de que el contar con este tipo de establecimientos es necesario hoy en día.

5. Los Cibers existentes en la comunidad cumplen con sus expectativas.

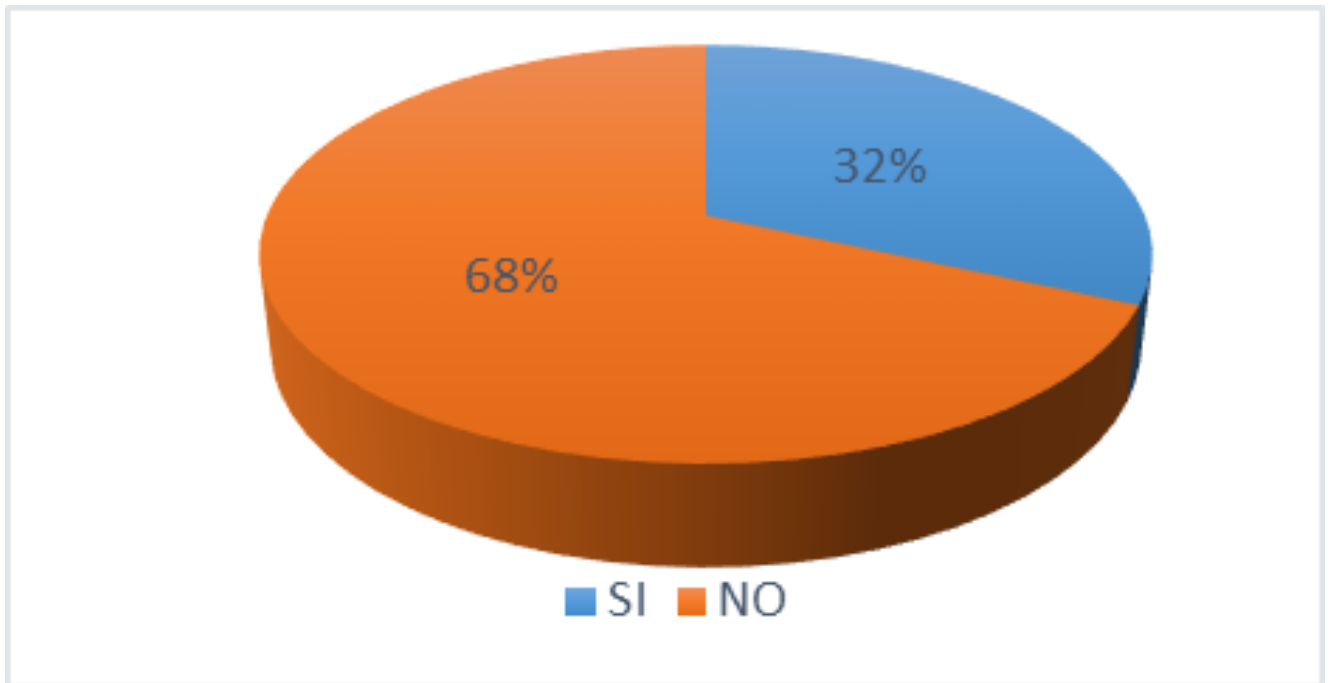


Figura 7. Gráfico cuestión 5

Esta es una pregunta de mucha importancia, la mayor parte de nuestra población de estudio está de acuerdo en que los cibers que hay en la comunidad no cumplen con sus expectativas, no suplen las necesidades de la población demandante.

6. ¿Qué aspectos considera que un ciber debe cubrir?

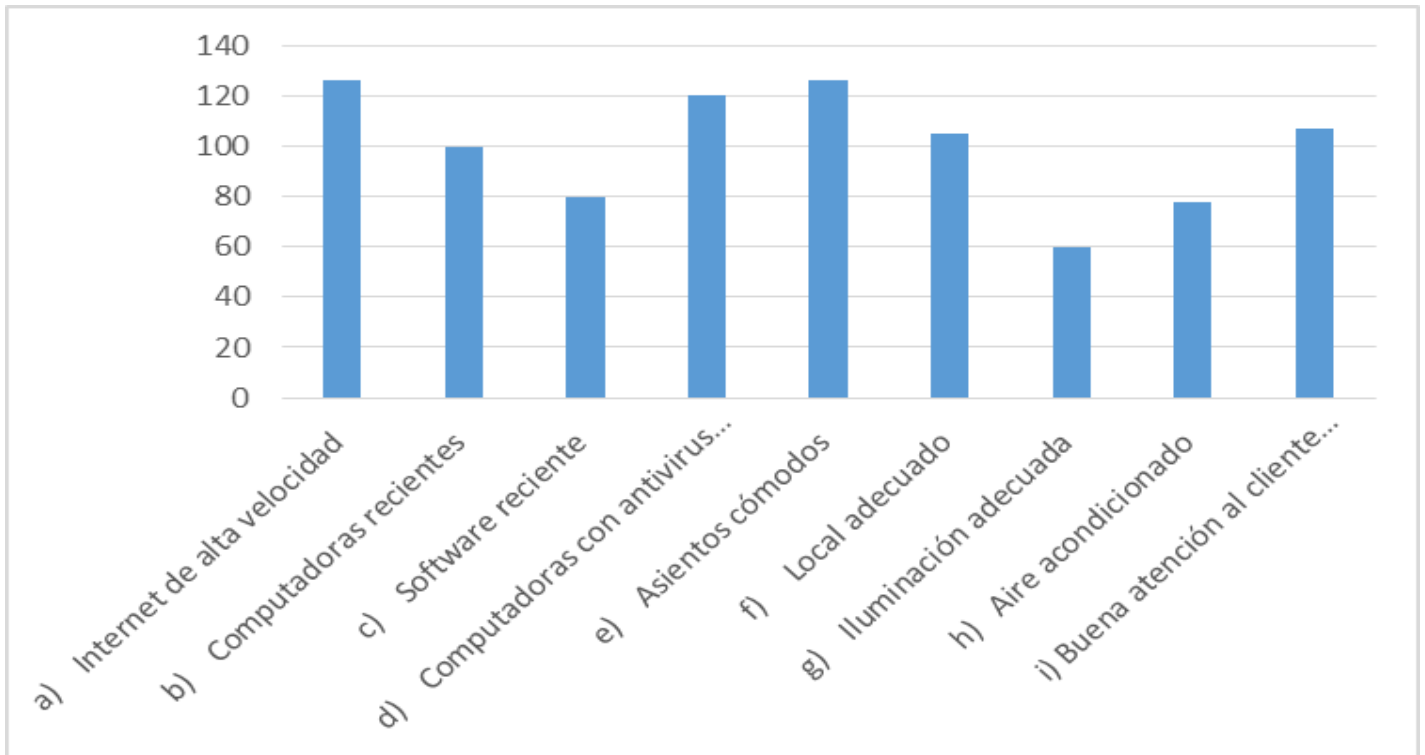


Figura 8. Gráfico cuestión 6

Para que un ciber tenga éxito debe considerar varios aspectos. La población así lo demanda, consideramos varios puntos y los encuestados en mayor proporción eligieron cuatro de ellos. El primero es en que se requiere internet de alta velocidad que soporte todos los ordenadores del ciber, el segundo punto fue que las computadoras tengan antivirus vigente, el tercero, asientos cómodos lo cual es sumamente importante, y el último aspecto es la buena atención al cliente que recae en la amabilidad, la rápida respuesta y la asesoría en caso que el cliente lo solicite.

7. ¿Qué servicios le gustaría que incluyera un Ciber?

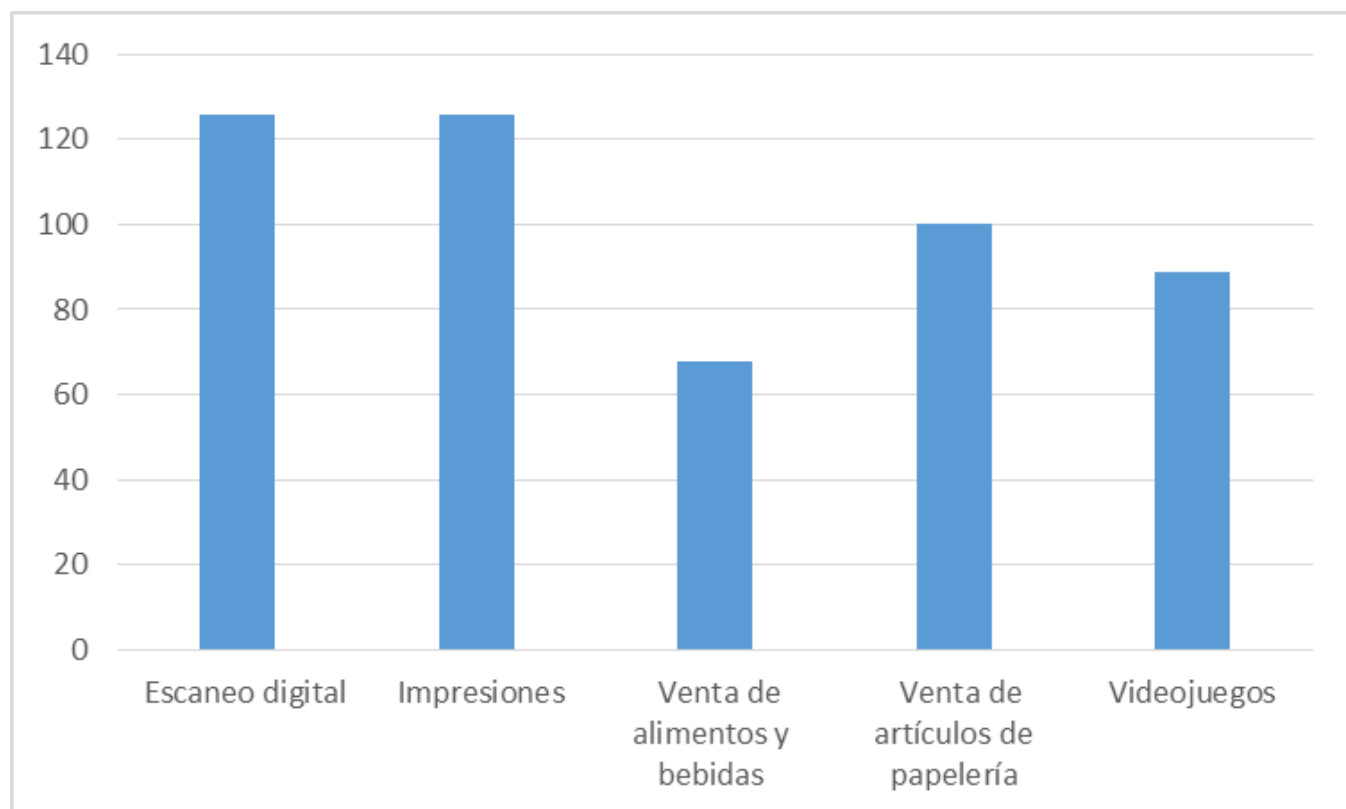


Figura 9. Gráfico cuestión 7

Los servicios que la mayoría de los encuestados creen que se deben incluir en un ciber son las impresiones, escaneo digital y la venta de artículos de papelería.

8. Está de acuerdo en que se abra un nuevo ciber que cumpla las necesidades y servicios que se demandan.

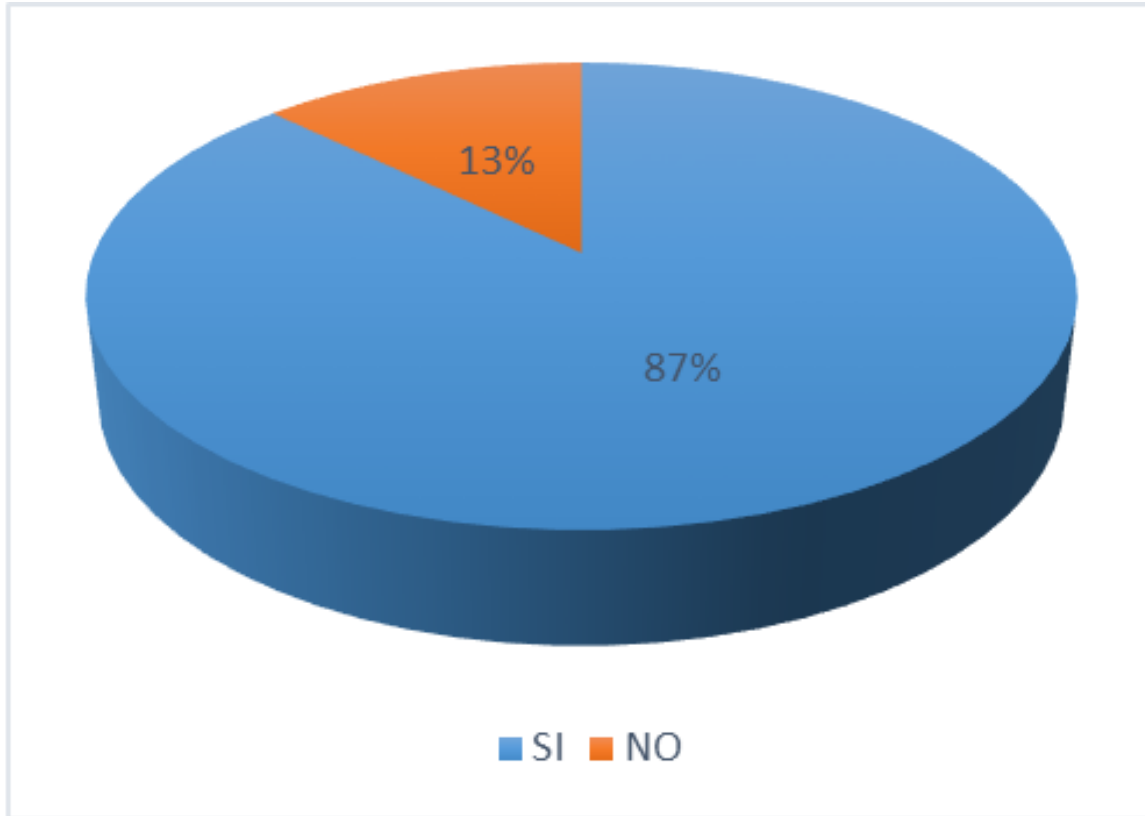


Figura 10. Grafico Cuestión 8

El 87% de los encuestados están de acuerdo en que se establezca un ciber que cumpla sus necesidades y los servicios. Es decir hay una alta probabilidad de aceptación del negocio para su apertura.

5.6 Conclusión del Estudio de mercado

La encuesta reveló información importante ya que en la comunidad Subteniente López La mayor parte de la población entre los 12 y 30 años no posee una computadora, y los que disponen de ella no cuenta con servicio de internet ya sea para trabajos estudiantiles o laborales. Los principales aspectos que consideraron los encuestados que debe cubrir un ciber son: asientos cómodos, alta velocidad en internet, ordenadores libres de virus informáticos, además de que el personal de un trato amable a los clientes y que brinde asesoría en alguna duda a los mismos. El nivel de aceptación para la apertura de un ciber que cumpla las necesidades existentes en la comunidad es alto.

VI ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Objetivo del estudio técnico

Analizar y determinar el tamaño óptimo de las instalaciones, la localización óptima, el área física en donde se ubicarán los equipos, maquinarias, etc., así como, su distribución correcta, también la organización requerida para realizar la prestación del servicio y analizar el funcionamiento operativo del proyecto.

6.2 Posibilidad Técnica

El proyecto es realizable técnicamente casi en cualquier localidad debido a su naturaleza, ya que no se requiere de tecnología muy especializada ni de elementos geográficos o macroeconómicos específicos. La mayor limitación es el capital, los elementos tecnológicos como las computadoras, la red entre ellas y la conexión a Internet son de fácil acceso. Esto debido a que los proveedores de estos productos y servicios son muchos, por ejemplo entre algunos proveedores de computadoras están: Dell, Compaq, Acer y HP.

6.3 Localización óptima

Para lograr una localización óptima se deben analizar los diferentes lugares en donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de elegir el lugar en donde se obtenga la máxima ganancia y el mínimo costo, es decir que la localización óptima contribuye a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital.

Con respecto al presente proyecto El Ciber Express estará ubicado de la siguiente manera:

País: México

Estado: Quintana Roo

Municipio: Othón P. Blanco

Ciudad: Chetumal

Comunidad: Subteniente López

Dirección: Av. México, Con Calle Revolución, N° 261.

6.3.1 Macrolocalización

La comunidad de Subteniente López (conocida como Santa Elena) se encuentra en el municipio de Othón P. Blanco, del Estado de Quintana Roo.

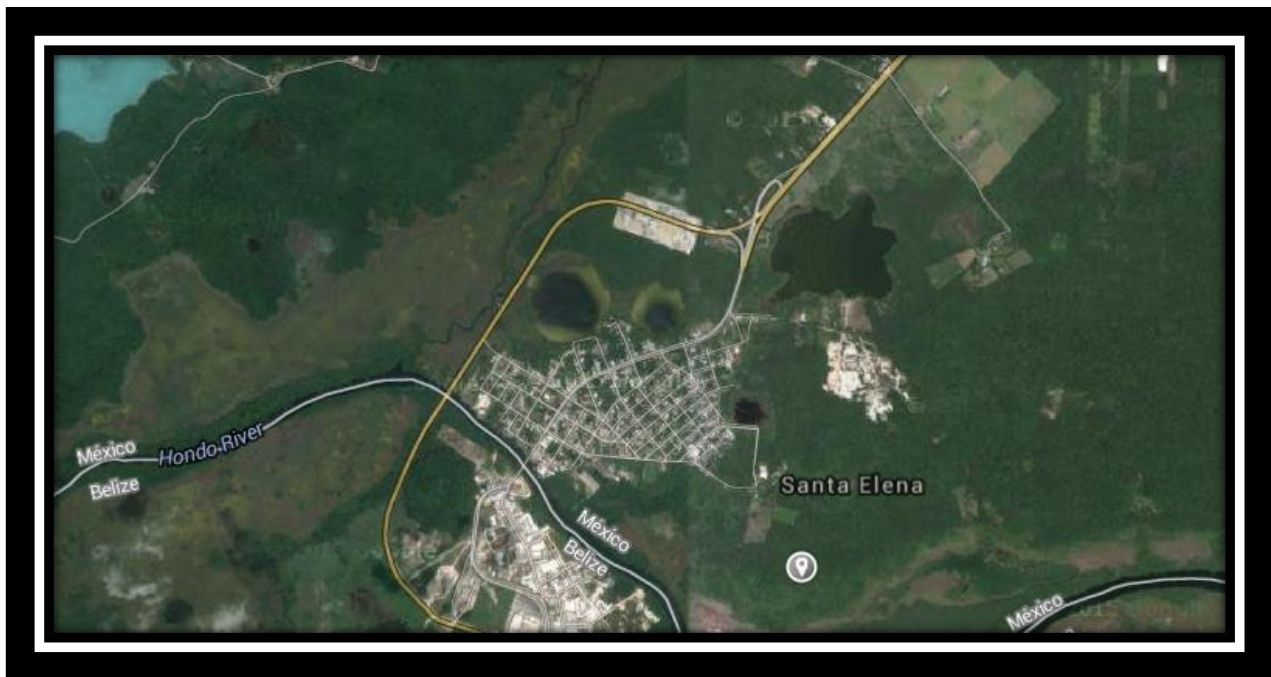


Figura 11. Mapa de macrolocalización de Subteniente López

6.3.2 Microlocalización

El local comercial del Ciber estará ubicado en la Av. México, Con Calle Heroes , N° 261.de la Comunidad.

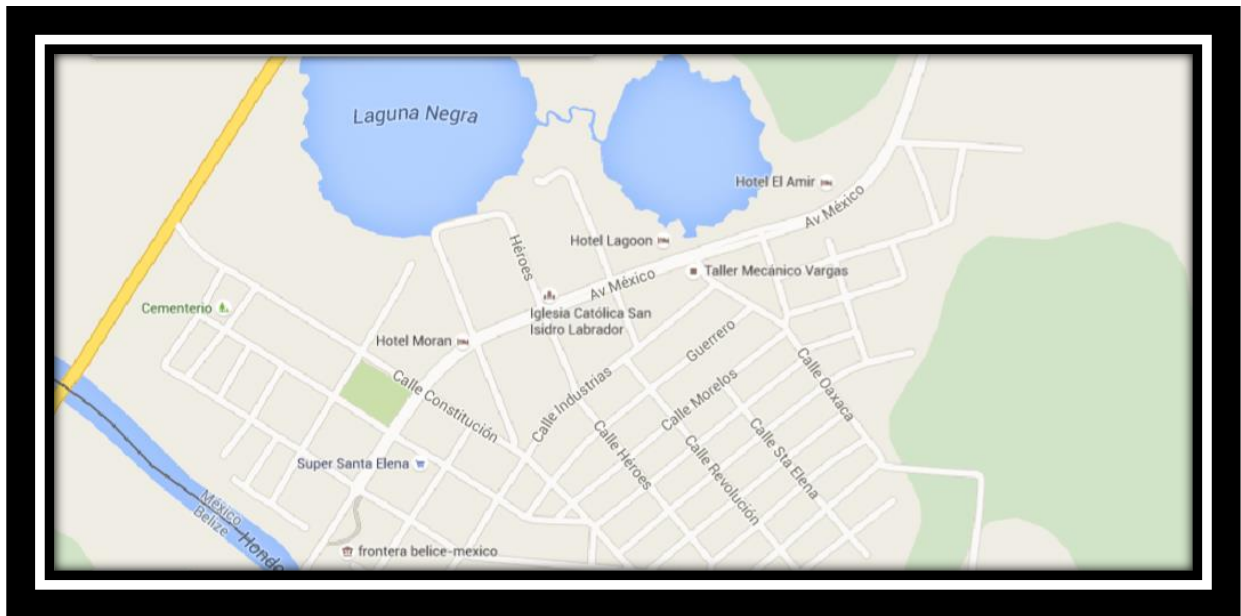


Figura 12. Mapa de Microlocalización del proyecto.

VII ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio se puede definir como el conjunto de instrumentos que permiten determinar la conveniencia de poner en práctica un proyecto de inversión, comparando su viabilidad económica en otras opciones. Como instrumentos de análisis financiero se utilizan, indicadores dinámicos, valor presente neto, tasa interna de retorno, entre otros, punto de equilibrio, análisis de costo-beneficio.

Con este estudio se demuestra si el proyecto es rentable, para lo cual se elaboran tres presupuestos: inversión, ventas y gastos; con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si necesita cambios. Cabe recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si al considerar todos los cambios, las opciones posibles y si las ganancias no son satisfactorias entonces el proyecto “no será viable”, y será necesario encontrar otra idea de inversión. Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguros de que la idea es viable, entonces se procederá con el último estudio que es la evaluación financiera (Elías, 2007).

7.1 Inversiones

La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos o instrumentos de producción que la empresa utilizará en un período de tiempo de largo plazo para cumplir su objetivo empresarial.

A continuación se presentará la tabla de inversiones:

Cuadro 1. Activos fijos para el Ciber Express

CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTOS
ACTIVO FIJO				
Copiadora Multifuncional Impresora y Escaner 6322 Samsung	equipo	1	18,840.00	\$ 18,840.00
Módulos Cibercafé Petit Nvd, escritorio para PC	Piezas	12	1,787.00	\$ 21,444.00
COMPUTADORA COMPLETA CON PANEL DE CRISTAL INTEL CE	equipo	12	8,300.00	\$ 99,600.00
IMPRESORA A COLOR MULTIFUNCIONAL LASER	equipo	1	4,872.00	\$ 4,872.00
SERVIDOR DE ALTA VELOCIDAD CON QUEMADOR Y PERIFERIC	equipo	1	10,180.00	\$ 10,180.00
SILLAS FIJAS PARA COMPUTADORA	Pieza	12	970.00	\$ 11,640.00
REGULADORES DE VOLTAJE PARA CADA COMPUTADORA	Pieza	12	722.00	\$ 8,664.00
SWITCH MULTIPLE PARA DISTRIBUIR LA SEÑAL DE INTERNET D	equipo	1	812.00	\$ 812.00
CABLEADO DE RED PARA 13 COMPUTADORAS	lote	1	3,948.00	\$ 3,948.00
Acondicionamiento del local	Presupuesto	1	8,000.00	\$ 8,000.00

7.2 Costos fijos

En economía los costos fijos son gastos de la actividad que no dependen del nivel de productos o bienes producidos por la empresa. Con frecuencia a ellos con el término de gastos generales. Los costos fijos no están fijados de manera permanente, cambian con el tiempo, pero no varía con la cantidad de producción para el periodo en cuestión.

Cuadro 2. Costos fijos del Ciber Express

Concepto	U. de Medida	Cantidad	Costo Unita	Frecuencia	Costo Mensual
Administracion	Salario	1	120	24	2880
Mantenimiento	Servicio	1	700	1	700
Mano de obra	Salario	2	100	24	4800
Renta de local	Servicio	1	1200	1	1200
Pago de luz	Servicio	1	700	0.5	350
Pago de Telefono e internet	Servicio	1	800	1	800
Material de limpieza	Lote	1	450	1	450

Cuadro 3. Precios de Compra de materiales de papelería

PRECIOS DE COMPRA		
CONCEPTO	UNIDAD	PRECIO
HOJAS BLANCAS	PAQUETE (500)	54.00
THONER DE IMPRESORA A COL	PIEZA	575.00
THONER B/N	PIEZA	535.00
CD´S	PAQUETE 100 PIEZAS	80.00
USB	PIEZA	120.00
THONER DE MULTIFUNCIONAL	PIEZA	600.00

7.3 Ingresos por ventas

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto período de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas (Spiller, Earl A. Jr; Gosman Martín, 1988).

Cuadro 4. Presupuesto Anual de Ingresos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Copias	5,400.00	5,670.00	5,953.50	6,251.18	6,563.73
impresiones a color	10,400.00	10,920.00	11,466.00	12,039.30	12,641.27
Captura de Texto	23,250.00	24,412.50	25,633.13	26,914.78	28,260.52
Venta de USB 2G	35,250.00	37,012.50	38,863.13	40,806.28	42,846.60
Renta de internet	110,000.00	115,500.00	121,275.00	127,338.75	133,705.69
Impresiones B/N	47,000.00	49,350.00	51,817.50	54,408.38	57,128.79
Grabado de CD's	11,250.00	11,812.50	12,403.13	13,023.28	13,674.45
Venta de Cd's	7,450.00	7,822.50	8,213.63	8,624.31	9,055.52
Total de Ingresos	250,000.00	262,500.00	275,625.00	289,406.25	303,876.56

VIII EVALUACIÓN FINANCIERA

El análisis de los criterios de evaluación financiera de un proyecto de inversión a mediano y largo plazo constituye uno de los puntos culminantes para pasar al proceso de toma de decisiones de la factibilidad de la inversión. El valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), Período de recuperación descontado (PRD), índice de rentabilidad (IR) o Razón costo/beneficio (RBC), son los criterios cuantitativos más usados.

8.1 Análisis de Rentabilidad

El siguiente análisis de rentabilidad contempla el valor actual neto, la tasa interna de retorno y la relación beneficio costo para tener un mejor criterio de decisión para establecer el Cyber Express en la comunidad Subteniente López

Cuadro 5. Análisis de rentabilidad en 5 años.

AÑO	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t) ⁻ⁿ	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 0	\$ -	\$ 218,890.07	-\$ 218,890.07	1.00000	\$ -	\$ 218,890.07
AÑO 1	\$ 250,000.00	\$ 155,880.80	\$ 94,119.20	0.90909	\$ 227,272.73	\$ 141,709.82
AÑO 2	\$ 262,500.00	\$ 163,674.84	\$ 98,825.16	0.82645	\$ 216,942.15	\$ 135,268.46
AÑO 3	\$ 275,625.00	\$ 171,858.58	\$ 103,766.42	0.75131	\$ 207,081.14	\$ 129,119.90
AÑO 4	\$ 289,406.25	\$ 180,451.51	\$ 108,954.74	0.68301	\$ 197,668.36	\$ 123,250.81
AÑO 5	\$ 339,975.73	\$ 189,474.09	\$ 150,501.64	0.62092	\$ 211,098.18	\$ 117,648.50
TOTAL	\$ 1,417,506.98	\$ 1,080,229.89	\$ 337,277.09		\$ 1,060,062.56	\$ 865,887.55

VAN	\$ 194,175.01
TIR	38.20%
B/C	1.22

El criterio de decisión es que de acuerdo a los resultados obtenidos de acuerdo a los indicadores financieros evaluados a 5 años con una tasa de actualización de 10% se determina que el proyecto es viable, ya que presenta un valor presente neto mayor que cero, lo que refleja ganancias extras después de haber recuperado la inversión, de haber obtenido utilidades y ganancias. De la misma manera la Relación Beneficio Costo indica que por cada peso invertido este se recupera y tiene un excedente de 0.22 pesos.

IX CONCLUSIÓN

En base al estudio de mercado realizado se obtuvo un nivel de aceptación del 70% para la propuesta lo que significa ya una captación de clientes. Además actualmente el ritmo de la población es acelerado y lo que busca es rapidez, servicio y confianza, justamente lo propuesto en el presente proyecto.

De acuerdo al estudio financiero realizado para la propuesta planteada concluyo que el proyecto es factible ya que cubre las expectativas de rentabilidad que el inversionista espera obtener en un periodo determinado de tiempo. A su vez también la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento, lo que significa que el proyecto es viable porque presenta una rentabilidad de los recursos invertidos.

X REFERENCIAS

- Diccionario de la Real Academia Española. Vigésima Edición. Ed. Espasa Calpe Mexicana, S.A. 1999.
- Elías Lara Flores, Primer curso de contabilidad, Ed. Trillas, 2007
- Kotler, Philip. Dirección de Marketing. Pearson Educación. Décima edición. México. 2001.
- Sánchez Lozano, Alfonso. El plan de negocios del emprendedor. Ed. Mc Graw-Hill. México. 1993.
- Spiller, Earl A. Jr; Gosman Martín, L. Contabilidad financiera. Mc. Graw-Hill. México. 1988.

XI ANEXOS

ENCUESTA PARA CONOCER EL NIVEL DE ACEPTACION DEL CIBER EXPRESS EN LA COMUNIDAD DE SUBTENIENTE LÓPEZ

1. En sus actividades diarias usted utiliza el internet.
 Si No
2. En el hogar tiene Computadora.
 Si No
3. Dicha computadora tiene acceso a internet
 Si No
4. Conoce la existencia de algún Ciber en la comunidad.
 Si No
5. Los Cibers existentes en la comunidad cumplen con sus expectativas.
 Si No
6. ¿Qué necesidades considera que un ciber debe cubrir?
 - a) Internet de alta velocidad ()
 - b) Computadoras recientes ()
 - c) Software reciente ()
 - d) Computadoras con antivirus vigente ()
 - e) Asientos cómodos ()
 - f) Local adecuado ()
 - g) Iluminación adecuada ()
 - h) Aire acondicionado ()
 - i) Buena atención al cliente (asesoría) ()
7. ¿Qué servicios le gustaría que incluyera un Ciber?
 - a) Renta de computadoras con acceso a internet. ()
 - b) Escaneo digital ()
 - c) Impresiones ()
 - d) Venta de alimentos y bebidas ()
 - e) Venta de artículos de papelería()
8. Está de acuerdo en que se abra un nuevo ciber que cumpla las necesidades y servicios que se demandan.
 Si No