



# UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Escuela de Administración de Empresas

**ELABORACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA  
LA EMPRESA REDEXPERTA PARA SU INICIACIÓN.**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Autora:**

Paula Alexandra Armijos Cervoni

**Director:**

Ing. Rommel Torres

Loja – Ecuador

2009

## CAPITULO I

### PRESENTACIÓN DE REDEXPERT@

#### 1. INFORMACIÓN GENERAL

##### 1.1 Nombre de la Empresa:

RedExpert@

##### 1.2 Dirección:

San Cayetano Alto, Av. Marcelino Champagnat  
campus de la UTPL, Ed. de la UPSI Primer piso -  
Valle de Tecnología

##### 1.3 Telefax:

(07) 257-0275 extensión 2962

##### 1.4 Correo Electrónico:

[redexperta@gmail.com](mailto:redexperta@gmail.com)

Emprendedoras:

Ing. Rubí Vaca                    [rcvaca@utpl.edu.ec](mailto:rcvaca@utpl.edu.ec)

Ing. Silvana Jiménez        [vanasl2@gmail.com](mailto:vanasl2@gmail.com),  
[scjimenez@utpl.edu.ec](mailto:scjimenez@utpl.edu.ec)

Ing. Susana Paute            [sgpaute@utpl.edu.ec](mailto:sgpaute@utpl.edu.ec)

##### 1.5 Gerente:

Ing. Rubí Vaca

##### 1.6 Equipo de Trabajo:

Ing. Rubí Vaca

Ing. Silvana Jiménez

Ing. Susana Paute

## **2. INFORMACIÓN ESPECIFICA**

### **2.1 Antecedentes.**

La creación de nuevas empresas para el crecimiento económico del país es vital, ya que por medio de éstas se incrementa la producción y consecuentemente la riqueza del mismo; en este ámbito, en el 2007 un equipo de profesionales jóvenes graduados en UTPL, materializa la idea de crear RedExpert@, como una empresa dedicada a prestar el servicio innovador de redes y telecomunicaciones.

Cabe destacar que el nacimiento del emprendimiento surge del aprendizaje que han obtenido en la academia CISCO en la Universidad Técnica Particular de Loja de la cual son certificadas las señoritas Rubí Vaca y Silvana Jiménez.

La empresa RedExpert@, ante la necesidad de cubrir en el medio la demanda de empresas especializadas en el diseño, instalación y configuración, mantenimiento, auditoría y seguridad de redes a más de la asesoría previa a la adquisición y capacitación para el manejo de estos sistemas, ha creado sus productos utilizando tecnología de punta y personal técnico debidamente capacitado para ofrecer una propuesta altamente profesional

### **2.2 Misión**

Contribuir al crecimiento de la Región Sur del país en el área de telecomunicaciones, con servicios técnicos de calidad mediante profesionales capacitados.

### **2.3 Visión**

Llevar a la empresa a un sitio de alta competitividad, aprovechando las nuevas tecnologías y la formación especializada del personal.

## 2.4 Valores

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Eficiencia
- Transparencia

## 2.5 Servicios que ofrece RedExperta

### 1. Diseño

- Diseño de redes para medios físicos e inalámbricos.
- Diseño de instalaciones de comunicación en el plano arquitectónico.
- Diseño del esquema de Direccionamiento de Red.

### 2. Instalación y Configuración

- Instalación de medios físicos e inalámbricos. (Puntos de Red)
- Configuración de medios físicos e inalámbricos. (Puntos de Red)
- Instalación de equipos de redes, tales como: Servers, Routers, Switch, Acces Point, Workstations etc.
- Configuración de equipos de redes, tales como: Servers, Routers, Switch, Acces Point, Workstations etc.

### 3. Mantenimiento

- Mantenimiento de puntos de Red
- Mantenimiento de Equipos de Red

### 4. Auditoria de Redes

- Análisis y Diagnóstico de Redes Implantadas.
- Certificación de Puntos de Red.
- Recomendación de Mejores Prácticas.

### 5. Seguridad de Redes

- Implementación de esquemas de Seguridad: ACL`s, Vlan`s, firewall, autenticación, planes de respaldo de información.
- Establecimiento de políticas de seguridad lógicas y físicas.

- Monitoreo de Redes.

#### **6. Asesoría y Capacitación**

- Asesoría en redes de comunicación.
- Asesoría en la adquisición de Equipos de Telecomunicación, de acuerdo a los requerimientos de su empresa.
- Asesoría técnica para el uso de las distintas tecnologías de Redes WAN.
- Capacitar a usuarios y administradores de servicios de red.

## CAPITULO II

### PLAN DE MERCADO

#### 1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la oferta y la demanda de los servicios en telecomunicaciones de RedExpert@.

#### 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer características técnicas del servicio disponible actualmente en el mercado.
- Tener un incremento en las ventas durante el año 2008.
- Obtener de participación del mercado en la ciudad de Loja.
- Definir el grado de satisfacción de los clientes que utilizan los servicios actuales.
- Precisar las aspiraciones de los usuarios actuales y potenciales.

#### 3. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

**Tabla N° 1**  
**Mercado Total**

Instituciones	Datos	Fuente	Porcentaje
Cámara de Comercio	1162	Cámara de Comercio, copia base de datos No. 004593	67,17
Cámara de Construcción	13	Cámara de la Construcción de Loja	0,75
Cámaras de Industrias	14	Revista: CAPIL EDICIÓN 2007.	0,81
Clínicas y Hospitales	22	INEC. Loja	1,27
Hoteles	12	<a href="http://www.hotelesdeleuador.com">www.hotelesdeleuador.com</a>	0,69
Instituciones Educativas: Primaria, Secundaria.	52	INEC	3,01
Instituciones Financieras	29	<a href="http://www.Superban.gov">www.Superban.gov</a>	1,68
Instituciones Públicas	19	INEC. Loja	1,10
Superintendencia de Compañías: Compañías Activas	363	<a href="http://www.supercias.gov.ec">www.supercias.gov.ec</a>	20,98
Instituciones no Financieras	44	Red Financiera Rural, web: <a href="http://www.rfr.org.ec">www.rfr.org.ec</a>	2,54
<b>Total</b>	<b>1730</b>		<b>100</b>

**Elaborado:** La Autora

**Fuente:** Cámara de Comercio de Loja

**Tabla N° 2**  
**Mercado Potencial**

Instituciones	Datos	Fuente	Porcentaje
Cámara de Construcción	13	Cámara de la Construcción de Loja	2,61
Clínicas y Hospitales	22	INEC. Loja	4,42
Instituciones Educativas: Primaria, Secundaria.	52	INEC	10,44
Instituciones Financieras	29	<a href="http://www.Superban.gov">www.Superban.gov</a>	5,82
Instituciones Públicas	19	INEC. Loja	3,82
<b>Superintendencia de Compañías: Compañías Activas</b>	363	www.supercias.gov.ec	72,89
<b>Total</b>	<b>498</b>		<b>100</b>

**Elaborado:** La Autora

**Fuente:** Cámara de Comercio de Loja

**Tabla N° 3**  
**Mercado Objetivo**

Instituciones	Datos	Fuente	Porcentaje
Cámara de Construcción	13	Cámara de la Construcción de Loja	9,63
Clínicas y Hospitales	22	INEC. Loja	16,30
Instituciones Educativas: Primaria, Secundaria.	52	INEC	38,52
Instituciones Financieras	29	<a href="http://www.Superban.gov">www.Superban.gov</a>	21,48
Instituciones Públicas	19	INEC. Loja	14,07
<b>Total</b>	<b>135</b>		<b>100</b>

**Elaborado:** La Autora

**Fuente:** Cámara de Comercio de Loja

**Tabla N° 4**  
**Mercado Meta**

Instituciones	Datos	Fuente	Porcentaje
Cámara de Construcción	13	Cámara de la Construcción de Loja	11,21
Clínicas y Hospitales	22	INEC. Loja	18,97
Instituciones Educativas: Primaria, Secundaria.	52	INEC	44,83
Instituciones Financieras	29	<a href="http://www.Superban.gov">www.Superban.gov</a>	25,00
<b>Total</b>	<b>116</b>		<b>100</b>

**Elaborado:** La Autora

**Fuente:** Cámara de Comercio de Loja

### Determinación de la muestra

$$z^1 = 1.96$$

$$N^2 = 116$$

$$p^3 = 50\%$$

$$q^4 = 50\%$$

$$e^5 = 5\%$$

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

$$n = \frac{116 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (116-1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{111,41}{0.29 + 0.9604}$$

$$n = \frac{111,04}{1.204}$$

$$n = 92 \text{ encuestas}$$

El tipo de muestreo que se aplico es el muestreo probabilístico y dentro de este hay el muestreo aleatorio simple este tipo de muestreo permite tener la misma probabilidad de participación a la población escogida y no ser excluida una vez que fue seleccionada. La fórmula que se aplico es para una población finita es decir que se conoce el total de misma.

#### 4. PERFIL DEL CLIENTE

Los potenciales clientes son las empresas estructuralmente bien organizadas, cuyos departamentos están interconectados para facilitar la trasmisión de datos e información entre sí. Normalmente, estas empresas están localizadas en ciudades intermedias y grandes, como Bancos, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Universidades, Instituciones Públicas y grandes empresas.

---

<sup>1</sup> **Z** es coeficiente de confianza para extrapolarla muestra de la población.

<sup>2</sup> **N** es población total.

<sup>3</sup> **P** es la probabilidad de que ocurra el evento.

<sup>4</sup> **Q** es la probabilidad de que no ocurra el evento.

<sup>5</sup> **E** es el error de muestreo.



## 5. COMPETENCIA Y CARACTERÍSTICAS

Competencia a nivel nacional:

**Tabla N° 5**  
**Competencia a nivel nacional**

Empresa	Característica	Dirección
PC CLONE	Venta de computadoras, partes, periféricos, suministros, accesorios. Asesoría e Instalación de redes. Soporte técnico 24 horas.	Av. Carlos Luis Plaza Dañín 114 y Av. San Jorge 1er piso.
CEMPAZ S.A.	Servicio técnico de computadoras. Eliminación de virus. Instalación de equipos. Reparación de impresoras, monitores. Red Wireless.	<b>Dirección:</b> Sauces 3, mz-192, v-1.
COMPUTRON	En tecnología nadie te ofrece tanto	<b>Dirección:</b> Kennedy Norte, Ave. Francisco de Orellana (frente a Expoplaza)
S.O.S. SOLUCIONES	Intel channel member, microsoft channel, sistemas, ordenadores, y servicios informáticos.	<b>Dirección:</b> Calle 9 de Octubre y Chile, edificio Gran Pasaje, 5to. piso, ofic.# 510
INFORMATIKA S.A.	Ventas, Mantenimientos y Actualización de Equipos, Partes y Piezas	<b>Dirección:</b> García Avilés 528 y Aguirre
INFOTEC		<b>Dirección:</b> J de Antepara 921 y Hurtado Piso 3 Ofc. 301
SHARP	Venta Directa de Fábricas	<b>Dirección:</b> Víctor E. Estrada 213 y Bálsamos, PB
ITCOMPUTEK	Servicio y Asesoría Técnica Calificada	
DOS MAGNANI	Soluciones y Soporte	<b>Dirección:</b> Vélez 1002 y P. Moncayo 5to Piso Ofc 502
DATAPRO		<b>Dirección:</b> Garzocentro 2000 Bloque 8, loc del 1 al 6
GBTECH	Venta de Equipos de computación e instalación de redes	<b>Dirección:</b> Chimborazo 2108 y Francisco de Marcos, 2do piso, Of. 215
COMPUMARKET	Mayorista de hardware, software, periféricos, ups y networking.	<b>Dirección:</b> Cdla. Adace, Calle 11 (13-E) N°-503 y Av. Juan Tanca Marengo.
MODUCTEC	Venta de computadoras, impresoras	<b>Dirección:</b> CC.AVENTURA PLAZA-URDESA

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Páginas Amarillas

La competencia directa es la siguiente en la ciudad de Loja:

**Tabla N° 6**  
**Competencia Directa**

<b>Empresa</b>	<b>Característica</b>	<b>Dirección</b>
CD Compu	Instalación de redes	Miguel Riofrio 1333 entre Bernardo V y Bolívar
Computech	Instalación y configuración de redes	Bernardo V 0443 entre Imbabura y Quito
Master PC	Instalación de redes y equipos de computo	Azuay 1257 y Olmedo
Setcompupc	Instalación de redes	José María Peña entre mercadillo y Azuay
Sisprocompu	Instalación de redes y equipos de computo	Sucre 0525 entre Colon e Imbabura
Netmedia	Instalación de redes	Quito y Av. Universitaria
Surectel	Proveedor de materiales e instalación de redes	24 de mayo 08-64 y Rocafuerte
Telecaastro	Universidad Técnica Particular de Loja	Universidad Técnica Particular de Loja
Computel	Venta de computadoras e internet	Miguel Riofrio y 18 de Noviembre
Mundo Sistem	Venta de equipos, partes y piezas de computación	Colón 16-48 y 18 de noviembre
Triple C Computers	Venta de equipos de computación	Quito 15-59 y 18 de noviembre
Clone Computer Shop	Venta al por menor de equipo informático	Av. universitaria y José Félix de Valdivieso
Importaciones R.E.	Venta de equipos de radio comunicación y computación	Catacocha 09-48 y 24 de Mayo
D. F. Computel	Venta de computadoras	Av. Orillas del Zamora 03-58 y Clodoveo Carrión
Electrocompu	Venta de computadoras, piezas y partes	Bernardo Valdivieso entre Azuay y Mercadillo
Ram Systems	Venta de computadoras	Colon 17-32 y lauro guerrero
Keimbrocks Multinegocios Cía. Ltda.	Venta de equipos y servicios de internet	Olmedo y González Suarez
Novaloxa Cia.	Venta de computadores	Sucre 10-03 y Miguel Riofrio
Sisconet	Venta de computadoras	Azuay 16-31 y 18 de Noviembre
Microtech	Venta al por menor de computadoras	Av. Cuxibamba 01-29 y Cañar
System M.S.	Venta de sistemas informáticos	Manuel Espinosa 23-39 y Teniente Maximiliano

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Base de datos de la Cámara de Comercio de Loja

La competencia indirecta que se tiene es la siguiente:

**Tabla N° 7**  
**Competencia Indirecta**

Empresa	Característica
LojaSystem	Proveedor de Internet Inalámbrico
Telconet	Proveedor de Internet normal
EasyNet	Proveedor de internet banda ancha
Compucyber	Internet

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Base de datos de la Cámara de Comercio de Loja

## 6. PRODUCTOS SUSTITUTOS

El producto sustituto del servicio que vamos a introducir en el mercado regional, es el de REDES INALÁMBRICAS, actualmente ya se está implementando este tipo de sistemas para la transmisión de datos en ciudades como Quito y Guayaquil, lo que deja entre ver que el mercado regional al que se va a servir, aún no es atractivo para esta nueva modalidad.

## 7. DEMANDA PROYECTADA

La proyección de la demanda se la realizó sobre la base de los ingresos netos obtenidos en el año 2007, de los proyectos realizados que se detallan en la siguiente tabla:

<b>Tabla N° 8</b>				
<b>DATOS HISTÓRICOS</b>				
AÑO	EMPRESA	MONTO	VAR.	TIEMPO HORAS
2007	UTPL	500,00		102
2007	GOLDMARCA	1100,00	600,00	330
2007	UTPL	1500,00	400,00	76
<b>TOTAL</b>		<b>3100,00</b>	<b>1000,00</b>	<b>508,00</b>

En la tabla N° 8 expresa los datos históricos del emprendimiento de los proyectos realizados en el año 2007, en la cual se puede observar la variación y el tiempo promedio de entrega de la obra.

La metodología que se implementó para proyectar la demanda en dólares es la siguiente: primero obtenemos la media aritmética de ingresos netos de cada proyecto del año anterior (año base), después aplicamos la fórmula de MONTO<sup>6</sup> con el 33% de interés (porcentaje de incremento del año anterior) y de esta manera logramos proyectar los ingresos futuros.

**Tabla N° 9**  
**PROYECCIONES DE INGRESOS**

MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
ABRIL	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.
264,29	270,39	276,63	283,01	289,54	296,23	303,06	310,06	317,21	324,53	332,02	343,58

## 8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

- **RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN**

**Cliente entrevistado:** Ing. Nelson Piedra

**Tipo de servicio:** Cableado estructurado del Valle de Tecnología

**Calidad del servicio:** Muy Bueno

**Instalación de servicio:** 3 meses

**Servicio adicional:** Soporte técnico por el cableado estructurado y conexión de red.

**Servicio post-venta:** No

**Cliente entrevistado:** Ing. Juan Vicente Espinoza

**Tipo de servicio:** Cableado Estructurado del Departamento de Misiones Universitarias

**Calidad del servicio:** Bueno

**Instalación de servicio:** 7 – 8 días (más de lo previsto)

**Servicio adicional:** No.

**Servicio post-venta:** Si.

<sup>6</sup>  $M=C(1+i)^n$ , esta fórmula permite calcular el valor del dinero en el futuro.

**Cliente entrevistado:** Sr. Michael Slaughter

**Tipo de servicio:** Cableado estructurado del campamento Gold Marca

**Calidad del servicio:** Excelente

**Instalación de servicio:** 4 días.

**Servicio adicional:** Programación de computadoras y Servidores.

**Servicio post-venta:** Si.

## **INTERPRETACIÓN**

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción tenemos lo siguiente:

- ❖ En los proyectos realizados durante el año 2007 a las distintas empresas la calidad del servicio es bueno ya que manejan estándares de calidad antes, durante y después de la ejecución de la obra.
- ❖ En lo referente al tiempo empleado en la instalación de los diferentes servicios solicitados por las empresas se detecto que no han cumplido con el tiempo establecido en el contrato, por ende no quedaron satisfechos.
- ❖ Los servicios prestados adicionalmente después de realizar la obra solicitada han sido los siguientes: programación de computadoras y servidores, soporte técnico por el cableado estructurado y conexión de red. Estos servicios han ayudado a desarrollar mejor las actividades de la empresa.
- ❖ RedExperta ha mantenido una comunicación continua con los clientes ya establecidos, el servicio post venta que se maneja es muy bueno por lo tanto los clientes están satisfechos.

- **RESULTADO ESTUDIO DE MERCADO**

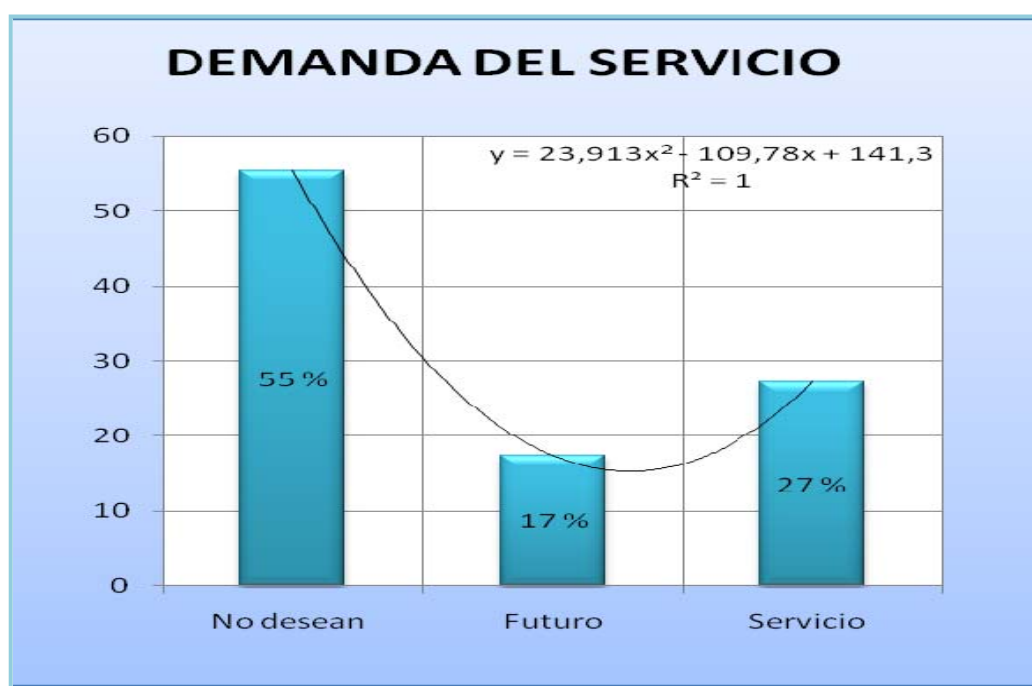
**Tabla N° 10**  
**Demanda del servicio**

Concepto	Cantidad	%
No desean	51	55,43
Futuro	16	17,39
Servicio	25	27,17
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100,00</b>

**Elaborado por:** Paula Armijos

**Fuente:** Entrevistas

**Grafico N° 1**  
**Demanda del Servicio**



**Elaborado por:** Paula Armijos

**Fuente:** Entrevistas

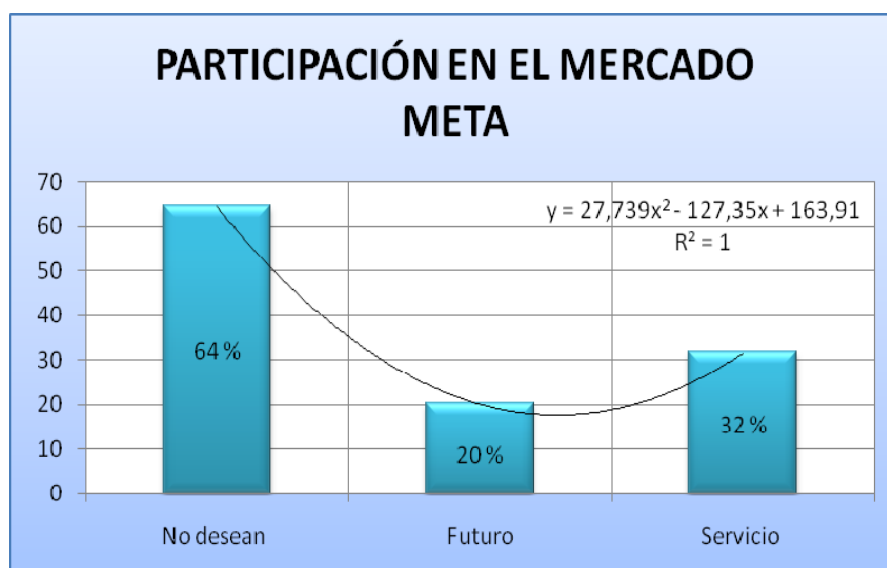
- ❖ La demanda del servicio es del 27,17% de la muestra de 92 encuestas realizadas al mercado potencial, hay una demanda futura de 17,39% y 55,43% empresas que no requieren los servicios de la empresa en la actualidad.

**Mercado Meta:** 116

**Tabla N° 11**  
**Representación de la demanda en el mercado meta**

Concepto	Cantidad	%
No desean	64	64
Futuro	20	20
Servicio	32	32
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>116</b>

**Grafico N° 2**  
**Participación en el Mercado Meta**



**Elaborado por:** Paula Armijos  
**Fuente:** Entrevistas

- ❖ En referencia al mercado meta la hay existe una demanda del 32%, hay una demanda futura del 20% que en el corto plazo van a adquirir el servicio y 64% que no desean requerir el servicio de redes en la actualidad.
- ❖ La proyección de la demanda futura es de 20 trabajos en el corto plazo lo que se considera una cantidad reducida, por lo que consideré proyectar a través de los ingresos mínimos para de esta manera saber cuánto hay que producir para cubrir los gastos operativos del mes.

## CAPITULO III

### PLAN DE MARKETING

#### 1. Imagen Corporativa de RedExperta

##### 1.1. Logotipo

**RedExpert@**

##### 1.2. Slogan

“Eficiencia y seguridad a su servicio”

##### 1.3. Colores

###### Azul

- Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión.
- Se utiliza este color para producir impacto, euforia.
- El azul oscuro representa el conocimiento, integridad, la seriedad y el poder.
- Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad.

###### Naranja

- Representa el entusiasmo, la creatividad, la determinación, el éxito.

##### 1.4. Material de Presentación

###### 1.4.1. Papelería

Dentro del material de papelería tenemos los siguientes (Anexo N° 2):

1. Tarjetas de presentación
2. Formato para sobres
3. Formato para hoja de oficios
4. Formato para propuesta
5. Formato para proforma corta
6. Formato para proforma completa
7. Formato de presupuesto (documento interno).



8. Formato de carta de presentación

**1.4.2. Documentos contables**

Los documentos contables son los siguientes (Anexo N° 2):

1. Guía de remisión
2. Comprobante de ingreso
3. Comprobante de egreso
4. Facturas
5. Formato de inventario

**1.5. Publicidad**

Para establecer la publicidad que se realizará para ofertar los productos de RedExpert@, primeramente tenemos que definir los objetivos:

Para el emisor:

- Brindar información al consumidor sobre el servicio que se está ofreciendo.

Para el receptor:

- Conocer las cualidades distintivas de los servicios, economizando tiempo su búsqueda.

Las actividades que se van realizar son las siguientes:

- Elaboración de trípticos publicitarios con información de la empresa (Anexo N° 3)
- Difusión por medios de comunicación (prensa escrita) de los servicios que ofrece la empresa.(Anexo N° 4)
- Poner portales web en el internet
- Elaborar la página web con información de la empresa
- Poner un espacio publicitario en las páginas amarillas de la guía telefónica (Anexo N° 5).

## 2. Mix de Marketing

### 2.1. Precio

Diseño		EQUIPO	PUNTO	HORA
<input type="checkbox"/>	Diseño de redes para medios físicos e inalámbricos.		5	
<input type="checkbox"/>	Diseño de instalaciones de comunicación en el plano arquitectónico.		5	
<input type="checkbox"/>	Diseño del esquema de Direccionamiento de Red.		6	
Instalación y Configuración		EQUIPO	PUNTO	HORA
<input type="checkbox"/>	Instalación de medios físicos e inalámbricos. (Puntos de Red)		25	
<input type="checkbox"/>	Configuración de medios físicos e inalámbricos. (Puntos de Red)		15	
<input type="checkbox"/>	Instalación de equipos de redes, tales como: Servers, Routers, Switch, Acces Point, Workstations etc.	50		
<input type="checkbox"/>	Configuración de equipos de redes, tales como: Servers, Routers, Switch, Acces Point, Workstations etc.	100		
Mantenimiento		EQUIPO	PUNTO	HORA
<input type="checkbox"/>	Mantenimiento de puntos de Red		30	
<input type="checkbox"/>	Mantenimiento de Equipos de Red	150		
Auditoria de Redes		EQUIPO	PUNTO	HORA
<input type="checkbox"/>	Análisis y Diagnóstico de Redes Implantadas.			7
<input type="checkbox"/>	Certificación de Puntos de Red.		6	
<input type="checkbox"/>	Recomendación de Mejores Prácticas.			10
Seguridad de Redes		EQUIPO	PUNTO	HORA
<input type="checkbox"/>	Implementación de esquemas de Seguridad: ACL's, Vlan's, firewall, autenticación, planes de respaldo de información.	200		
<input type="checkbox"/>	Establecimiento de políticas de seguridad lógicas y físicas.			15
<input type="checkbox"/>	Monitoreo de Redes.			10
Asesoría y Capacitación		EQUIPO	PUNTO	HORA
<input type="checkbox"/>	Asesoría en redes de comunicación.			20
<input type="checkbox"/>	Asesoría en la adquisición de Equipos de Telecomunicación, de acuerdo a los requerimientos de su empresa.			20
<input type="checkbox"/>	Asesoría técnica para el uso de las distintas tecnologías de Redes WAN.			30
<input type="checkbox"/>	Capacitar a usuarios y administradores de servicios de red.			18

**Tabla N° 12**

En la tabla N° 12 se encuentra expresado la lista de precios de los diferentes servicios que ofrece el emprendimiento.

### ESTRATEGIA:

Las estrategias con respecto al precio, que se aplicaran son las siguientes:

- En lo referente en el producto de instalación y configuración de redes se le hará un descuento de acuerdo a los puntos de redes que van a ser instalados.
- En el caso que el cliente sea fijo se le proporcionara un descuento en la adquisición de servicios.

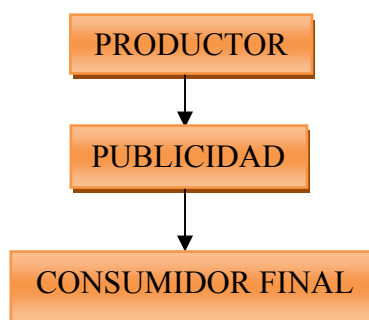
### 2.2. Plaza

#### • Canales de Comercialización

El canal de comercialización que se va a implementar para distribuir los productos es el siguiente, para cubrir los siguientes objetivos:

- ✓ Penetración
- ✓ Cobertura
- ✓ Acceso
- ✓ Oportunidad

- Para los servicios de la empresa se va a implementar el siguiente canal:



### 2.3. Promoción

Para definir las estrategias promocionales se definen los objetivos; para de esta manera enfocarnos al mercado meta que se ha identificado anteriormente. Los objetivos específicos de la promoción son:

- Repetición de compra.
- Consolidación de la imagen del servicio.
- Optimización del servicio de atención al público.
- Posicionar a la empresa en el mercado local durante el periodo julio 2008 – junio 2009.

### **ESTRATEGIAS:**

- En el servicio de instalación y configuración de redes la inspección en el lugar se la realizará completamente gratis.
- En el mantenimiento de redes si este servicio es contratado por todo un año el cliente podrá recibir asesoría totalmente gratuita en la compra de equipos especiales.
- Por establecer nuevos contactos de un cliente nuevo por uno ya establecido este puede recibir 10% de descuento en la adquisición de algún servicio de la empresa.
- Si el número de puntos a ser instalados es mayor a 25 puntos este tendrá \$10.00 de descuento en la instalación de los mismos.

## CAPITULO IV

### PLAN DE PRODUCCIÓN

En este capítulo tiene como objetivo el de describir los procesos administrativos, técnicos que se llevan internamente en la empresa. La descripción de cada uno de ellos se lo realiza en el manual de procesos (Anexo N° 6).

#### **1. Procesos Administrativos**

La descripción del proceso administrativo es saber como se encuentra organizado el flujo interno del servicio antes y después de la prestación del mismo.

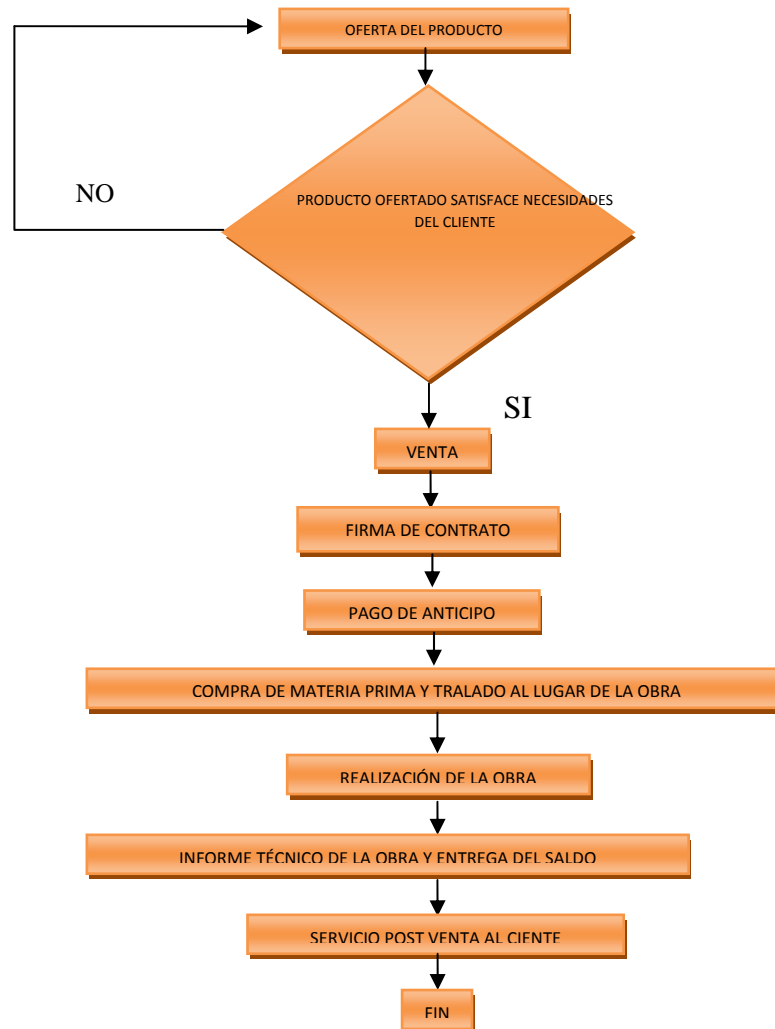
- **Cronograma Mensual de Trabajo de la Empresa**

El cronograma mensual de actividades de la empresa se lo detalla a continuación en el Anexo N° 7.

- **Diagrama de Procesos:**

A continuación se presenta el diagrama de procesos de la parte administrativa.

**Diagrama N° 1**  
**PROCESO ADMINISTRATIVO**



**Elaborado:** La Autora

## 2. Procesos Técnicos

En la descripción de los procesos técnicos podemos encontrar como es el desarrollo del proceso de instalación, y adquisición de la materia prima. Para más información ver Anexo N° 6

- **Cronograma Mensual de Servicios**

**Tabla N° 13**  
**Productos**

<b>PRODUCTO</b>	<b>MES</b>
<b>VPN (Virtual Private Networks)</b>	
*Elaboración de documento VPN	Abril
*Investigación para VPN	Septiembre
*Lanzamiento d producto VPN	Septiembre
<b>Voz sobre IP</b>	
*Investigación para producto Voz sobre IP	Mayo
* Documentación de Voz sobre IP	Junio
*Redacción final sobre el producto	Junio
<b>Fibra Óptica</b>	
*Investigación producto fibra óptica	Enero
*Documentación de investigación	Enero
*Pruebas del nuevo producto	Febrero
*Lanzamiento del producto de fibra óptica	Febrero

- Diagrama de Procesos Interno y de producción

**Diagrama N° 2**  
**Proceso Interno y de Producción**



Elaborado: La Autora



### 3. INVOLUCRADOS

- **PROCESO ADMINISTRATIVO**

**Tabla N° 14**

**Involucrados Proceso Administrativo**

<b>ETAPA</b>	<b>INVOLUCRADO</b>
Oferta de producto	Personal de ventas
Firma de contrato	Personal de ventas
Pago de anticipo	Personal de contabilidad
Compra de materia prima	Personal de instalación
Obra	Personal técnico
Informe técnico	Responsable de la obra
Servicio post venta	Personal de ventas

- **PROCESO TÉCNICO**

**Tabla N° 15**

**Involucrados Proceso Técnico**

<b>ETAPA</b>	<b>INVOLUCRADO</b>
Orden de trabajo	Personal de ventas
Busque da alternativa	Personal técnico
Elaboración de presupuesto	Personal técnico
Adquisición de materia prima	Personal de instalación
Documentación de obra	Responsable de obra
Capacitación	Personal técnico
Seguimiento al cliente	Personal de ventas

## CAPITULO V

**PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA  
REDEXPETA**

## 1. PARTE LEGAL DE LA EMPRESA REDEXPETA

**COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

**PROCEDIMIENTO PARA LA CONSTITUCION DE COMPAÑIAS DE  
RESPONSABILIDA LIMITADA Y SOCIEDADES ANÓNIMAS**

**Tabla N° 16  
PROCEDIMIENTO DE CONSTITUCIÓN**

<b>PASOS</b>	<b>QUIENES INTERVIENEN</b>
Reserva de denominación	Interesados, Abogado, SC
Elaborar la minuta	Interesados, Abogado
Apertura de la cuenta de integración	Interesados, Banco
Otorgamiento de escritura pública	Interesados, Notario
Inscripción Cámara o gremio (depende de la actividad que vaya a desarrollar la compañía)	Cámara / Gremio
Aprobación de Escrituras y Constitución	SIC
Publicación de Extracto	Diario local
Marginación de Escrituras	Notario
Inscripción en el Registro Mercantil de Compañía y Nombramientos	Registro mercantil
Obtención RUC	SRI

**Fuente:** Proforma de cotización ADE

**DISPOSICIONES GENERALES**

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirlos, no adquieren la calidad de comerciantes.

Podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

No podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

## **LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE**

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

No obstante las amplias facultades que la Ley de Compañías concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados, ni entre cónyuges.

## **CAPITAL**

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie, en este último caso, consiste en bienes muebles o inmuebles

que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles. No se admitirá la cláusula de interés fijo. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan.

La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social. En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

**Capital mínimo.-** El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de \$400.00 USD (cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América).

## **DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS**

El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos,

siempre que no se opongan a las disposiciones legales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a)** A intervenir a través de las asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b)** A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c)** A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d)** A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e)** A no ser obligados al aumento de su participación social. Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;
- f)** A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;
- g)** A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124 de la Ley de Compañías, o la incapacidad de administrar en debida forma;
- h)** A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos. En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250 de la Ley de Compañías, en lo que fueren aplicables.

- i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,
- j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

**Son obligaciones de los socios:**

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley de compañías;
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social.

## **ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE REDEXPERTA**

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Salvo disposición en contrario de la Ley de Compañías o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Son atribuciones de la junta general:

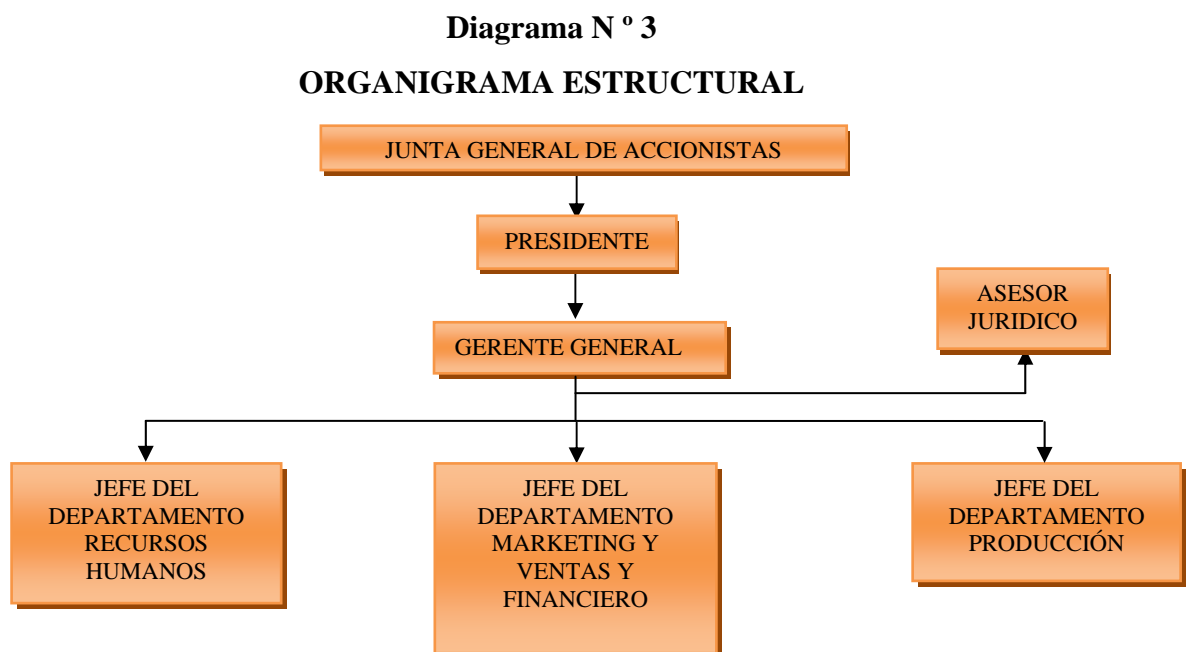
- a) Designar y remover administradores y gerentes;
- b) Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;
- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de la Ley de Compañías;
- k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.
- l) Las demás que no estuvieren otorgadas en la Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general. Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía.

En caso de remoción del administrador o del gerente designado en el contrato constitutivo o posteriormente, para que surta efecto la remoción bastará la inscripción del documentos respectiva en el Registro Mercantil.

## 2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

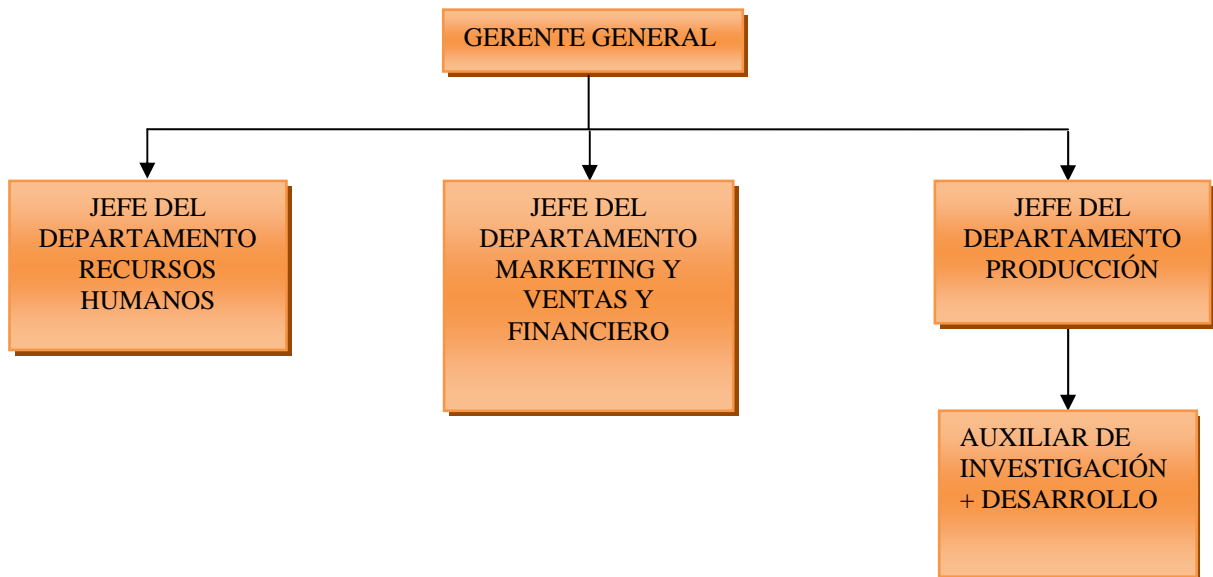


Elaboración: la autora



- **ORGANIGRAMA FUNCIONAL**

**Diagrama N ° 4**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**



**Elaboración:** la autora

**3. MANUAL DE FUNCIONES**

**RedExpert@**

“Eficiencia y seguridad a su servicio”

MANUAL DE FUNCIONES Y  
RESPONSABILIDADES DEL  
PERSONAL DE LA EMPRESA  
REDEXPERTA

<b>RedExpert@</b>	<b>RedExpert@</b> MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	FECHA: 28 de mayo del 2008
		Hoja 1 de 10

## Índice

1. Introducción
2. Organigrama
3. Objetivo general del manual
4. Cargos y descripción de cargos
  - a. Gerente General
  - b. Jefe financiero
  - c. Jefe de recursos humanos
  - d. Jefe de marketing y ventas
  - e. Jefe de producción
5. Normas generales

<b>RedExpert@</b>	<b>RedExpert@</b> MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	FECHA: 28 de mayo del 2008
		Hoja 2 de 10

## 1. INTRODUCCIÓN

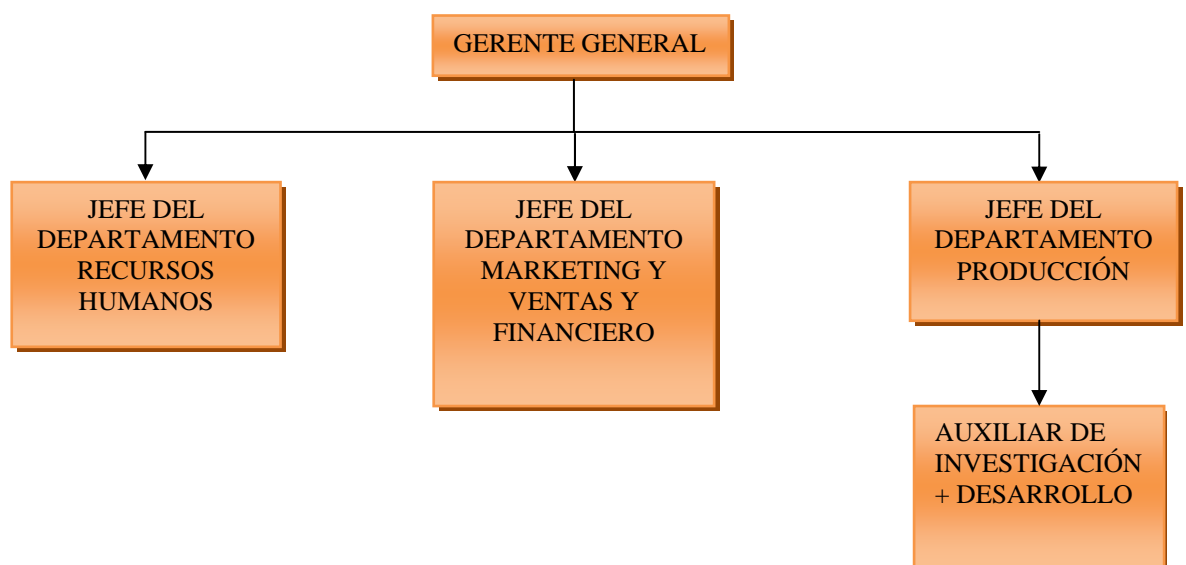
El presente Manual de Funciones del Personal ha sido elaborado con el propósito de brindar información en forma clara y sencilla acerca de la descripción de puestos y pretende servir como instrumento de apoyo para mejorar la administración del personal y en particular los aspectos relacionados con su selección, distribución de labores, su capacitación y desarrollo.

Con el propósito de mantener actualizada la información del manual, se requiere de la participación de todos los miembros de la empresa, por lo que cualquier cambio, que sea necesario deberá ser sugerido al gerente y a la vez a los accionistas.

<b>RedExpert@</b>	<b>RedExpert@</b> MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	FECHA: 28 de mayo del 2008
		Hoja 3 de 10

## 2. ORGANIGRAMA

El Organigrama de la compañía es el siguiente:



<b>RedExpert@</b>	<b>RedExpert@</b> MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	FECHA: 28 de mayo del 2008
		Hoja 4 de 10

### 3. OBJETIVO

Identificar y definir las funciones de los cargos del organigrama de la empresa Redexperta.

<b>RedExpert@</b>	<b>RedExpert@</b> MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	<b>FECHA:</b> 28 de mayo del 2008
		Hoja 5 de 10

#### 4. CARGOS Y DESCRIPCIÓN DE LOS CARGOS

<b>DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DEL CARGO</b>	
<b>Nombre:</b> Gerente General	<b>Sección:</b> Administrativa
<b>Resumen:</b> Representar a la empresa en actos sociales y legales.	
<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la empresa judicial y extrajudicial- mente</li> <li>• Disponer las funciones y el sueldo del personal</li> <li>• Ejecutar con el apoyo de los jefes departamentales los planes estratégicos que realiza la empresa</li> <li>• Buscar nuevos mercados y productos que permitan afianzar a la empresa</li> <li>• Realizar alianzas estratégicas con empresas o instituciones externas que le permitan crecer</li> <li>• Materializar negocios de nivel superior</li> <li>• Realizar un seguimiento constante al desempeño de los jefes departamentales y medir los resultados</li> </ul>	
<b>ANALISIS DEL CARGO</b>	
<b>A. REQUISITOS INTELECTUALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Educación.-</b> educación superior, conocimientos de procedimientos administrativos.</li> <li>• <b>Experiencia.-</b> Un año de experiencia, tiempo necesario para adquirir habilidades y familiarizarse con el área que le compete.</li> <li>• <b>Aptitudes.-</b> Habilidades para negociar, liderazgo, flexibilidad, capacidad para delegar funciones, tener una visión a largo plazo, ponerse metas, auto capacitación, capacidad para tomar decisiones, comunicación efectiva, capacidad para resolver conflictos internos.</li> </ul>	
<b>B. REQUISITOS FISICOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Esfuerzo intelectual.-</b> Capacidad de razonamiento y de abstracción de conocimientos, analizar desde distintos puntos de vista para tomar una decisión.</li> </ul>	
<b>C. RESPONSABILIDAD IMPLICITA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Contactos internos y externos.-</b> Mucha discreción en asuntos confidenciales y de tacto para lograr cooperación.</li> <li>• <b>Información confidencial.-</b> Manejo de información de nuevos proyectos y nuevos productos de la empresa.</li> </ul>	
<b>D. CONDICIONES DEL TRABAJO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ambiente de trabajo.-</b> trabajo en oficina, salas de reuniones, convenciones.</li> </ul>	

<b>RedExpert@</b>	<b>RedExpert@</b> MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	FECHA: 28 de mayo del 2008
		Hoja 6 de 10

**DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DEL CARGO****Nombre:** Jefe financiero**Sección:** Administrativa**Resumen:** Mantener el control de ingresos y salidas de dinero de la empresa, realizar análisis de estados financieros y manejo de indicadores financieros.**DESCRIPCIÓN DEL CARGO**

- Ejecutar el presupuesto aprobado para el periodo correspondiente
- Asesorar a los superiores en términos de rendimiento de las inversiones
- Elaborar el presupuesto anual
- Plantear las reformas presupuestarias que se presenten
- Priorizar el gasto de acuerdo a las disponibilidades existentes
- Ejecutar los planes estratégicos que realiza la empresa en lo que a su cargo le concierne
- Tener respaldo de todas las adquisiciones que se realizan (Materia Prima, Maquinaria)
- Realizar un seguimiento constante al desempeño de sus subalternos

**ANALISIS DEL CARGO****A. REQUISITOS INTELECTUALES**

- **Educación.**- educación superior, preparación en contabilidad y auditoria, conocimientos en finanzas.
- **Experiencia.**- Un año de experiencia, tiempo necesario para adquirir habilidades y familiarizarse con el área que le compete.
- **Aptitudes.**- Capacidad para delegar funciones, diligencia y eficacia en el cumplimiento de su deber, auto capacitación, capacidad para tomar decisiones, ser una persona comunicativa, capacidad para resolver conflictos internos

**B. REQUISITOS FISICOS**

- **Esfuerzo intelectual.**- Capacidad de razonamiento y de abstracción de conocimientos, analizar desde distintos puntos de vista para tomar una decisión.

**C. RESPONSABILIDAD IMPLICITA**

- **Información confidencial.**- manejo de información económica interna de la empresa.
- **Dinero.**- manejo adecuado del dinero de la empresa para evitar que se malverse los fondos en cargos de responsabilidad.



**D. CONDICIONES DEL TRABAJO**

- **Ambiente de trabajo.-** trabajo de oficina, bajo presión.

RedExpert@	RedExpert@ MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	FECHA: 28 de mayo del 2008
		Hoja 7 de 10

**DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DEL CARGO****Nombre:** Jefe de Recursos humanos**Sección:** Administrativa**Resumen:** Tener el control del personal y hacer reclutamiento de personal para cargos internos de empresa.**DESCRIPCIÓN DEL CARGO**

- Manejo ordenado y organizado de todo el personal de la empresa
- Capacitación constante del personal
- Resolver conflictos internos
- Promover al personal a cargos superiores cuando se presente las oportunidades
- Determinación del perfil idóneo para los cargos
- Reglamentar el proceso de selección de nuevo personal
- Investigar la situación socio-económica del personal de la empresa y procurar su mejoramiento

**ANALISIS DEL CARGO****A. REQUISITOS INTELECTUALES**

- **Educación.-** educación superior, conocimientos básicos de psicología.
- **Experiencia.-** Un año de experiencia en este cargo.
- **Aptitudes.-** Carisma adecuados para el manejo de personal, capacidad para tomar decisiones y resolver conflictos, deseo de superación, buen motivador, comunicativo, preocupación permanente por el buen uso de implementos de protección y seguridad para el personal de obreros.

**B. REQUISITOS FISICOS**

- **Esfuerzo intelectual.-** Capacidad de razonamiento y de abstracción de conocimientos, analizar desde distintos puntos de vista para tomar una decisión.

**C. RESPONSABILIDAD IMPLICITA**

- **Información confidencial.-** No dar información del personal interno que labora en la empresa.

**D. CONDICIONES DEL TRABAJO**

- **Ambiente de trabajo.-** trabajo de oficina, bajo presión.

		<b>FECHA:</b> 28 de mayo del 2008
	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	Hoja 8 de 10

**DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DEL CARGO****Nombre:** Jefe de marketing y ventas**Sección:** Administrativa**Resumen:** Promocionar los servicios de la empresa y realizar las campañas publicitarias y estudios de posicionamiento de la empresa en el mercado.**DESCRIPCIÓN DEL CARGO**

- Determinar estrategias de venta para los productos
- Establecer las estrategia para la introducción de nuevos productos al mercado
- Realizar constantemente sondeos la competencia
- Realizar la investigación de nuevos productos para la empresa
- Diseñar la imagen corporativa de la empresa y de los productos
- Diseñar campañas publicitarias para atraer nuevos clientes
- Identificar nuevos mercados

**ANALISIS DEL CARGO****A. REQUISITOS INTELECTUALES**

- **Educación.-** Educación superior, conocimientos básicos en marketing y técnicas de ventas.
- **Experiencia.-** Un año de experiencia en este cargo.
- **Aptitudes.-** Capacidad para delegar funciones, deseo de superación, capacidad para tomar decisiones, ser comunicativo, capacidad para resolver conflictos internos creativo, investigador, facilidad de palabra, poder de convencimiento, motivador.

**B. REQUISITOS FISICOS**

- **Esfuerzo intelectual.-** Capacidad de razonamiento y de abstracción de conocimientos, analizar desde distintos puntos de vista para tomar una decisión.

**C. RESPONSABILIDAD IMPLICITA**

- **Información confidencial.-** No dar información de nuestros clientes a personas ajenas a la empresa.

**D. CONDICIONES DEL TRABAJO**

- **Ambiente de trabajo.-** trabajo de oficina, bajo presión, trabajo en las calles.

<b>RedExpert@</b>	<b>RedExpert@</b>	<b>FECHA:</b> 28 de mayo del 2008
	MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	Hoja 9 de 10

**DESCRIPCIÓN Y ANALISIS DEL CARGO****Nombre:** Jefe de producción**Sección:** Administrativa**Resumen:** Disponer a los obreros de las tareas que se deben realizar en la obra, ordenar los requerimientos de materia prima.**DESCRIPCIÓN DEL CARGO**

- Verificar que los productos se realicen con los estándares de calidad
- Receptar las ordenes
- Adquirir la materia prima para realizar la obra
- Llevar el inventario de la materia prima que se tiene en stock
- Llevar el inventario de los productos en proceso
- Hacer los respectivos controles de calidad
- Supervisar a los subordinados
- Pasar el informe de los subordinados
- Hacer las ordenes para la compra de materia prima
- Informe de la obra y entrega de los materiales sobrantes de obra al bodeguero.

**ANALISIS DEL CARGO****A. REQUISITOS INTELECTUALES**

- **Educación.-** Educación superior, conocimientos básicos de producción.
- **Experiencia.-** Un año de experiencia en este cargo.
- **Aptitudes.-** Capacidad para delegar funciones, deseo de superación, ser comunicativa, liderazgo, capacidad de mando, motivar.

**B. REQUISITOS FISICOS**

- **Esfuerzo intelectual.-** Capacidad de razonamiento y de abstracción.
- **Esfuerzo físico.-** Buenas condiciones físicas y estado de salud para viajar a lugares fuera de la provincia.

**C. RESPONSABILIDAD IMPLICITA**

- **Material.-** No desperdiciar ni perder el material entregado para la efectucción de la obra.

**D. CONDICIONES DEL TRABAJO**

- **Ambiente de trabajo.-** trabajo de oficina, bajo presión, desempeño de actividades en lugares rurales.

RedExpert@	RedExpert@ MANUAL DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PERSONAL	FECHA: 28 de mayo del 2008
		Hoja 10 de 10

## 5. Normas generales

Es obligación del personal de la empresa **REDEXPERTA** de cumplir y hacer cumplir **TODOS** los reglamentos de la misma.

La hora de entrada y la hora de salida serán fijadas con el Jefe de Recursos Humanos, sin embargo el horario puede variar de acuerdo a las obligaciones que demande la jornada de trabajo, a fin de que los servicios que prestan en la empresa no se vean parcial o totalmente paralizados.

El personal deberá reportarse de manera directa al encargado del departamento en la forma en que se establezca.

Es de responsabilidad de los jefes de cada departamento el buen funcionamiento de los mismos, ya que si en caso de irresponsabilidad o descuido por parte de ellos se viera afectada la imagen o prestigio de la empresa será sancionado según el reglamento interno.

## CAPITULO VI

## PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

La puesta en marcha de esta empresa, desde su constitución como tal, hasta su funcionamiento, demanda un presupuesto inicial que servirá para cubrir los gastos de los planes de mercadeo y marketing y, personal administrativo y operativo; además, los gastos que impliquen la adquisición de insumos, equipos y mobiliario de oficina.

Para calificar la viabilidad del proyecto se aplica diferentes indicadores, tales como: valor actual neto, tasa interna de retorno y flujo de caja.

## 1. Inversión

Tabla N ° 17

## PLAN DE INVERSIONES

INVERSIÓN FIJA		\$ 1.308,36
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		\$ 1.308,36
1	Ponchadora	\$ 47,04
1	Testeadora de puntos de red	\$ 24,00
1	Switch 24 puertos	\$ 560,00
1	Router	\$ 102,00
1	Access Point	\$ 160,00
1	Cripiadoras RJ45	\$ 40,32
1	Cámara Digital 7.2 mega píxeles	\$ 375,00
<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>		\$ 1.544,86
Gastos de Constitución (Incluido		
1	cuenta)	\$ 788,00
1	Gastos de Registro de Marca	\$ 140,00
1	Gasto de Publicidad	\$ 479,36
	* Banner publicitario	<b>\$ 66,08</b>
	*Trípticos	<b>\$ 156,24</b>
	*Publicidad en prensa 1/2 pág.	<b>\$ 257,04</b>
1	Gastos de Afiliación	\$ 137,50
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		\$ 285,00
	Arriendo	\$ 115,00
	Sueldo y Salarios	

<b>*Sueldo</b>		\$ 150,00
Secretaria	<b>\$ 150,00</b>	
Suministros de Oficina		\$ 20,00

**TOTAL DE LA INVERSIÓN**

**\$ 3.138,22**

**Elaboración:** La autora

## 2. Aportes de capital y forma de financiamiento

Los aportes de capital inicial de los inversionistas para la constitución de la empresa son los siguientes:

**Tabla N° 18**  
**Aportes de capital**

NOMBRE	CAPITAL	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
Susana Paute	133.33	33.33%
Rubí Vaca	133.33	33.33%
Silvana Jiménez	133.33	33.33%
<b>TOTAL:</b>	<b>400.00</b>	<b>100%</b>

El capital total se integra con los aportes de los inversionistas de la siguiente manera:

**Tabla N° 19**  
**Aportes de capital incluida la Universidad**

NOMBRE	CAPITAL	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
Susana Paute	832.86	26,5%
Rubí Vaca	832.86	26,5%
Silvana Jiménez	832.86	26,5%
Universidad	624.64	20,5%
<b>TOTAL:</b>	<b>3123,22</b>	<b>100%</b>

La forma como se financia las aportaciones de capital es a través de recursos propios de los inversionistas.

## 3. Depreciaciones y Amortizaciones

El cálculo de depreciación de activos se detalla en el Anexo N° 10.

**Tabla N° 20**  
**TABLA DE AMORTIZACIONES**  
**AMORTIZACIONES**

**Formula: Valor = valor del gasto/tiempo de amortización**

<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DE LA INVERSIÓN</b>	<b>VALOR A AMORTIZAR</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Gastos de Constitución	388,00	77,60	310,40
2	Gastos de Constitución	310,40	77,60	232,80
3	Gastos de Constitución	232,80	77,60	155,20
4	Gastos de Constitución	155,20	77,60	77,60
5	Gastos de Constitución	77,60	77,60	0,00

<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DE LA INVERSIÓN</b>	<b>VALOR A AMORTIZAR</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Gasto de registro de marca	140,00	28,00	112,00
2	Gasto de registro de marca	112,00	28,00	84,00
3	Gasto de registro de marca	84,00	28,00	56,00
4	Gasto de registro de marca	56,00	28,00	28,00
5	Gasto de registro de marca	28,00	28,00	0,00

<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DE LA INVERSIÓN</b>	<b>VALOR A AMORTIZAR</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Gasto de publicidad	479,36	95,87	383,49
2	Gasto de publicidad	383,49	95,87	287,62
3	Gasto de publicidad	287,62	95,87	191,75
4	Gasto de publicidad	191,75	95,87	95,88
5	Gasto de publicidad	95,88	95,87	0

<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DE LA INVERSIÓN</b>	<b>VALOR A AMORTIZAR</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Gastos de Afiliación	137,50	27,50	110,00
2	Gastos de Afiliación	110,00	27,50	82,50
3	Gastos de Afiliación	82,50	27,50	55,00
4	Gastos de Afiliación	55,00	27,50	27,50
5	Gastos de Afiliación	27,50	27,50	0,00



#### 4. Transacciones contables

- **Modelo para registrar los ingresos y los gastos**

El modelo ha utilizarse para registrar los gastos e ingresos del negocio se detalla en el Anexo N° 11.

- **Balance general**

Entre los estados financieros principales, está el balance general inicial el cual lo podemos ver en el Anexo N° 12.

#### 5. Flujo de caja

Flujo de caja es otro estado financiero, en el cual se detallan las entradas y salidas del efectivo durante el primer año de trabajo. (Anexo N° 13)

De acuerdo con el cálculo del punto de equilibrio (Anexo N° 15), la nueva proyección de los ingresos (Anexo N° 16), tenemos un nuevo flujo de caja (Anexo N° 17).

#### 6. Valor actual neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR)

##### INDICADORES DE FACTIBILIDAD

<b>Inversión</b>	-3138,22	<b>Tasa de descuento anual</b>	12%
<b>FNE 1</b>	3182,88	<b>Tasa de descuento mensual</b>	1,00%
<b>FNE 2</b>	2415,55		
<b>FNE 3</b>	1882,3	<b>VAN</b>	(\$ 152,03)
<b>FNE 4</b>	1355,43	<b>TIR</b>	1%
<b>FNE 5</b>	805,09		
<b>FNE 6</b>	291,44		
<b>FNE 7</b>	-461,22		
<b>FNE 8</b>	-991,04		
<b>FNE 9</b>	-1483,71		
<b>FNE 10</b>	-1969,06		
<b>FNE 11</b>	-2476,92		
	2550,74		

El nivel bajo de ingresos en esta proyección da como resultado un VAN de \$ -152.03 USD, que no permitiría siquiera cubrir los gastos operativos del giro del negocio, lo que demuestra que la inversión no sería rentable para los inversionistas en los primeros años de vida del negocio.

De acuerdo al nuevo flujo de caja, tenemos lo siguientes indicadores financieros:

#### INDICADORES DE FACTIBILIDAD

<b>Inversión</b>	-3138,22	<b>Tasa de descuento anual</b>	12%
<b>FNE 1</b>	4614,63	<b>Tasa de descuento mensual</b>	1,0%
<b>FNE 2</b>	5312,08		
<b>FNE 3</b>	6277,42	<b>VAN</b>	\$ 93.518,22
<b>FNE 4</b>	7283,72	<b>TIR</b>	163%
<b>FNE 5</b>	8301,93		
<b>FNE 6</b>	9393,02		
<b>FNE 7</b>	10282,14		
<b>FNE 8</b>	11431,98		
<b>FNE 9</b>	12657,74		
<b>FNE 10</b>	13930,47		
<b>FNE 11</b>	15221,26		
	101568,17		

Haciéndose necesario la generación de mayores ingresos, se ha proyectado un nuevo escenario que diera como resultado una rentabilidad positiva, tomando como punto de equilibrio el valor de \$1.698,63 USD.

#### 7. Costo de producción del servicio

Los costos de producción del servicio son los siguientes:

**Tabla N° 21**  
**Tabla de costos**

Costos de Operación	VALOR
Costo de Producción	2402,55
Costo de Administración	5352,05
Costo de Venta	2132,56
<b>TOTAL</b>	<b>9887,16</b>

Los costos se encuentran detallados en el Anexo N° 14.

## 8. Beneficio – Costo

### ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

<b>Indicador =</b>	Beneficios/Costos
<b>Beneficios:</b>	3957,23
<b>Costos:</b>	9887,16
<b>Costo/Beneficio</b>	0,40

La relación costo – beneficio da como resultada que por cada dólar que se invierte, se recupera 0.40 centavos de dólar, esto quiere decir que el retorno es negativo, ya que la relación es menor a 1. El proyecto no se justifica desde el punto de vista financiero y el valor presente de los beneficios es menor que el de los costos.

En lo referente a la relación costo – beneficio en el escenario N° 2 hay los siguientes resultados:

### ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

<b>Indicador =</b>	Beneficios / Costos
<b>Beneficios:</b>	23170,00
<b>Costos:</b>	9887,16
<b>Costo/Beneficio</b>	2,34

El indicador de retorno de \$ 2.34 USD, demuestra que hay una recuperación de la inversión hecha, ya que es mayor a 1, por lo tanto es positiva. En consecuencia el proyecto es justificable desde el punto de vista financiero, ya que los beneficios son mayores a los costos.

Para tener una mejor perspectiva de la relación costo – beneficio he considerando importante calcular el índice de rentabilidad en cada uno de los escenarios:

#### Escenario N° 1

$$\mathbf{IR} = \frac{\mathbf{VP (Flujos de efectivo)}}{\mathbf{Inversión inicial}}$$

$$\mathbf{IR} = 1 + \frac{\mathbf{VPN}}{\mathbf{Inversión inicial}}$$

$$\mathbf{IR} = 1 + \frac{2.550,74}{3138.22}$$

$$\mathbf{IR} = 1,81$$

#### Escenario N° 2

$$\mathbf{IR} = \frac{\mathbf{VP (Flujos de efectivo)}}{\mathbf{Inversión inicial}}$$

$$\mathbf{IR} = 1 + \frac{\mathbf{VPN}}{\mathbf{Inversión inicial}}$$

$$\mathbf{IR} = 1 + \frac{104.706,39}{3138.22}$$

$$\mathbf{IR} = 34,36$$

El indicador de rentabilidad quiere decir que al dividir los flujos de efectivo futuros entre la cantidad desembolsada inicial que se necesita para obtener el rendimiento, se puede observar en el escenario N° 1 que se tiene un rendimiento sobre la inversión de 1,81 este rendimiento es positivo ya que la inversión realizada es utilizada hasta el octavo mes y de hay en adelante los rendimientos son negativos.

En el escenario N° 2 el rendimiento es de 34,36 esto nos quiere decir que tenemos una recuperación del capital de 34,36 dólares por cada dólar invertido en el proyecto.

### 9. Periodo de recuperación del capital

El periodo de recuperación de capital es el tiempo requerido para recuperar el monto inicial de una inversión capital.

La formula es la siguiente:

$$\textit{Periodo de recuperaci3n} = ((\textit{Costo} - \textit{valor asegurado}) / \textit{total de ingresos incrementados y/o reducci3n de gastos}) * 12$$

#### Escenario N° 1

$$\textit{Periodo de recuperaci3n} = ((9887,16 - 0) / 3610,55) * 12 \text{ (meses)}$$

En este escenario el periodo de recuperaci3n del capital es de 32.8608 meses, esto se debe a la presencia de flujos negativos a partir del octavo mes de funcionamiento de la empresa.

#### Escenario N° 2

$$\textit{Periodo de recuperaci3n} = ((9887,16 - 0) / 23170) * 12 \text{ (meses)}$$

$$\textit{Periodo de recuperaci3n} = 5.1206 \text{ meses}$$

En el segundo escenario hay un tiempo de recuperaci3n de capital de 5.1206 meses, esto se debe al incremento de los ingresos partiendo del punto de equilibrio calculado en el Anexo N° 14 manteniendo los costos fijos y variables estables.

## CONCLUSIONES

- La gama de productos del emprendimiento no se encuentran debidamente diversificados, ya que en la actualidad el servicio de Redes y Telecomunicaciones en la ciudad de Loja no se encuentra desarrollado.
- Con los resultados obtenidos de la encuesta de satisfacción son los siguientes:
  - Calidad del servicio:** Muy Bueno
  - Instalación de servicio:** 3 meses
  - Servicio adicional:** Soporte técnico por el cableado estructurado y conexión de red.
  - Servicio post-venta:** No

---

**Calidad del servicio:** Bueno  
**Instalación de servicio:** 7 – 8 días (más de lo previsto)  
**Servicio adicional:** No.  
**Servicio post-venta:** Si.

---

**Calidad del servicio:** Excelente  
**Instalación de servicio:** 4 días.  
**Servicio adicional:** Programación de computadoras y Servidores.  
**Servicio post-venta:** Si.

Con lo que respecta a la calidad del servicio es BUENO sin embargo en el tiempo de entrega de la obra no se ha cumplido con el tiempo previsto de entrega de la obra, con lo que respecta al servicio adicional este se presta si es que la empresa lo requiere.

- RedExperta en la actualidad no cuenta con un proceso administrativo y técnico definido de los procesos internos que se llevan a cabo internamente en el emprendimiento.

- No cuenta con una imagen corporativa definida por lo que se le hace más complejo llegar con el mensaje correcto y de esta manera captar clientes.
- La falta de una planificación estratégica a corto, mediano y largo plazo, metas definidas conlleva a que el emprendimiento no tenga el crecimiento esperado por las emprendedoras.
- RedExperta es un emprendimiento que en la actualidad no se encuentra legalmente constituido, por lo tanto este esta funcionando en el valle de tecnología sin tener algún crecimiento.
- La falta de conocimientos administrativos por parte de los emprendedores hace más difícil la adaptación a nuevos procesos internos que se llevan a cabo a fin de generar más riqueza para los accionistas.
- Con lo referente a los costos fijos de operación en el primer año de trabajo son elevados estos ascienden a \$7484.61, por lo que los resultados de VAN (Valor Actual Neto) en este año son negativos y tiene una tasa interna de retorno (TIR) baja menos de la esperada durante el primera año de vida del emprendimiento esperando buenas proyecciones de crecimiento para años siguientes.
- No existe una formación académica empresarial dentro de las carreras técnicas ha creado un vacío en el ámbito empresarial al momento de la implementación de una idea de negocio.
- No hay el asesoramiento pertinente por parte de los administradores de Valle de Tecnología antes de la presentación y aprobación de la idea de negocio.

- No hay una delimitación de funciones dentro del emprendimiento lo que podría ocasionar conflictos internos dentro del mismo.
- No existe definido los procesos internos para la prestación del servicio y de esta manera garantizar un servicio de calidad al cliente.
- La demanda actual del servicio es de 27,17% de la población total entrevistada, 17% desean los servicios en un corto plazo.



## **RECOMENDACIONES**

- Elaborar el portafolio de productos en los cuales se defina el producto estrella, vaca, perro y nuevos en los cuales nos van a servir como base y van a ayudar a incrementar los ingresos operativos de la empresa.
- En la prestación de servicio al cliente es recomendable ofrecer servicio post – venta después de la instalación del servicio.
- Es necesario cumplir con los tiempos y plazos establecidos en el contrato para de esta manera evitar los contratiempos con los clientes.
- Elaborar planificación estratégica a mediano, largo plazo para de esta manera cumplir las metas establecidas por las emprendedoras.
- Establecer los responsables y delimitar responsabilidades dentro del emprendimiento para que exista un mejor manejo administrativo.
- En primera instancia para la presentación y aprobación de idea de negocio por parte de nuevos emprendedores se recomienda realizar un estudio de factibilidad de acuerdo a las necesidades de la población.
- Incrementar materias de emprendimiento dentro de las carreras técnicas para que de esta manera los profesionales en esta rama tengan las nociones básicas de la administración de negocios.
- Búsqueda de nuevos mercados con la creación de productos atractivos para que de esta manera generen ingresos que sirvan para el soporte de los gastos operativos de la empresa.

- Establecer alianzas estratégicas de cooperación entre emprendimientos esto nos permite generar nuevos negocios y de esta manera crear un mercado de competencia perfecta.
- Crear a través de campañas publicitarias la necesidad de invertir en las telecomunicaciones para que de esta manera se mejore el desempeño operativo de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- BACA Gabriel (2007), Evaluación de Proyectos, quinta edición, editorial Mc Graw Hill.
- BLOCK Stanley (1998), Fundamentos de la Administración Financiera, editorial CECSA, octava reimpresión.
- Congreso Nacional, 1999, Codificación de la Ley de Compañías ver en:  
[www.supercia.gov.ec](http://www.supercia.gov.ec)
- Congreso Nacional, 2004, Codificación de Ley de Régimen Tributario Interno ver en:  
[www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)
- CHIAVENATO Adalberto (2000), Administración de Recursos Humanos, quinta edición, editorial Mc. Graw Hill.
- DÍAZ Alfredo, Matemática Financieras, segunda edición.
- Dirección de promoción de PYME, Ministerio de Economía de Argentina ver en:  
[www.pyme.mendoza.gov.ar](http://www.pyme.mendoza.gov.ar)
- EMERY Douglas (2000), Administración Financiera Corporativa, editorial Prentice Hall, primera edición.
- PÁSCATE Ricardo (1999), Decisiones Financieras, editorial MACCHI, tercera edición.
- \_\_\_\_\_, Guía del Sector productivo de la provincia de Loja, segunda edición, 2007.
- Instructivo Societario, Constitución, Aumento de capital y más actos societarios de las compañías mercantiles Sometidas al control de la Superintendencia de compañías, 2006 ver en:  
[www.supercia.gov.ec](http://www.supercia.gov.ec)
- Información de comprobantes de compra y venta. Ver en:  
[www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)
- SALVARREDY Julián (2003), Gestión Económica y Financiera de proyectos con Excel, editorial Omicron System S.A.

- SANTESMASES Miguel, Marketing conceptos y estrategias, cuarta edición.
- ZAPATA Pedro (2003), Contabilidad General, cuarta edición, editorial McGraw Hill.

# ANEXOS

**Capítulo II**

**Anexo N° 1**

**ENCUESTA DE SATISFACCIÓN**

1. **Cliente atendido:** .....
  
2. **Fecha de prestación del servicio:**.....
  
3. **¿Qué servicio le prestó la empresa?**  
.....  
.....
  
4. **Del servicio antes mencionado ¿Cuál es el estado de este?**  
Excelente ( )  
Muy bueno ( )  
Bueno ( )  
Regular ( )  
Malo ( )
  
5. **Qué tiempo se demoraron en la instalación del servicio**  
.....
  
6. **Después de la instalación del servicio en su empresa, ¿Qué servicio adicional posterior ha recibido?**  
.....
  
7. **Ha recibido alguna llamada después de la instalación del servicio.**  
.....

**Capítulo III  
Anexo N° 3  
DISEÑO DEL TRÍPTICO**

**VALORES  
INSTUTUCIONAL**

 Responsabilidad

 Eficiencia

 Puntualidad

 Transparencia



*"Eficiencia y seguridad a su servicio"*

**Dirección:** San Cayetano Alto • Av. Marcelino Champagnat • campus de la UTPL (Edf. de la UPSI, planta baja, Valle de Tecnología)  
LOJA • ECUADOR

**Teléfono:** (07) 257-0275, extensión 29-62

Correo electrónico: [redexperta@gmail.com](mailto:redexperta@gmail.com)

**RedExpert@**  
Servicio de Redes y Telecomunicaciones



**RedExpert@**

### ¿Quiénes somos?

RedExpert@ es una empresa dedicada a la Instalación de Redes y equipos de Telecomunicaciones, formada por jóvenes profesionales lojanas, especializadas en la Instalación, Mantenimiento, Asesoramiento, Auditoria, Capacitación, y Certificaciones de Puntos de Red para el uso de Equipos de Telecomunicación.

### VISIÓN

Llevar a la empresa a un sitio de alta competitividad, aprovechando las nuevas tecnologías y la formación especializada del personal.

### MISIÓN

Contribuir al desarrollo de la Región Sur del país en el área de telecomunicaciones, con servicios técnicos de calidad mediante profesionales capacitados.

### Nuestros Productos

#### 1. Diseño

- Diseño de redes para medios físicos e inalámbricos.
- Diseño de instalaciones de comunicación en el plano arquitectónico.
- Diseño del esquema de Direccionamiento de Red.

#### 2. Instalación y Configuración

- Instalación de medios físicos e inalámbricos.
- Configuración de medios físicos e inalámbricos.
- Instalación de equipos de redes.
- Configuración de equipos de redes.

#### 3. Mantenimiento

- Mantenimiento de puntos de Red
- Mantenimiento de Equipos de Red

#### 4. Auditoria de Redes

- Análisis y Diagnóstico de Redes Implantadas.

- Certificación de Puntos de Red.

- Recomendación de Mejores Prácticas.

#### 5. Seguridad de Redes

- Implementación de esquemas de Seguridad.
- Establecimiento de políticas de seguridad lógicas y físicas.
- Monitoreo de Redes.

#### 6. Asesoría y Capacitación

- Asesoría en redes de comunicación.
- Asesoría en la adquisición de Equipos de Telecomunicación.





Anexo N° 4  
DISEÑO DE ANUNCIO DE RADIO

**RedExpert@**

Si su empresa esta incomunicada y aún las redes informáticas no conocen su oficina, **RedExpert@** le ofrece la posibilidad de salir de la incomunicación y estar a la vanguardia en la telecomunicaciones.....

Si como lo oyó....

Ponemos a su disposición los siguientes productos diseño de redes, instalación y configuración de redes, mantenimiento de equipos de red, auditoría de redes, seguridad de redes y asesoría y capacitación para el uso de equipos.

Estamos ubicados en la Av. Marcelino Champagnat, campus de la UTPL, San Cayetano Alto edificio de la UPSI primer piso Valle de Tecnología, nuestro teléfono es 2570-575 extensión 2962 – 2222.

Recuerde somos la solución a sus problemas.....

*“Eficiencia y seguridad a su servicio”*

ANEXO N° 5  
DISEÑO DE PÁGINAS AMARILLAS



The advertisement is a rectangular box with a blue background and an orange border. At the top left is a small icon of a ship. To its right is the logo 'RedExpert@' in blue and orange, followed by the text 'Servicio de Redes y Telecomunicaciones'. Below this, the word 'Servicios:' is followed by a list of services: 'Diseño de redes, Instalación y Configuración de redes, Mantenimiento de redes, Auditoría de Redes, Seguridad de Redes Asesoría y Capacitación'. At the bottom of the blue section is the slogan '“Eficiencia y seguridad a su servicio”'. Below the blue section is a white box with a black border containing contact information: 'Dirección: Av. Marcelino Champagnat • campus de la UTPL • San Cayetano Alto -Edf. de la UPSI Primer Piso -Valle de Tecnología- • LOJA-ECUADOR', 'Teléfono: (07) 257-0275 extensión 2962', and 'Correo Electrónico: redexperta@gmail.com'.

Capítulo IV

ANEXO N° 6

**RedExpert@**

“Eficiencia y seguridad a su servicio”

**MANUAL DE  
PROCESOS DE LA  
EMPRESA  
REDEXPERTA**

## ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Matriz.....	3
3. Proceso de Venta.....	4
a) Objetivo.....	4
b) Aplicación.....	4
c) Alcance.....	4
d) Definiciones.....	4
e) Referencias.....	4
f) Políticas.....	4
g) Clientes.....	4
h) Productos.....	4
i) Responsables.....	4
j) Indicadores.....	5
k) Descripción de la operación del procedimiento (pasos).....	5
l) Diagrama de flujo.....	6
4. Proceso de Adquisición.....	7
a) Objetivo.....	7
b) Aplicación.....	7
c) Alcance.....	7
d) Definiciones.....	7
e) Referencias.....	7
f) Políticas.....	7
g) Clientes.....	7
h) Productos.....	7
i) Responsables.....	7
j) Indicadores.....	8
k) Descripción de la operación del procedimiento (pasos).....	8
l) Diagrama de flujo.....	9
5. Proceso de Instalación	

a) Objetivo.....	10
b) Aplicación.....	10
c) Alcance.....	10
d) Definiciones.....	10
e) Referencias.....	10
f) Políticas.....	10
g) Clientes.....	10
h) Productos.....	10
i) Responsables.....	10
j) Indicadores.....	11
k) Descripción de la operación del procedimiento (pasos).....	11
l) Diagrama de flujo.....	12

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente manual tiene la finalidad de describir los diferentes procesos que se realizan en la empresa RedExperta tanto en la adquisición de la materia prima, en el proceso de venta y en la instalación del servicio.

Este esta compuesto por lo siguientes componentes:

- Matriz
- Objetivo
- Aplicación
- Alcance
- Definiciones
- Referencias
- Políticas
- Productos
- Clientes
- Responsables
- Indicadores
- Formatos e instrumentos
- Descripción de la operación del procedimiento (pasos)
- Diagrama de flujo

## 2. MATRIZ

Para describir los diferentes procesos en los niveles estratégicos primeramente vamos ha establecer una matriz en la cual ubicamos los diferentes procesos que llevamos en la prestación del servicio.



### 3. PROCESO DE VENTA

#### a. Objetivo

Establecer el proceso de venta de la empresa Redexperta.

#### b. Aplicación

General (x)	Especifica ( )
Jefe del departamento de marketing y ventas.	

#### c. Alcance

Establecer relaciones comerciales con nuevos clientes o con los clientes ya establecidos.

#### d. Definiciones

Termino	Definición
Jefe del departamento de ventas y de marketing	Encargado de la parte de la obtención de nuevos clientes.
Cliente o comprador	Entidad encargada de abastecerse de nuestros servicios.

#### e. Referencias

Base de datos de empresas nuevas y ya existentes.

#### f. Políticas

- Calidad del servicio
- Transparencia en los negocios
- Asesoramiento técnico honesto y adecuado.
- Cumplimiento estricto de los contratos
- Reserva absoluta sobre base de datos de los clientes

#### g. Productos

- Diseño
- Instalación y Configuración
- Mantenimiento
- Auditoria de Redes
- Seguridad de Redes
- Asesoría y Capacitación

**h. Clientes**

<b>Cliente interno</b>	Empleados del área
<b>Cliente externo</b>	Empresa

**i. Responsables**

<b>Nivel</b>	<b>Dependencia</b>	<b>Función</b>	<b>Revisión y Aprobación</b>	<b>Descripción</b>
1	Departamento de ventas y marketing	Relacionista Público		Tener comunicación directa con los clientes de la empresa
1	Departamento de ventas y marketing	Jefe de marketing		Elaborar técnicas de venta y de marketing

**j. Indicadores**

<b>Código</b>	<b>Nombre</b>
RED 00-001-001	Número de clientes atendidos
RED 00-001-002	Número de ordenes de pedidos

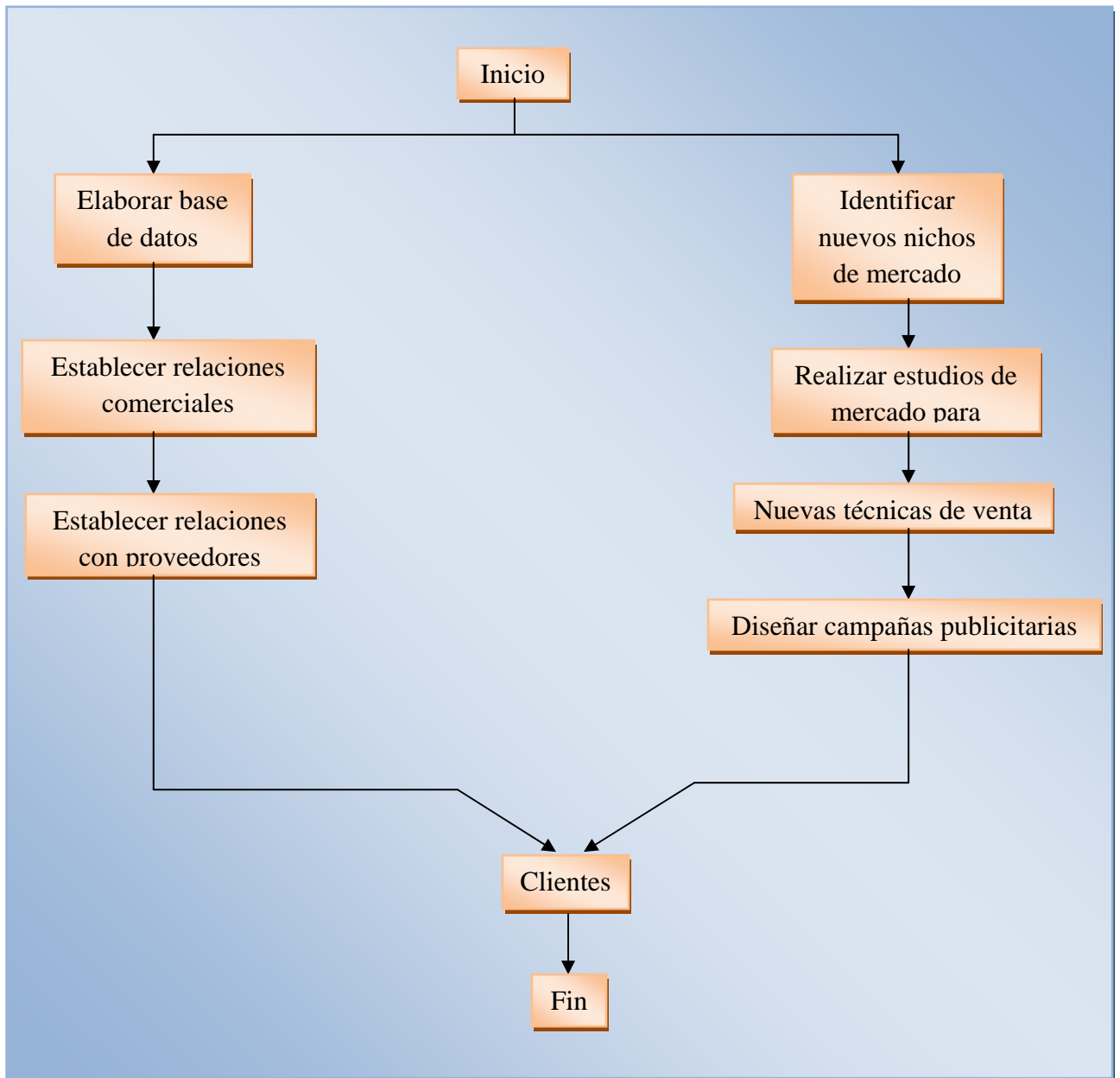
**k. Descripción de la operación del procedimiento (pasos)**

<b>Responsable</b>	<b>Descripción de actividades</b>	<b>Registro</b>
Relacionista público	<p><b>1. Elaborar base de datos de las empresas</b> Tiene que elaborar y mantener actualizada la base de datos de los clientes y socios comerciales.</p> <p><b>2. Establecer relaciones comerciales</b> Investigar nuevos posibles clientes y socios comerciales que nos ayuden a desarrollo de actividades de la empresa. Entre los principales aspectos que debemos tener en cuenta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Firmar convenios con empresas relacionadas</li> <li>- Buscar nuevos clientes</li> </ul> <p><b>3. Establecer acuerdos con proveedores a nivel nacional y local</b></p>	Base de datos de la empresa Convenios firmados.

	En este paso el relacionista público de entablar relaciones comerciales entre proveedores de otros servicios complementarios que den soporte a nuestros servicios.	
Jefe de marketing	<p><b>1. Identificar nuevos nichos de mercado</b> Realizar investigaciones para encontrar nuevas oportunidades para incursionar en nuevas líneas de negocio.</p> <p><b>2. Realizar estudios de mercado para nuevos productos.</b> Realizar investigaciones para conocer la aceptación de nuevos productos que se van a lanzar al mercado.</p> <p><b>3. Establecer nueva técnicas de venta</b> De las investigaciones antes realizadas se deben establecer nuevas técnicas de venta para captar más clientes. En este punto también se deben diseñar estrategias para mantener los clientes ya establecidos.</p> <p><b>4. Diseñar campañas publicitarias dirigidas al nuevo nicho de mercado</b> Con las estrategias ya establecidas, se deben diseñar las campañas para atraer los clientes de acuerdo con la información obtenida.</p>	Número de clientes captados



### 1. Diagrama de flujo



#### 4. PROCESO ADQUISICIÓN

##### a) Objetivo

Abastecer de insumos para la instalación del servicio

##### b) Aplicación

General ( )	Específica ( x )
Jefe del departamento de producción	

##### c) Alcance

Este procedimiento vincula a los proveedores locales y nacionales que provee de materia prima y de equipos especiales.

##### d) Definiciones

Termino	Definición
Jefe del departamento de producción	Encargado de la parte de la realización de las obras, compra de la materia prima.
Proveedor	Entidad encargada de proveer de materia prima especializada para la instalación del servicio.

##### e) Referencias

Base de datos de los proveedores

##### f) Políticas

Toda requisición tiene que tener su respectivo respaldo

Para la compra de materia prima se tiene que elaborar la orden de requisición.

##### g) Productos

- Diseño
- Instalación y Configuración
- Mantenimiento
- Auditoria de Redes
- Seguridad de Redes
- Asesoría y Capacitación

## h) Clientes

<b>Cliente interno</b>	Trabajadores del área
<b>Cliente externo</b>	Empresa

## i) Responsables

Nivel	Dependencia	Función	Revisión y Aprobación	Descripción
1	Departamento de producción	Responsable de adquisiciones	Jefe del Dep. de Producción	Despachar las ordenes de trabajo y las ordenes de adquisiciones

## j) Indicadores

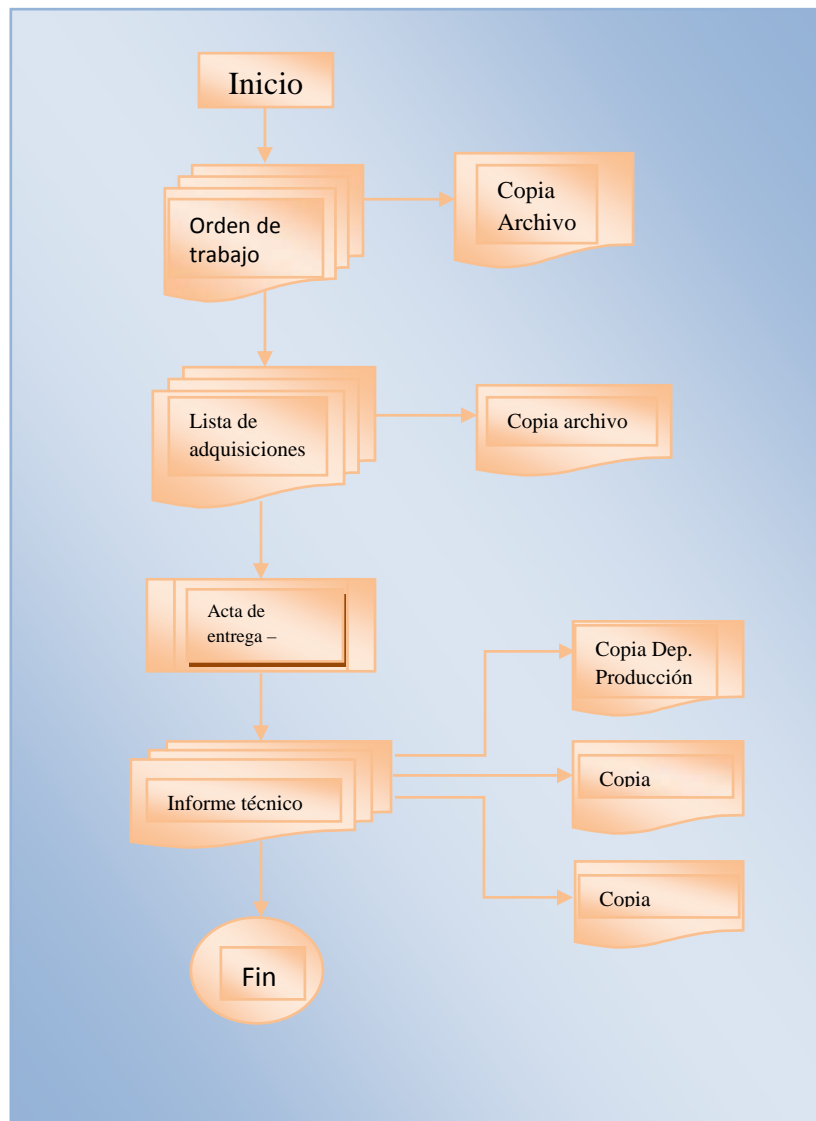
Código	Nombre
RED 00-002-001	Ordenes despachadas
RED 00-002-002	Material adquirido

## k) Descripción de la operación del procedimiento (pasos)

Responsable	Descripción de actividades	Registro
Responsable de adquisiciones	<p><b>1. Elaborar orden de trabajo</b> Elaborar orden de trabajo proveniente del departamento de ventas. Para eso es necesario llenar el formato de orden de trabajo con su respectivo original y copia para el archivo.</p> <p><b>2. Realizar lista de adquisiciones.</b> El responsable debe llenar de acuerdo a la orden de trabajo la respectiva descripción de las adquisiciones necesarias para el desarrollo de la obra para que sean adquiridas por el cliente o por el jefe de requisiciones de acuerdo al área y diseño del palno. Los paso que debe seguir son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Receptar orden de trabajo.</li> <li>2. Hacer orden de adquisiciones.</li> <li>3. Hacer el respectivo inventario de los materiales adquiridos.</li> <li>4. Receptar material sobrante y hacer el respectivo inventario</li> </ol> <p><b>3. Realizar acta de entrega-recepción del</b></p>	Formatos de órdenes de compra

	<p><b>material al responsable</b>                  Hacer el acta de entrega – recepción para el respectivo traspaso para la realización de la obra.  <b>4. Recibir el informe técnico de la obra</b>                  Dar el informe técnico al finalizar la obra al gerente general, jefe del departamento de producción y al cliente.</p>	
--	---	--

l) Diagrama de flujo



## 5. PROCESO DE INSTALACIÓN

### a) Objetivo

Tener un proceso de instalación con estándares de calidad

### b) Aplicación

General ( )	Especifica ( x )
Jefe del departamento de producción	

### c) Alcance

Este procedimiento vincula directamente al personal que labora en la empresa y al cliente.

### d) Definiciones

Termino	Definición
Jefe del departamento de producción	Encargado de la parte de la realización de las obras, compra de la materia prima.
Cliente	Persona que adquiere los servicios de la empresa-

### e) Referencias

Ordenes de producción.

### f) Políticas

En el proceso de instalación se debe realizar con los respectivos estándares de calidad.

Después de la instalación del servicio este debe pasar el control de calidad.

### g) Productos

- Diseño
- Instalación y Configuración
- Mantenimiento
- Auditoria de Redes
- Seguridad de Redes
- Asesoría y Capacitación

## h) Clientes

<b>Cliente interno</b>	Trabajadores del área
<b>Cliente externo</b>	Empresa

## i) Responsables

Nivel	Dependencia	Función	Revisión y Aprobación	Descripción
1	Departamento de producción	Responsable de instalación	Jefe del Dep. de Producción	Realizar los respectivos controles de calidad y evitar el malgasto de los insumos

## j) Indicadores

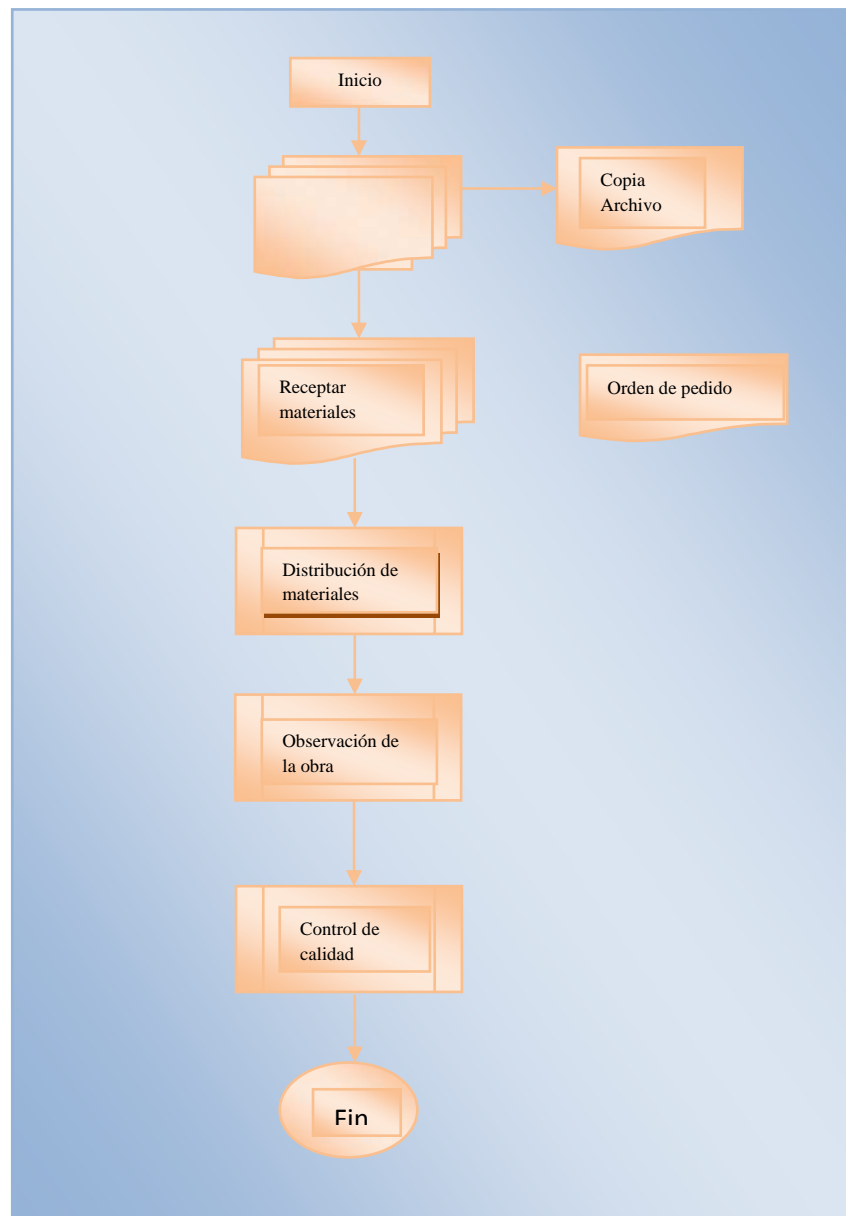
Código	Nombre
RED 00-003-001	Ordenes instaladas

## K) Descripción de la operación del procedimiento (pasos)

Responsable	Descripción de actividades	Registro
Responsable de instalación	<p><b>5. Recibir orden de trabajo</b> Receptar orden de trabajo con las especificaciones necesarias para la realización de la obra.</p> <p><b>2. Receptar materiales.</b> Verificar que todo los materiales ordenados sean de las mismas características que las requeridas. Para realizar esto se debe seguir los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden de pedido</li> <li>• Receptar materiales</li> <li>• Verificar que el material se encuentre en buenas condiciones.</li> </ul> <p><b>3. Distribución del material.</b> Entregar a los obreros o ayunantes el respectivo</p>	

	<p>material para la instalación del servicio.</p> <p><b>4. Vigilar que la obra se desarrolle se acuerdo a lo planeado.</b>                  Controlar la evolución de la obra de acuerdo al diseño planteado.</p> <p><b>5. Realizar control de calidad</b>                  Terminada la obra se debe realizar el respectivo control de calidad para verificar que todo se encuentra en perfecto funcionamiento.</p>	
--	--	--

1) Diagrama de flujo



## ANEXO N° 8

### REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

- **El nombre.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.
- **Solicitud de aprobación.-** La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).
- **Números mínimo y máximo de socios.-** La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).
- **Capital mínimo.-** El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía.



## EL OBJETO SOCIAL

Afiliaciones (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías)

- **Cámara de Comercio.-** En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

- **El origen de la inversión**

Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991.

### CÁMARAS A AFILIARSE, SEGÚN LA ACTIVIDAD...

La afiliación a las Cámaras es requisito para obtener la resolución aprobatoria de la escritura por la SC y en otros casos, para la inscripción en el Registro Mercantil. Si la actividad a desarrollarse corresponde a una de las detalladas a continuación, los interesados deben afiliarse a la Cámara correspondiente como parte del trámite de constitución.

Actividad de la compañía	Cámara a afiliarse	Requisito previo a..
Cualquier actividad industrial	Industriales o de la Pequeña Industria	Aprobación de escritura por SC
Actividades en el sector de construcción	Construcción	
Explotación minera, en cualquiera de sus fases	Minería	
Agricultura o la ganadería	Agricultura	
Actividades acuícola	Acuicultura	
Actividades turísticas	Cámara Provincial de Turismo	Inscripción en el Registro mercantil
Cualquier género de comercio	Comercio	

## ANEXO N° 9

## COSTOS DE CONSTITUCIÓN

## Gastos de Constitución

CONCEPTO	Valor/Dólares
Asesoría Legal y tramitología de la ADE (elaboración minuta, desarrollo del trámite de constitución y obtención del RUC a nombre de la Compañía.	<b>180,00</b>
<b>Gastos del Notario</b>	
Elevar Minuta a escritura pública	80.00
Marginación de Escrituras	20.00
<b>Subtotal</b>	<b>100.00</b>
<b>Gastos del Registro Mercantil</b>	
Inscripción de la Compañía	40.00
Nombramientos Gerente y Presidente	18.00
<b>Subtotal</b>	<b>58.00</b>
<b>Publicación del Extracto</b>	<b>30.00</b>
<b>Otros Gastos</b>	<b>20.00</b>
Apertura de Cuenta de Integración de Capital ( dicho valor será reembolsable culminada la Constitución, dicho valor no incluye el presupuesto total)	<b>400,00</b>
<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>388.00</b>

**REGISTRO DE MARCA**

<b>Detalle</b>	<b>TASAS INSTITUCIONALES</b>			
	<b>ADE</b>	<b>IEPI</b>	<b>SUBTOTAL</b>	<b>TIEMPO</b>
Búsqueda del nombre	10,00	8,00	18,00	8 días
Registro de marca	30,00	54,00	84,00	7 meses
Emisión del título	10,00	28,00	38,00	2 meses
<b>SUBTOTAL</b>	<b>50,00</b>	<b>90,00</b>	<b>140,00</b>	<b>10 meses</b>

**ANEXO N° 10  
DEPRECIACIONES**

**Metodo de Depreciación:** Lineal

**Formula:** Valor = valor del activo - valor residual /vida útil

**VIDA ÚTIL**

**Equipo de Oficina:** 10 Años

**TABLA DE DEPRECIACIONES**

<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL 10%</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO NETO</b>
1	Cámara digital	375	37,50	10	33,75	33,75	341,25
2	Cámara digital	341	37,50	10	33,75	67,50	307,50
3	Cámara digital	308	37,50	10	33,75	101,25	273,75
4	Cámara digital	274	37,50	10	33,75	135,00	240,00
5	Cámara digital	240	37,50	10	33,75	168,75	206,25
6	Cámara digital	206	37,50	10	33,75	202,50	172,50
7	Cámara digital	173	37,50	10	33,75	236,25	138,75
8	Cámara digital	139	37,50	10	33,75	270,00	105,00
9	Cámara digital	105	37,50	10	33,75	303,75	71,25
10	Cámara digital	71	37,50	10	33,75	337,50	37,50

<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL 10%</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Ponchadora	47,04	4,70	10	4,23	4,23	42,81
2	Ponchadora	42,81	4,70	10	4,23	8,46	38,58
3	Ponchadora	38,58	4,70	10	4,23	12,69	34,35
4	Ponchadora	34,35	4,70	10	4,23	16,92	30,12
5	Ponchadora	30,12	4,70	10	4,23	21,15	25,89
6	Ponchadora	25,89	4,70	10	4,23	25,38	21,66
7	Ponchadora	21,66	4,70	10	4,23	29,61	17,43
8	Ponchadora	17,43	4,70	10	4,23	33,84	13,20
9	Ponchadora	13,20	4,70	10	4,23	38,07	8,97
10	Ponchadora	8,97	4,70	10	4,23	42,30	4,74
<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL 10%</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Testeadora	24,00	2,40	10,00	2,16	2,16	21,84
2	Testeadora	22	2,40	10,00	2,16	4,32	19,68
3	Testeadora	20	2,40	10,00	2,16	6,48	17,52
4	Testeadora	18	2,40	10,00	2,16	8,64	15,36
5	Testeadora	15	2,40	10,00	2,16	10,80	13,20
6	Testeadora	13	2,40	10,00	2,16	12,96	11,04
7	Testeadora	11	2,40	10,00	2,16	15,12	8,88
8	Testeadora	9	2,40	10,00	2,16	17,28	6,72

9	Testeadora	7	2,40	10,00	2,16	19,44	4,56
10	Testeadora	5	2,40	10,00	2,16	21,60	2,40
<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL 10%</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Switch 24 puertos	560,00	56,00	10	50,40	50,40	510
2	Switch 24 puertos	510	56,00	10	50,40	100,80	459
3	Switch 24 puertos	459	56,00	10	50,40	151,20	409
4	Switch 24 puertos	409	56,00	10	50,40	201,60	358
5	Switch 24 puertos	358	56,00	10	50,40	252,00	308
6	Switch 24 puertos	308	56,00	10	50,40	302,40	258
7	Switch 24 puertos	258	56,00	10	50,40	352,80	207
8	Switch 24 puertos	207	56,00	10	50,40	403,20	157
9	Switch 24 puertos	157	56,00	10	50,40	453,60	106
10	Switch 24 puertos	106	56,00	10	50,40	504,00	56
<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL 10%</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Router	102,00	10,20	10	9,18	9,18	92,82
2	Router	93	10,20	10	9,18	18,36	83,64
3	Router	84	10,20	10	9,18	27,54	74,46
4	Router	74	10,20	10	9,18	36,72	65,28
5	Router	65	10,20	10	9,18	45,90	56,10

6	Router	56	10,20	10	9,18	55,08	46,92
7	Router	47	10,20	10	9,18	64,26	37,74
8	Router	38	10,20	10	9,18	73,44	28,56
9	Router	29	10,20	10	9,18	82,62	19,38
10	Router	19	10,20	10	9,18	91,80	10,20
<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL 10%</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Access Point	160,00	16,00	10	14,40	14,40	145,60
2	Access Point	146	16,00	10	14,40	28,80	131,20
3	Access Point	131	16,00	10	14,40	43,20	116,80
4	Access Point	117	16,00	10	14,00	57,20	102,80
5	Access Point	103	16,00	10	14,40	71,60	88,40
6	Access Point	88	16,00	10	14,40	86,00	74,00
7	Access Point	74	16,00	10	14,40	100,40	59,60
8	Access Point	60	16,00	10	14,40	114,80	45,20
9	Access Point	45	16,00	10	14,40	129,20	30,80
10	Access Point	31	16,00	10	14,40	143,60	16,40
<b>AÑO</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL 10%</b>	<b>AÑOS DE VIDA UTIL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR NETO</b>
1	Cripiadoras RJ45	40,32	4,03	10	3,63	3,63	37
2	Cripiadoras RJ45	37	4,03	10	3,63	7,26	33
3	Cripiadoras RJ45	33	4,03	10	3,63	10,89	29

4	Cripiadoras RJ45	29	4,03	10	3,63	14,52	26
5	Cripiadoras RJ45	26	4,03	10	3,63	18,15	22
6	Cripiadoras RJ45	22	4,03	10	3,63	21,78	19
7	Cripiadoras RJ45	19	4,03	10	3,63	25,41	15
8	Cripiadoras RJ45	15	4,03	10	3,63	29,04	11
9	Cripiadoras RJ45	11	4,03	10	3,63	32,67	8
10	Cripiadoras RJ45	8	4,03	10	3,63	36,30	4,02



Anexo N° 11



Servicio de Redes y Telecomunicaciones

**MODELO PARA REGISTRAR LOS INGRESOS Y GASTOS**

N° 000000

FECHA	DOCUMENTO DE RESPALDO	DETALLE	INGRESO	EGRESO

## ANEXO N° 15

## PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS		COSTO VARIABLE	
Gerente General	3600	MOD	1728
Contabilidad Compartida	240	Teléfono	240,00
Gastos de oficina	132,05	MOI	<u>316,8</u>
Publicidad	2132,56	<b>TOTAL COSTO VARIABLE</b>	<b>2284,8</b>
Arriendo	<u>1200,00</u>		
<b>TOTAL COSTO FIJO</b>	<b>7304,61</b>		
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>9589,41</b>		
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>3610,55</b>		

## FORMULA

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

$$\text{P.E. \$} = 19893,39 \text{ Anual}$$

$$\text{P.E. \$} = 1657,78 \text{ Mensual}$$

**ANEXO N° 16**

**PROYECCIONES CON PUNTO DE EQUILIBRIO**

**P.E.\$** 1657,78

**% DE**

**INCREMENTO** 0,33

**PROYECCIONES DE INGRESOS**

MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	ENE.	FEB.	MAR.	
1696,04	1735,17	1775,22	1816,18	1858,09	1900,97	1944,84	1989,72	2035,64	2082,61	2130,67	2204,85	23170,00

## **OTROS ANEXOS**

- Papelería y Documentos contables .....Anexo N° 2
- Cronograma Administrativo.....Anexo N° 7
- Balance General.....Anexo N° 12
- Flujo de caja.....Anexo N° 13
- Costos.....Anexo N° 14
- Nuevo Flujo de Caja.....Anexo N° 17
- Presupuesto Plan de de Marketing.....Anexo N° 18
- Contrato Valle de tecnología .....Anexo N° 19

