



**UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA YAMBURARA PERIODO  
MARZO 2010 - FEBRERO 2011”

*“Tesis de grado previa a la  
obtención del título de ingeniero en  
Administración de Empresas”*

**AUTOR:**

*Diana Cecibel Espinoza Saraguro*

**DIRECTORA:**

*Eco: Sandra Ramón*

**LOJA - ECUADOR**  
2011



## **CERTIFICO:**

Que la Srta. Diana Cecibel Espinoza Saraguro, autora de la tesis “**PLAN DE NEGOCIOS DE YAMBURARA**”, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento General de la Universidad Técnica Particular de Loja, la misma que ha sido coordinada y revisada durante todo el proceso de desarrollo, desde su inicio hasta la culminación, por lo cual autorizo su presentación

Eco. Sandra Ramón  
**DIRECTORA DE TESIS**



## AUTORÍA

Los conceptos, opiniones, datos obtenidos e interpretación de ideas del presente trabajo son de absoluta responsabilidad de la autora.

Diana Espinoza



## **DEDICATORIA**

Este presente trabajo de investigación va dedicado a Dios por darme la sabiduría para culminar mis estudios, y a mis padres por apoyarme de manera incondicional durante mi carrera universitaria.

DIANA ESPINOZA



## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Diana Cecibel Espinoza Saraguro, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja, que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Diana Espinoza

CI: 1104086044



## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento eterno a los catedráticos de la carrera de administración de empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja, quienes con generosidad y absoluta sinceridad impartieron sus sabias experiencias, y de manera muy especial a la Economista Sandra Ramón directora de la presente tesis, quién con sus valiosos conocimientos permitió que el presente trabajo tenga el éxito deseado.

Además mi sincero agradecimiento al Ing. Diego Merchán Gerente de la empresa de Yamburara por su valiosa colaboración y apoyo para el desarrollo de la presente investigación.

Diana Espinoza



## Índice de Contenidos

<b>CONTENIDOS:</b>	<b>PÁGINA</b>
Certificación.....	i
Autoría.....	ii
Dedicatoría.....	iii
Cesión de Derechos.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen Ejecutivo.....	1

### **CÁPITULO I**

<b>1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....</b>	<b>4</b>
1.1 Información general de la empresa.....	4
1.2 Información específica.....	4
1.3 Origen y desarrollo de Yamburara.....	5
1.4 Portafolio de productos.....	6

### **CAPITULO II**

<b>2. PLAN DE MERCADO.....</b>	<b>14</b>
2.1 Planteamiento de objetivos del estudio de mercado .....	14
2.2 Segmentación del mercado.....	14
2.2.1 Características del segmento.....	15
2.3 Mercado total.....	15
2.4 Mercado potencial.....	16
2.5 Mercado objetivo.....	17
2.6 Mercado meta.....	18
2.7 Perfil del cliente.....	19
2.8 Competencia .....	19



---

2.9 Análisis FODA.....	21
------------------------	----

### **CAPÍTULO III**

<b>3. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>25</b>
3.1 Imagen corporativa de Yamburara.....	25
3.1.1 Logotipo.....	25
3.1.2 Slogan.....	25
3.1.3 Colores.....	25
3.1.4 Material de presentación.....	26
3.2 Mix de marketing.....	27
3.2 Mix de marketing.....	27
3.2.1 Presentación del servicio.....	27
3.2.2 Precios.....	29
3.2.3 Plaza.....	30
3.2.4 Publicidad.....	31
3.2.5 Promoción .....	35

### **CAPÍTULO IV**

<b>4. PLAN DE PRODUCCIÓN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Diagrama del proceso administrativo.....	38
4.2 Descripción del proceso.....	39

### **CAPÍTULO V**

<b>5. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.....</b>	<b>44</b>
5.1 Estructura legal de la empresa.....	44
5.2 Estructura organizacional.....	44
5.2.1 Organigrama estructural.....	44
5.2.2 Estructura funcional.....	45
5.3 Manual de funciones.....	45



## CAPÍTULO VI

<b>6. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....</b>	<b>48</b>
6.1 Inversiones del proyecto.....	48
6.2 Aportes de capital y financiamiento.....	48
6.3 Ingresos y gastos.....	49
6.3.1 Determinación de los ingresos.....	49
6.3.2 Determinación de gastos.....	50
6.4 Estado de resultados.....	51
6.5 Flujo de caja.....	51
6.6 Evaluación financiera.....	53
6.6.1 VAN.....	53
6.6.2 TIR.....	53
6.6.3 Costo-Beneficio.....	54
6.6.4 Período de recuperación.....	55
Conclusiones y Recomendaciones.....	57
Bibliografía.....	60
<b>Anexos.....</b>	<b>62</b>
Anexo 1: Datos de la empresa.....	63
Anexo 2: Página web y banner.....	68
Anexo 3: Portafolio de la empresa.....	69
Anexo 4: Tríptico.....	73
Anexo 5: Detalle de los dominios.....	75
Anexo 6: Detalle de ingresos.....	77
Anexo 7: Cálculo de la tasa de crecimiento.....	78
Anexo 8: Detalle de cuadros administrativos.....	79
Anexo 9: Amortización.....	80
Anexo 10: Rol de pagos.....	81



## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente a nivel mundial, la mayoría de las empresas utilizan mecanismos más rápidos y mejores para promocionarse en el mercado con el interés de generar en los consumidores un posicionamiento de sus productos y servicios.

Uno de estos mecanismos se encuentra relacionado con la tecnología de la información que se maneja a través de Internet y en nuestro país en los últimos años esta herramienta se ha desarrollado de forma paulatina pero eficiente, como es el caso de Yamburara que ha encontrado el éxito, brindando servicios de desarrollo web como: hosting y dominio y principalmente brindando publicidad a las empresas por medio de internet.

Este mecanismo se caracteriza no solo por brindar el beneficio de la rapidez en la comunicación que permite el desarrollo y mejor desenvolvimiento de las actividades de la empresa, sino que también facilita su relación con los clientes, proveedores y aliados.

Por lo antes mencionado se ha creído conveniente realizar un plan de negocios que permita tomar decisiones y acciones acordes a la situación de la misma, con el objetivo de ganar mercado para ampliar sus utilidades.

Mediante este plan se ha logrado determinar el mercado objetivo donde se desea llegar, que son las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Loja, así como también profesionales e instituciones educativas que deseen un espacio en la web por medio del internet.

Pudiendo observar que la empresa no cuenta con competidores directos y su principal debilidad es su falta de promoción entre las empresas lojanas para hacer conocer sus servicios, para poder promocionarse en la localidad.

El proyecto requiere de una inversión de \$ 8.760,25 los mismos que se financiarán con aportes propios de los socios, se utilizo algunos métodos de valoración de



proyectos como son: VAN, TIR, y el Análisis Beneficio-Costo. A continuación se indica los resultados obtenidos:

- Para determinar el VAN se consideró que el tiempo previsto es de 5 años y se tomo como tasa de interés para actualizar los ingresos futuros esperados el valor de la TMAR de 0,15%. Se invertirá en el proyecto 8.760,25 y al final de los 5 años se obtendrá un VAN de 5161,55 que sería el beneficio real de la inversión, lo que significa que el proyecto es rentable.
- La Tasa Interna de Retorno es de 31,83%, lo que significa que la inversión es aceptable, porque el resultado obtenido es superior a la TMAR de 15%
- El beneficio / costo es mayor  $> 1$ ; esto nos indica que por cada dólar que se invierta, se obtendrá una utilidad de 0,67 centavos como utilidad o ganancia neta.

Se puede concluir de acuerdo al resultado obtenido de los indicadores expuestos que el proyecto es factible.



# CAPITULO I

## PRESENTACIÓN DE YAMBURARA



## 1. Presentación de la Empresa.

### 1.1 Información General de Yamburara

Esta información recoge datos generales de la empresa, los mismos que ayudan a tener una idea global del negocio.

- **Gerente:** Ing. Diego Merchán
- **Dirección Electrónica:** *www.yamburara.com*
- **Teléfonos:** *(593) (07) 2 570275 Ext. 2558*  
*(593) 082512819*
- **Equipo de Trabajo:** Ing. Gabriel Vire  
Dra. Elizabeth Ramón (Contadora)

### 1.2 Información Específica de Yamburara

Con esta información se identifica claramente su misión, visión, valores y servicios que realiza para ofrecer a sus clientes.

- **Misión:**

Mantener alta seguridad, estabilidad y soporte de los contenidos web hospedados a los clientes.

- **Visión:**

Brindar las mejores soluciones de hospedaje web garantizando disponibilidad total.

#### 1.2.1 Objetivos de la Empresa:

**General:**

- ✓ Brindar servicios informáticos y nuevas tecnologías, a todas las personas, instituciones, empresas que deseen estar comunicados por medio del internet.

### Específicos:

- ✓ Ofrecer hosting/dominio a pequeñas y medianas empresas, a un precio competitivo en el mercado.
- ✓ Proporcionar servicios de calidad, contribuyendo con el desarrollo de la sociedad en general.
- ✓ Fomentar y apoyar el emprendimiento al otorgar presencia en la Web.
- ✓ Brindar soluciones integrales mediante un portafolio amplio de productos y servicios.
- ✓ Contar con personal técnico capacitado y actualizado en sus conocimientos para garantizar el éxito en la solución de los requerimientos.
- ✓ Apoyar al fortalecimiento de las empresas de la ciudad de Loja, ayudándoles a captar más clientes, mejorando su imagen a través de los servicios que ofrecemos.

#### 1.2.4 Valores de Yamburara

Dentro de Yamburara, se ejercita los siguientes valores.



#### 1.3 Origen y Desarrollo de Yamburara

Yamburara es una empresa ecuatoriana, con sede en la ciudad de Loja, constituida y registrada legalmente en la Súper-intendencia de Compañías del Ecuador. Creada el 26 de mayo del 2008, en la ciudad de Loja como Sociedad Anónima, con la integración de 3 socios, dirigida por el Ingeniero Diego Merchán. El domicilio principal de la compañía es en la Universidad Técnica Particular de Loja- Cite Valle



de Tecnología ubicado en San Cayetano Alto s/n, calle París.

Yamburara viene trabajando incansablemente para ampliarnos al mercado nacional, bien sea participando como auspiciantes de eventos tecnológicos y/o con una divulgación ardua a través del empleo de redes sociales por Internet, nació con el afán de ayudar a las personas, instituciones, empresas, etc. a tener un espacio en el internet. Posee servidores en los Estados Unidos, Houston. La disponibilidad del servicio tiene un promedio por año de 99.95%, lo que quiere decir que de los 365 días del año, los servidores por alguna causa podrían estar abajo no más de 3 horas y media.

Yamburara cuenta con diferentes paquetes de hosting, que el cliente puede escoger de acuerdo a sus necesidades, como Bitácora, Villonaco, Cayambe, Coropuna, así como dominios en sus diferentes extensiones.

A continuación se presenta de forma detallada los servicios que ofrece:

#### **1.4 Portafolio de Productos**

La empresa Yamburara ofrece a sus clientes una gama variada de productos y servicios que están a su disposición en la página web, pueden ser elegidos de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

##### **1.4.1. Planes de Hosting**

El término hosting<sup>1</sup> consiste en brindar un determinado espacio en disco duro en un servidor web que permite alojar u hospedar contenido en general, audiovisual y multimedia según los requerimientos del usuario y el público al que se dirigirá.

Así, los planes de hosting, cubren tanto las necesidades de una persona que desea tener un blog o su sitio web personal, o para pequeñas empresas que quieren difundir sus productos, hasta un nivel más avanzado, en el que las visitas mensuales sea un elemento importante a la hora de contratar un plan de hosting.

---

<sup>1</sup> Citado por Superhosting.cl. (2000). Hosting: Que es un hosting o alojamiento web. [En Línea]. Chile. Disponible en: <http://www.superhosting.cl/faqs/que-es-un-hosting-o-alojamiento-web.html>



### 1.4.1.1 Detalle de Planes de Hosting

#### ❖ Software para administración de plan de hosting

Todos los planes de hosting vienen acompañados de uno de los mejores tipos de software de administración para hosting que existe a nivel mundial, hablamos de cPanel.

Se trata de un software que permite tener un completo acceso y personalización de un plan de hosting, abarca aspectos como:

- Gestión de cuentas de correo electrónico.
- Control de spam.
- Administración de archivos.
- Acceso y cuentas FTP.
- Dominios, subdominios, dominios adicionales, dominios parqueados.
- Bases de datos.
- Gestión de seguridad.
- Herramientas para instalación de sitios web (CMS), blogs, foros, chats, etc.
- Soporte para Ruby on Rails.
- Medidores de estadísticas, entre otros.

#### ❖ Espacio en disco

El espacio en disco para un plan de hosting viene determinado por las necesidades del cliente a la hora de planificar qué es lo que quiere conseguir una vez que decida elaborar su sitio web.

Según las necesidades del cliente, se ha diseñado planes de hosting que permiten al cliente elegir su mejor alternativa, unos con poco espacio en disco, generalmente para sitios web personales, y otros con un considerable espacio, en especial recomendable para empresas que además de tener muchas visitas mensualmente, necesitan interactuar con el cliente a través de medios-audiovisuales; puede también ser útil para desarrolladores/programadores web que desean ejecutar su aplicación vía web y en el que saben que necesitarán una base de datos que les permita gestionar una importante capacidad de almacenamiento en Internet.



## ❖ **Transferencia mensual**

A la hora de escoger qué plan de hosting cubrirá de mejor manera las necesidades de un usuario, es muy importante tener claro qué es lo que se quiere conseguir con el sitio web una vez ya esté listo.

Dentro de esa visión que tiene el cliente, dos aspectos de fundamental importancia son: espacio en disco duro y sobre todo la cantidad de transferencia mensual que un plan de hosting nos puede ofrecer.

La menor o mayor capacidad de transferencia mensual nos determinará cuántas visitas mensualmente podremos tener en nuestro sitio web, de ahí la importancia de este aspecto, por lo general un ancho de banda de 1 GB mensual en promedio nos puede soportar entre 1200 a 1500 visitas mensuales, dependiendo del contenido pesado o liviano del sitio web.

## ❖ **Correo electrónico**

El software de administración nos permite hacer todas las configuraciones posibles para trabajar con las cuentas de correo electrónico, bien sea para crear cuentas, asignar un determinado espacio en disco para cada una, habilitar control de spam, realizar configuraciones para trabajar con servidores de correo externos, revisar el correo a través de un navegador web, configurar nuestro cliente de escritorio para revisar el correo electrónico, etc.

Un punto importante a tomar en cuenta en esta sección, es el espacio en disco que tenemos asignado a nuestro plan de hosting, pues mientras mayor espacio le asignemos a una cuenta de correo electrónico, menor espacio tendremos para cargar contenidos a nuestro sitio web.

Ante esto, una alternativa muy válida para evitar que el espacio en disco asignado se agote y por otro lado no tener que preocuparnos por el hecho de que cada vez nos vamos quedando con menos espacio en disco, es el uso de un servicio de Google, conocido como Google Apps.

Dicho servicio nos permite trabajar con el dominio de nuestro sitio web pero con toda la tecnología de Google y correo electrónico para gestionar las cuentas de correo electrónico. De manera gratuita Google nos permite usar hasta 50 cuentas de correo electrónico, pasado ese número Google cobra un valor determinado por cada cuenta.



## ❖ **Carga de archivos**

La carga de archivos al sitio web se lo puede realizar principalmente a través de dos vías, la una es hacer uso de un cliente FTP, que nos permite con tan sólo fijar los datos de configuración respectivos, como es la dirección IP o dirección del servidor web, usuario y contraseña, tener acceso a todos los archivos de nuestro plan de hosting. Esta forma es la más empleada, debido a su facilidad de uso.

La otra forma es hacerlo a través del software de administración que brindan en cada plan de hosting, a través de una interfaz vía web, a la que pueden tener acceso mediante un navegador web. Tenemos casi la misma funcionalidad de un cliente FTP, la diferencia está en que un cliente FTP es posible arrastrar y soltar un número determinado de archivos a cargar o trasladar al servidor web, mientras que a través del cPanel tendrán que hacerlo archivo por archivo o en su defecto subir un archivo comprimido de los elementos a cargar.

## ❖ **Bases de datos**

La gestión de las bases de datos de los sitios web en un plan de hosting, se constituye en un aspecto importante tanto en velocidad de acceso, así como la capacidad que tenemos para almacenar información dentro de ellas.

A través del software de administración, es posible crear bases de datos, usuarios con sus respectivos permisos para el acceso a ellas, y por supuesto el acceso a PHPMyAdmin que permite tener un control sobre cada base de datos a nivel de tablas, filas y columnas.

En lo que se refiere a lenguajes de programación para sitios web, uno de los más usados debido a su dinamismo a la hora de dar interacción al visitante, es el PHP. Nuestros planes de hosting, a más de proveer soporte para este lenguaje, existe la posibilidad de trabajar con scripts CGI, Pearl, soporte para Ruby on Rails (framework para desarrollo de aplicaciones/sistemas web), entre otros.

## ❖ **CMS, blogs, foros, chats.**

Para facilitar la administración de su plan de hosting ofrecemos a nuestros clientes una herramienta llamada Fantastico De Luxe, que se encuentra integrada en cPanel. A través de ésta y con un máximo de 3 clics puede instalar en su sitio un sin número de funciones como por ejemplo foros, CMSs, e-commerce, faqs, blogs, encuestas,



formularios, chats, wikis, y muchos otros scripts que le facilitarán el trabajo y ampliarán los servicios que su sitio puede ofrecer, todo ello con la facilidad de sólo unos clics.

En el siguiente cuadro se encuentran las características y los precios de los planes que ofrece Yamburara:

### **Cuadro # 1**

#### **Planes de Hosting**

	<b>Plan Básico</b>	<b>Plan Mediano</b>	<b>Plan Avanzado</b>	<b>Plan Profesional</b>	<b>Plan Reseller</b>
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<i>Bitácora</i>	<i>Villonaco</i>	<i>Cayambe</i>	<i>Coropuna</i>	<i>Huacarán</i>
<i>Espacio en Disco Duro</i>	512 MB	2 GB	4 GB	6 GB	10
<i>Transferencia mensual (GB)</i>	5	10	15	20	30
<i>Cuentas de correo</i>	10	100	200	300	Sin límite
<i>Cuentas de FTP</i>	10	100	200	300	Sin límite
<i>Listas de correo</i>	10	100	200	300	Sin límite
<i>Bases de datos MySQL</i>	10	100	200	300	Sin límite
<i>Subdominios</i>	10	100	200	300	Sin límite
<i>Dominios parqueados</i>	5	100	200	300	500
<i>Dominios adicionales</i>	5	100	200	300	500
<i>cPanel</i>	SI	SI	SI	SI	SI
<i>Fantástico De Luxe</i>	SI	SI	SI	SI	SI
<i>PHP</i>	SI	SI	SI	SI	SI
<i>CGI</i>	SI	SI	SI	SI	SI
<i>Costos de Activación</i>	NINGUNO	NINGUNO	NINGUNO	NINGUNO	NINGUNO
<i>Tarifa mensual</i>	-	-	-	-	US\$ 15,00
<i>Tarifa semi-anual</i>	-	US\$ 25,00	US\$ 32,50	US\$ 40,00	US\$ 75,00
<i>Tarifa anual</i>	US\$ 22,00	US\$ 50,00	US\$ 65,00	US\$ 80,00	US\$ 150,00

**Fuente:** Datos obtenidos en la empresa

#### **1.4.2 Registro de Dominios**

El registro de dominios que se ofrece abarca entre los más comunes, las extensiones de nombres de dominio .com, .net, .org, .info, .name, sin embargo en caso de que las necesidades del cliente requieran un dominio con una extensión especial, podemos también cubrir el requerimiento.

Para dominios de nivel nacional, es decir, los dominios con extensión .EC ofrecemos también una amplia variedad de registros, por ejemplo, .com.ec, .ec, .med.ec, .pro.ec, .fin.ec, etc.

A continuación se detallan todos los dominios que ofrece la empresa:

### **Cuadro # 2**

#### **Detalle de los Dominios**

<b>TLD</b>	<b>Min. Años</b>	<b>Registrar</b>	<b>Transferir</b>	<b>Renovar</b>
.com	1	\$10.99 USD	\$10.99 USD	\$10.99 USD
.net	1	\$10.99 USD	\$10.99 USD	\$10.99 USD
.info	1	\$9.99 USD	\$11.99 USD	\$11.99 USD
.biz	1	\$9.99 USD	\$8.99 USD	\$9.99 USD
.org	1	\$9.99 USD	\$9.99 USD	\$9.99 USD
.name	1	\$9.99 USD	\$9.99 USD	\$9.99 USD
.ec	1	\$38.00 USD	-	\$38.00 USD
.com.ec	1	\$38.00 USD	-	\$38.00 USD
.net.ec	1	\$38.00 USD	-	\$38.00 USD
.org.ec	1	\$38.00 USD	-	\$38.00 USD
.edu.ec	1	\$38.00 USD	-	\$38.00 USD
.pro.ec	1	\$23.00 USD	-	\$23.00 USD
.med.ec	1	\$23.00 USD	-	\$23.00 USD
.fin.ec	1	\$23.00 USD	-	\$23.00 USD
.info.ec	1	\$23.00 USD	-	\$23.00 USD
.ac	1	\$109.99 USD	\$0.00 USD	\$109.99 USD
.ag	1	\$99.00 USD	\$99.00 USD	\$99.00 USD
.am	1	\$109.99 USD	\$109.99 USD	\$109.99 USD
.at	1	\$189.00 USD	\$189.00 USD	\$189.00 USD
.be	1	\$50.00 USD	\$50.00 USD	\$50.00 USD
.bz	1	\$10.99 USD	\$27.99 USD	\$27.99 USD
.cc	1	\$38.99 USD	\$38.99 USD	\$38.99 USD
.cn	1	\$15.99 USD	\$44.99 USD	\$15.99 USD
.de	1	\$14.99 USD	\$27.99 USD	\$27.99 USD
.eu	1	\$20.99 USD	\$20.99 USD	\$20.99 USD
.fm	1	\$109.99 USD	\$109.99 USD	\$109.99 USD
.gs	1	\$60.99 USD	\$0.00 USD	\$60.99 USD
.hn	1	\$152.99 USD	\$152.99 USD	\$152.99 USD
.im	1	\$99.00 USD	\$0.00 USD	\$83.99 USD
.in	1	\$9.99 USD	\$15.99 USD	\$15.99 USD
.io	1	\$109.99 USD	\$0.00 USD	\$109.99 USD
.it	1	\$109.99 USD	\$109.99 USD	\$109.99 USD
.jobs	1	\$110.99 USD	\$176.00 USD	\$176.00 USD
.la	1	\$43.99 USD	\$43.99 USD	\$43.99 USD
.me	1	\$14.99 USD	\$20.99 USD	\$20.99 USD
.mobi	1	\$9.99 USD	\$27.99 USD	\$16.99 USD
.mx	1	\$54.99 USD	\$0.00 USD	\$0.00 USD
.sc	1	\$94.99 USD	\$94.99 USD	\$94.99 USD
.sh	1	\$109.99 USD	\$0.00 USD	\$109.99 USD
.tel	1	\$12.99 USD	\$0.00 USD	\$16.99 USD
.tl	1	\$44.99 USD	\$0.00 USD	\$44.99 USD
.travel	1	\$109.99 USD	\$109.99 USD	\$109.99 USD
.tv	1	\$25.99 USD	\$36.99 USD	\$38.99 USD
.tw	1	\$37.99 USD	\$37.99 USD	\$37.99 USD
.us	1	\$9.99 USD	\$9.99 USD	\$9.99 USD
.vc	1	\$43.99 USD	\$43.99 USD	\$43.99 USD
.ws	1	\$15.99 USD	\$15.99 USD	\$15.99 USD

Fuente: Datos obtenidos de la empresa

### **1.4.3 Soporte al cliente**

Yamburara cuenta con un sistema de tickets de soporte a través del sitio web, para ello es necesario acceder a <http://yamburara.com/soporte> iniciar sesión o registrar



una cuenta de manera gratuita y a continuación abrir un ticket de soporte. Dicha sección también es llamada el Área al cliente.

El tiempo estimado en dar respuesta a un ticket no sobrepasa un día laborable, cuando el problema de un cliente es crítico se atiende incluso los fines de semana, feriados o en horarios fuera de trabajo. Además, en el área al cliente poseemos una FAQ donde se encuentra obviamente las preguntas más importantes y de mayor duda que un cliente tiene cuando se presta a adquirir o ya luego de haber adquirido un plan de hosting, es posible acceder a la FAQ en la siguiente dirección web: <http://www.yamburara.com/soporte/knowledgebase.php>.

#### **1.4.4 Activación y Plazos de Entrega**

Un vez que usted realiza la petición de un determinado servicio, Yamburara acepta su pedido de forma automática por lo que en el caso de planes de hosting usted puede acceder de manera inmediata a la administración de su sitio.

Una vez que su dominio ha sido comprado y se ha registrado toda la información necesaria, existe un periodo de tiempo, entre uno y dos días, conocido como propagación, éste tiempo es el necesario para que los servidores ubicados en los distintos lugares del mundo hayan registrado ese dominio de tal forma que se pueda acceder a su sitio web desde cualquier lugar.

#### **1.4.5 Pago**

El pago se lo puede realizar a través de una transferencia electrónica o de un depósito bancario en el Banco del Pichincha, los datos de la cuenta se muestran en la pre-factura que se genera en el momento de su pedido.



# CAPITULO II

## ESTUDIO DE MERCADO



## **2. Plan de Mercado**

### **2.1. Planteamiento de Objetivos del Estudio de Mercado**

A continuación se presenta el desarrollo de los objetivos generales y específicos del estudio de mercado de Yamburara.

#### **2.1.1 General**

- ❖ Determinar la situación actual del mercado local, considerando al cliente y la competencia.

#### **2.1.2 Específicos**

- ❖ Identificar necesidades de las empresas grandes o pequeñas con relación a los servicios de hosting y dominio.
- ❖ Identificar la competencia actual en el mercado local.
- ❖ Identificar las características de la competencia local.
- ❖ Conocer el comportamiento de la empresa frente a la competencia.
- ❖ Expandir el servicio a clientes ubicados tanto a nivel local y nacional.

### **2.2. Segmentación de Mercado**

El servicio que presta Yamburara va dirigido a empresas y personas que deseen tener un espacio en la web sin excepción, pueden ser clasificados de la siguiente manera:

**Cuadro #3****Clasificación de Empresas**

<b>Empresa</b>	<b>Detalle</b>
<i>Instituciones Educativas</i>	Escuelas Colegios Universidades
<i>Servicios</i>	Hospitales Gremios Asociaciones Clínicas
<i>Financiero</i>	Bancos Cooperativas
<i>Industrias</i>	Lácteos Embutidos Textiles Especies
<i>Colegio de Profesionales</i>	Médicos Abogados Economistas Administradores Civiles Contadores Arquitectos

Elaborado por: La Autora

**2.2.1 Características del Segmento**

- ❖ Instituciones o empresas que necesiten un espacio en la web, a fin de darse a conocer y lograr llegar a más personas.
- ❖ Su principal herramienta de trabajo sea el internet, facilitando la interacción con los clientes.
- ❖ Ampliar sus horizontes llegando a más clientes, a nivel local, nacional e internacional.
- ❖ Incrementar sus ventas a través, de una promoción publicitaria por medio del internet.

**2.3. Mercado Total**

El mercado total del siguiente proyecto son 2356 empresas, de acuerdo a los datos proporcionados por la Cámara de Comercio de Loja, Turismo, Construcción, Industrias, Cámara de la Pequeña Industria de Loja.



A continuación se presenta el detalle de la clasificación de las empresas:

**Cuadro #4**

**Clasificación de las Empresas**

Nombre de la Institución	Total de Empresas
Cámara de industrias	20
Cámara de la Pequeña Industria de Loja	52
Cámara de Comercio	1500
Cámara de Turismo	80
Cámara de Construcción	450
Juntas Parroquiales	76
Unión de Artesanos de Loja	13
Instituciones Educativas de Loja	121
Clínicas, Hospitales y Centros de Salud	27
Colegios profesionales de Loja	7
Instituciones Financieras de Loja	10
<b>Total</b>	<b>2356</b>

**Fuente:** Cámara de comercio, Capil, Cámara de turismo, Cámara de Industrias

**Elaborado por:** La Autora

## 2.4. Mercado Potencial

El mercado potencial a analizar es de 413 empresas, valor que se tomó de la segmentación del mercado realizada, comprendido de instituciones, gremios, asociaciones, etc. que no tiene un espacio en la web.

A continuación se presentan la clasificación de las empresas en sus distintas ramas:

### **Cuadro # 5**

#### **Clasificación de las Empresas**

<b>Nombre de la Institución</b>	<b>Total de Empresas</b>
Cámara de la Pequeña Industria de Loja	49
Cámara de Industrias de Loja	20
Cámara de Turismo de Loja	80
Colegios Profesionales de Loja	7
Municipios de la ciudad de Loja	16
Supermercados de Loja	3
Juntas Parroquiales de Loja	76
Unión de Artesanos de Loja	13
Asociación Hotelera de Loja	18
Instituciones Financieras de Loja	10
Instituciones Educativas de Loja	121
<b>Total</b>	<b>413</b>

**Fuente:** Cámara de comercio, Capil, Cámara de turismo, Cámara de Industrias  
**Elaborado por:** La Autora

## **2.5. Mercado Objetivo**

El mercado objetivo donde se direcciona Yamburara serán las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Loja, de acuerdo a la investigación realizada se ha considerado 272 empresas, dándonos un promedio de 65,85% del mercado potencial, que no cuentan con un sitio web para ofrecer sus servicios o productos a los clientes.

A continuación se presentan la clasificación de las empresas en sus distintas áreas:

**Cuadro # 6****Clasificación de las Empresas**

Nombre de la Institución	Total de Empresas
Cámara de la Pequeña Industria de Loja	49
Cámara de Industrias de Loja	20
Cámara de Turismo de Loja	80
Clínicas y hospitales de Loja	21
Colegios Profesionales de Loja	7
Supermercados de Loja	3
Juntas Parroquiales de Loja	76
Municipios de Loja	16
Instituciones Educativas	121
<b>Total</b>	<b>272</b>

**Fuente:** Cámara de comercio, Capil, Cámara de turismo, Cámara de Industrias  
**Elaborado por:** La Autora.

## 2.6 Mercado Meta

Por medio de la observación directa se ha podido determinar, que 199 empresas estarían dispuestas a utilizar el servicio que ofrece Yamburara, utilizando estrategias comerciales para poder llegar a cada una de ellas, comprendidas entre: clínicas, colegios, distribuidoras entre otras, que todavía no tienen un medio en la web por donde promocionarse y aumentar sus ventas.

A continuación se presentan la clasificación de las empresas en sus distintas áreas:

**Cuadro # 7****Empresas Investigadas**

N	Nombre	Total de Empresas
1	Agencias de Viaje	10
2	Almacén de Electrodomésticos	4
3	Escuelas, Colegios, Institutos	13
4	Distribuidoras	9
5	Empresas de ventas de Computadoras y Servicios Informáticos	9
6	Imprentas	9
7	Medios de Comunicación	9
8	Concesionarias	8
9	Procesadoras de alimentos	5
10	Clínicas y Hospitales	21
11	Municipios de la provincia de Loja	16
12	Supermercados	3
13	Juntas Parroquiales	76
14	Colegio de Profesionales de Loja	7
<b>Total</b>		<b>199</b>

**Fuente:** Cámara de comercio, Capil, Cámara de turismo, Cámara de Industrias, (Ver anexo # 1)

**Elaborado por:** La Autora

## 2.7 Perfil del Cliente

El internet se ha convertido en una herramienta poderosa para cualquier empresa que quiere permanecer en el mercado o posesionarse en el mismo.

Según las empresas analizadas en el estudio de mercado, se pudo observar una característica en común en cada una de ellas, y es que no cuentan con una página web para promocionar sus productos, interfiriendo de esta manera la comunicación con los clientes, por este motivo Yamburara les brinda la oportunidad de tener un espacio en la web.

## 2.8. Competencia

Toda empresa debe conocer a la competencia para poder ofertar sus servicios en el mercado. Yamburara no tiene competencia directa, en la provincia, por lo general no hay empresas que se dediquen a la venta de hosting y dominio, ubicando de esta

manera a Yamburara como la primera empresa en prestar este servicio en la provincia de Loja, en la que se ha planeado iniciar; sin embargo es importante indicar que el servicio puede venderse a nivel nacional.

### ➤ Competencia a Nivel Nacional

A nivel del país existen algunas empresas que prestan este servicio distribuidas en las diferentes provincias, teniendo mayor énfasis en las ciudades más grandes como Quito, Guayaquil y Cuenca.

A continuación se presentan las empresas en el área de hosting y dominios que se destacan a nivel del país por su posicionamiento en el mercado.

**Cuadro # 8**  
**Top Empresas de Hosting**

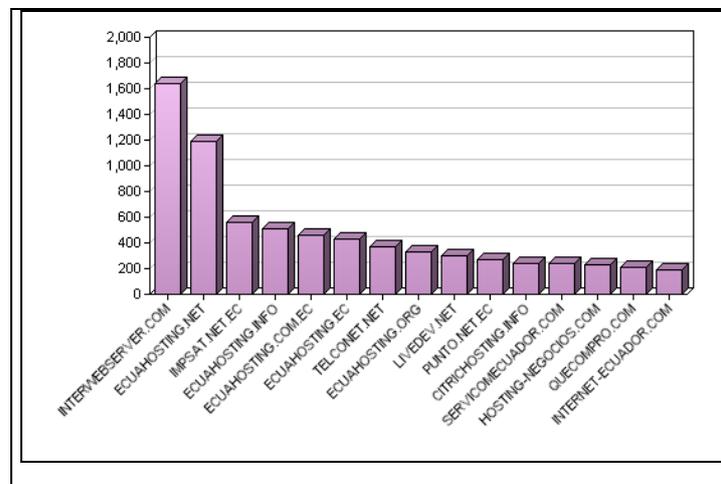
N	Hosting Company	Cuota de mercado	Total Dominios
1	INTERWEBSERVER.COM	12,5343%	1.645
2	ECUAHOSTING.NET	8,6559%	1.136
3	IMPSAT.NET.EC	4,2975%	564
4	ECUAHOSTING.INFO	4,1679%	547
5	ECUAHOSTING.COM.EC	3,5126%	461
6	ECUAHOSTING.EC	3,2688%	429
7	TELCONET.NET	2,8345%	372
8	ECUAHOSTING.ORG	2,5297%	332
9	LIVEDEV.NET	2,3316%	306
10	PUNTO.NET.EC	2,0344%	267
11	SERVICOMEQUADOR.COM	1,8211%	239
12	CITRICHOSTING.INFO	1,8135%	238
13	HOSTING-NEGOCIOS.COM	1,7906%	235
14	QUECOMPRO.COM	1,5392%	202
15	INTERNET-ECUADOR.COM	1,3944%	183
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Datos obtenidos de la página web de hosting<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Infohosting.com. (2010). (s/a). Top de empresas de hosting en Ecuador. [En línea]. Disponible en: <http://www.robtext.com/dns/infohost.com.html#result>. [Consulta 20-01-2010]

**Gráfico # 1**

**Representación Gráfica de las Empresas**



Fuente: Datos obtenidos de la página web de hosting

## 2.9 Análisis FODA de Yamburara

El propósito de este análisis es poder dar un diagnóstico de Yamburara, se procederá a examinar las fortalezas y debilidades, así como sus amenazas y oportunidades, esto permitirá aprovechar sus fortalezas, eliminar sus debilidades, utilizar a tiempo sus oportunidades y evitar sus amenazas o anticiparlas a tiempo.

A continuación se presenta un análisis FODA de Yamburara:

**Fortalezas:** Son actividades y atributos internos de la empresa que contribuyen y apoyan en el logro de sus objetivos.

Dentro de las fortalezas de Yamburara tenemos las siguientes:

- ❖ Es la única empresa que existe en la actualidad que es propiamente de la ciudad de Loja.
- ❖ Los precios que maneja la empresa son bajos.
- ❖ La empresa cuenta con profesionales competentes y especializados en esta área lo que permite generar un servicio de calidad.



- ❖ Dispone de una variedad de servicios para satisfacer a las diferentes necesidades que se le presentan a los clientes.
- ❖ Servicio cómodo, seguro y rápido.

**Oportunidades:** Son eventos, hechos o tendencias en el ambiente externo de una empresa que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de la misma.

A continuación se presentan las oportunidades de Yamburara:

- ❖ La demanda de soluciones electrónicas de negocios en el Ecuador está en crecimiento y en general las PYMES empiezan a reconocer el valor de la tecnología de la información para la optimización de sus procesos.
- ❖ Existe la alternativa de vender internacionalmente, a múltiples empresas extranjeras.
- ❖ No existen sustitutos directos del servicio; permiten a los consumidores integrar sus diversas actividades de distinta índole con tanta facilidad de uso.
- ❖ La empresa puede adquirir una alta rentabilidad en el mercado, porque muchas empresas requieren de este servicio por las ventajas que trae consigo.

**Debilidades:** Son actividades o atributos internos de la empresa que dificultan el éxito.

A continuación se presentan las debilidades de Yamburara:

- ❖ No existe por el momento un buen posicionamiento de la marca “ Yamburara” no está lo suficientemente difundida en el medio empresarial lojano como para facilitar la venta de sus servicios.
- ❖ Falta de experiencia en áreas puntuales como negociación, ventas, y marketing.
- ❖ Falta de promoción del portal a las empresas lojanas.
- ❖ Escasa información por parte de las empresas acerca de los servicios que ofrece la empresa.
- ❖ Falta de capital para una rápida expansión en el mercado.



- ❖ Los fraudes que se han dado al hacer compras por internet, crea desconfianza.

**Amenazas:** Son eventos del mercado externo de la empresa que dificultan su desarrollo operativo.

A continuación se presentan las amenazas de Yamburara:

- ❖ Disminución de la rentabilidad de las PYMES debido a la inestabilidad del país que no solo afecta a la inversión extranjera sino también al consumo interno.
- ❖ Existe competencia a nivel del país de empresas que brindan este servicio.



# CAPITULO III

## PLAN DE MARKETING

### 3. PLAN DE MARKETING

Da a conocer la empresa, promociona sus servicios utilizando todos los recursos de marketing y publicidad para lograr este objetivo.

#### 3.1 Imagen Corporativa de Yamburara

La imagen corporativa de Yamburara, transmite, quién es, qué es, qué hace y como lo hace, de esta identidad dependerá la imagen que la sociedad se formará de la organización.

##### 3.1.1 Logotipo

Gráfico # 2  
Logotipo de Yamburara



##### 3.1.2 Slogan

Hospedando ideas, tejiendo la Web.

##### 3.1.3 Colores

- **Negro:** El negro representa el poder, elegancia, formalidad, en una página web puede dar imagen y aumentar la sensación de profundidad y perspectiva.

- **Blanco:** Este color representa transparencia, confianza; que ofrece la empresa a sus clientes.
- **Verde:** En el ámbito de los negocios el verde significa crecimiento, renovación, equilibrio y estabilidad, aunque se asocia con el ámbito ecológico, y el respeto al medio ambiente.

### 3.1.4 Material de presentación

El material consiste en todos los recursos que se emplean para promocionar y realizar la publicidad de Yamburara, dentro del manejo de la marca e imagen se ha considerado útil la creación de la página web como principal instrumento por el tipo de servicio que presta la empresa (Ver Anexo # 2)

También se ha creído conveniente realizar tarjetas de presentación, tríptico y papel membretado en el cual se realiza el formato de la propuesta.

A continuación se presenta el material de presentación:

#### 3.1.4.1 Tarjeta de presentación

##### Gráfico # 3

Tarjeta de Presentación de Yamburara



### 3.1.4.2 Portafolio de la empresa

Es una presentación breve que tiene la finalidad de comunicar de una forma detallada los servicios que pueden interesar a una empresa o persona.

(Ver Anexo # 3)

### 3.1.4.3 Trípticos

Se ha diseñado un tríptico el mismo que será entregado al público con la finalidad de que conozcan la empresa, el producto y el servicio que brinda. (Ver Anexo #4)

## 3.2 Mix de Marketing

Yamburara usará un conjunto de herramientas encaminadas a la satisfacción del cliente potencial mediante las cuales pretende presentar el servicio, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas para presentar un servicio que realmente satisfaga las necesidades de los clientes.

A continuación se presenta el mix de marketing que se maneja en Yamburara:

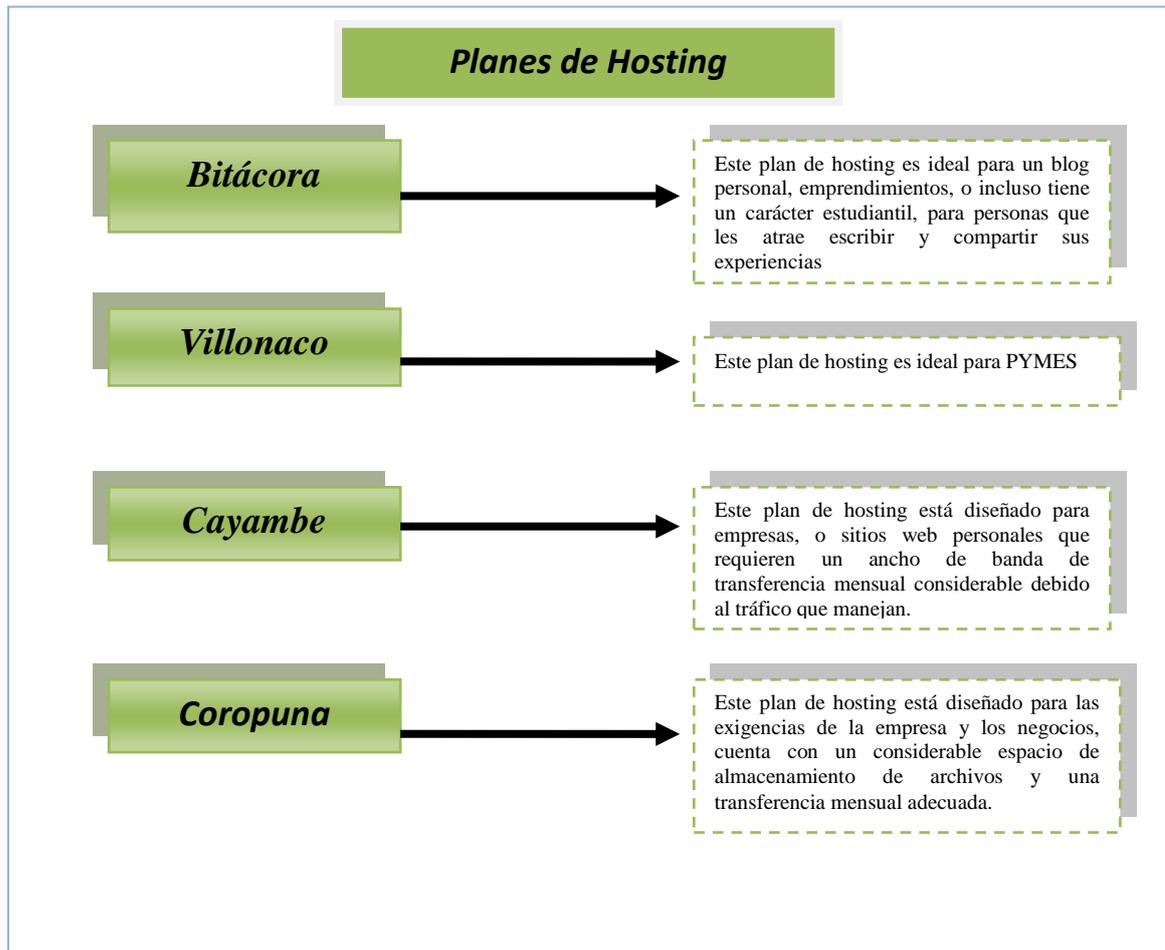
### 3.2.1 Presentación del Servicio

Yamburara aprovecha los beneficios del internet para dar a conocer a las personas los servicios que brinda, que son los siguientes:

Planes de Hosting	•Consiste en brindar un determinado espacio en disco duro en un servidor web
Dominios	•Es el nombre que se registra para identificar un lugar en el internet

A continuación se presenta el detalle de los paquetes de hosting y sus beneficios:

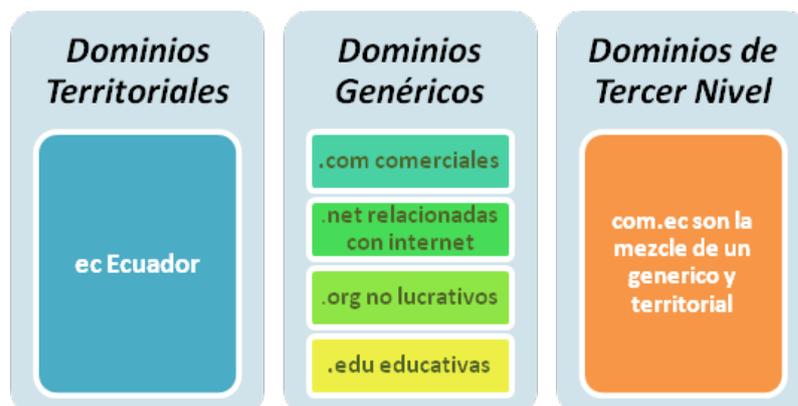
**Gráfico # 4**  
**Descripción de los planes de hosting**



La empresa posee una variedad de dominios donde el cliente puede escoger de acuerdo a su necesidad.

A continuación se muestra un detalle de los dominios que tiene Yamburara:

**Gráfico # 5**  
**Detalle de los Dominios**





### 3.2.2 Precios

Los precios que maneja Yamburara, se determinan en base a los costos de comercialización, en relación con el mercado, obteniendo un margen de utilidad a la empresa, para satisfacer la expectativa del cliente.

#### Cuadro # 9

#### Lista de Precios

<i>Precios de los Servicios</i>	
<i>Planes de Hosting</i>	<i>Dólares</i>
Bitácora	\$22 anual
Villonaco	\$50 anual
Cayambe	\$65 anual
Coropuna	\$80 anual
<i>Dominios</i>	
com, net,info,biz,org,name,in,mobi,us	9,99
pro.ec,med.ec,fin.ec,info.ec	23,00
Bz	10,99
Tel	12,99
de,me	14,99
cn,ws	15,99
Eu	20,99
Tv	25,99
Tw	37,99
ec,com.ec,net.ec,org.ec,edu.ec	38,00
Cc	38,99
la,vc	43,99
Tl	44,99
Be	50,00
Mx	54,99
Gs	60,99
Sc	94,99
ag,im	99,00
ac,am,it,fm,sh,travel	109,99
Jobs	110,99
Hn	152,99
At	189,00

**Fuente:** Empresa de Yamburara (Ver Anexo # 5)

### 3.2.3 Plaza

La mercadotecnia por Internet promueve la relación directa entre usuarios y empresas, reduciendo así los costos internos de las empresas y aumentando su eficiencia. Yamburara, está enfocada a clientes empresariales de las PYMES, instituciones educativas y público en general.

Al utilizar el internet se está creando un canal complementario, es decir un canal de distribución paralelo que convive con el canal tradicional, este canal son las ventas directas por medio del portal web.

Los canales por medio del cual se puede ofrecer los servicios de la Empresa son 2 directo y agente/intermediario, se presentan a continuación:

#### 3.2.3.1 Canal directo:

Para Yamburara es el canal de distribución más óptimo, es la venta directa del producto al cliente, en este caso lo realiza por medio de su página web. A continuación se presenta gráficamente el diseño del canal:

**Gráfico # 6**  
**Diseño del Canal**



#### 3.2.3.2 Canal agente/intermediario:

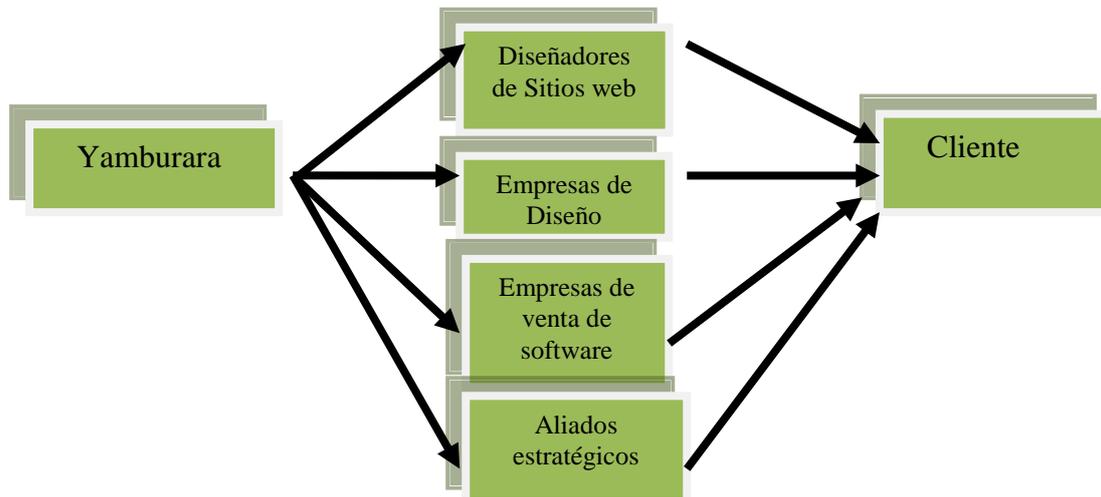
En este tipo de canal es donde interviene un intermediario, permitiendo a Yamburara introducir su servicio en el mercado.

Como Yamburara forma parte del Valle de Tecnología tiene alianzas con algunas empresas del mismo.

A continuación se presenta gráficamente el diseño del canal:

**Gráfico # 7**

**Diseño del Canal**



### **3.2.4 Publicidad**

La publicidad a aplicar servirá para dar a conocer los servicios que ofrece Yamburara, poniendo de manifiesto las cualidades y beneficios para los clientes.

Como estrategia se ha planteado realizar una publicidad de alto impacto, mayor difusión y bajo costo, por lo que se hará uso de ferias libres, hojas volantes, e-mail marketing, fuerza de ventas y marketing online.

A continuación se presenta el detalle de la publicidad:

#### **3.2.4.1 Ferias Libres**

Se debe reforzar la marca, para lo cual se sugiere colocar banners con el logotipo y slogan de Yamburara para que estos puedan ser identificados en la mente del público en general. Los sitios estratégicos para colocar los banners serían en ferias libres que existan en la localidad.



### 3.2.4.2 Hoja Volante

La hoja volante es un tipo de recurso publicitario que no genera muchos gastos y facilita una información masiva hacia el público. Debido a que permite dar conocer aspectos y características básicas del producto y servicio, como también de la empresa en general.

#### Gráfico # 8

Hoja volante de Yamburara

  
**yamburara.com**  
*Hospedando ideas, tejiendo la Web*

Yamburara brinda los siguientes servicios:

**Planes de Hosting desde \$ 22,00 anuales**  
Bitácora  
Villonaco  
Cayambe  
Coropuna  
Dominios

**Dominios desde \$ 9,99**  
.com  
.net  
.info  
.org  
.edu.ec

**Informes:**  
San Cayetano Alto, Campus Universitario  
UTPL, edificio UPSI primer piso  
Valle de Tecnología  
2570275 ext. 2558 - 082512819  
[www.yamburara.com](http://www.yamburara.com)

### 3.2.4.3 E-mail Marketing

Es una herramienta muy utilizada para atraer clientes, un envío vía correo electrónico de la propuesta comercial, se trata de realizar acciones coordinadas de envío de mensajes personalizados a una base de datos. De esta forma, la empresa Yamburara puede darles a conocer sobre los servicios que presta y sus beneficios,



esto permitirá posicionar la marca de la empresa en la mente de las personas y estimular la intención de compra por parte de las empresas.

Un buen detalle que podemos tener con nuestros clientes para lograr la fidelización por la parte afectiva es el envío de correos personalizados por fechas especiales como cumpleaños, navidad y otras, esto va a atado a cualquier otra promoción u oferta que se quiera incluir en los mismos para sacar el máximo beneficio.

#### **3.2.4.4 Publicidad en Línea**

El inminente crecimiento y posicionamiento de las redes sociales, brinda la oportunidad de llegar a más gente en tiempo real, Yamburara en el afán de poder alcanzar clientes está incursionando en los siguientes:

- **Facebook:** Permite de una forma rápida y sencilla a costos bajos. promocionar a Yamburara.
- **Twitter:** Permite la iteración con varias personas a la vez, dando la oportunidad a Yamburara a relacionarse con clientes actuales o potenciales.
- **You Tube:** Permite a Yamburara subir videos relacionados con los servicios de la empresa, así como tutoriales del funcionamiento de los servicios que presta.

#### **3.2.4.5 Fuerza de Ventas (vendedores)**

La fuerza de ventas será personal capacitado por el gerente de la empresa. Es una estrategia que permitirá ser más efectivos, se puede tratar directamente con los clientes y así indicar personalmente los servicios que la empresa ofrece.

#### **3.2.4.6 Valla Publicitaria**

Son un elemento muy importante para recordar a los consumidores la existencia de Yamburara, permiten que los mensajes lleguen en cuestión de segundos a un público de transeúntes ajetreados.

Habitualmente las vallas publicitarias son utilizadas para presentar nuevos productos o servicios, es decir para generar reconocimiento y posicionamiento de una nueva marca, así también para recordar la compra del servicio o producto a los consumidores.



A continuación se presenta algunas ventajas, desventajas y puntos estratégicos de las vallas publicitarias:

### **Ventajas**

- Es un vínculo de alta frecuencia, es decir que el consumidor puede observar el mensaje varias veces.
- Se lo puede colocar en los lugares que convenga.
- Normalmente la respuesta que se espera del público es la esperada, por lo general es un vínculo efectivo con el cliente.

### **Desventajas**

- Por el alquiler del espacio y el tiempo que requiere para la exposición, puede equivaler a un costo un poco elevado.
- Se tiene apenas 10 segundos para que el mensaje sea entendido por el transeúnte.
- No existen muchos espacios disponibles para colocarlos.

### **Puntos estratégicos**

Los puntos estratégicos de la valla publicitaria, serían donde exista afluencia de personas como son:

- Terminal terrestre.
- Centro de la Ciudad de Loja.

A continuación se presenta el diseño de la valla publicitaria:

### Gráfico #9

#### Diseño de la valla publicitaria



### 3.2.5 Promoción

Todas las promociones que se den en Yamburara serán expuestas en la página web y en las redes sociales como: facebook y twitter por la amplia acogida que tienen en el medio, permitiendo llegar a más personas.

A continuación se presenta las promociones que tiene Yamburara:

#### 3.2.5.1 Promoción en Ventas

La promoción en ventas tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa, tiene por objetivo aumentar la cantidad y frecuencia de consumo, y fortalecer la imagen del servicio.

A continuación se detalla las promociones que ofrece Yamburara:

- ✚ Por la compra de los paquetes de hosting Bitácora y Villonaco por dos años se les dará un descuento del 10% al precio final.
- ✚ Por cada 10 paquetes de hosting se les dará 1 totalmente gratis.



- ✚ Por la compra de cualquier paquete de hosting se ofrecerá un dominio de 9,99 gratis.
- ✚ Para la renovación de los dominios se dará un 5% de descuento.
- ✚ Por la compra de los dominios .com y/o .net se dará un descuento del 10%.



# CAPITULO IV

## PLAN DE PRODUCCIÓN

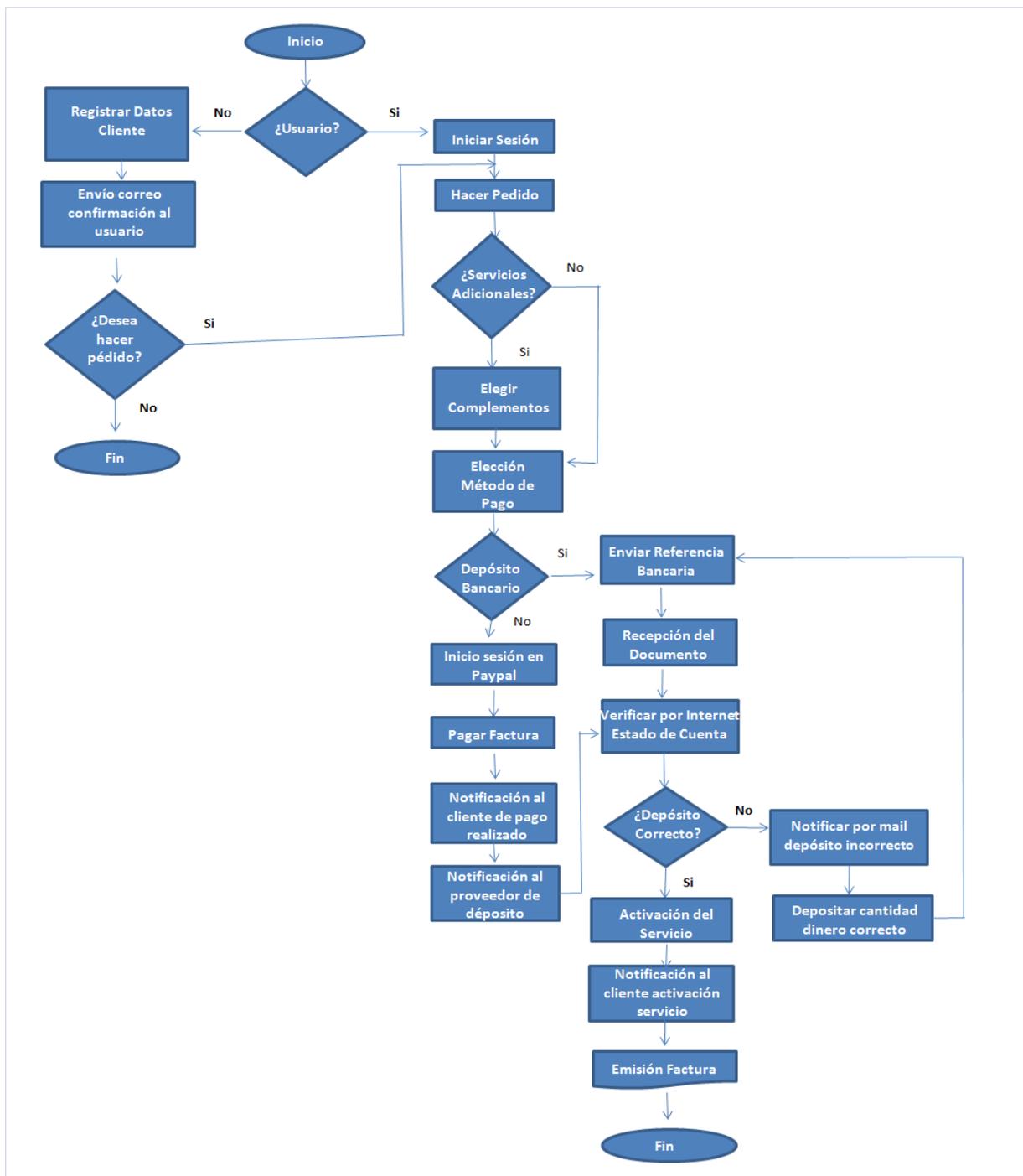
## 4. Plan de Producción

Esta fase tiene como objetivo detallar todos los aspectos técnicos y organizativos que forman parte en la prestación del servicio. Identificando las partes del proceso.

### 4.1 Diagrama del Proceso

**Gráfico #10**

**Flujo del Proceso de Compra**





## 4.2 Descripción del Procesos

La empresa tiene a disposición del cliente la página web donde pueden revisar todos los paquetes de hosting y dominios que ofrece Yamburara, y a su vez poderlos comprar.

Una vez que el usuario desee comprar algún servicio que ofrece Yamburara, deberá registrarse en la página, para procesar su pedido:

A continuación se presenta los pasos para los usuarios que no están registrados en la página:

### 4.2.1 Usuarios no registrados

#### ➤ Registrar datos del cliente:

Los usuarios que entren a la página web y deseen ser parte de los clientes de Yamburara, tienen la opción de registrarse con sus datos personales llenando los siguientes campos: nombre, apellido, nombre de la compañía, dirección, correo electrónico, ciudad, provincia, código postal, país, número de teléfono, cédula y el registro de una contraseña.

Una vez que se han llenado todos los campos, presionar el botón aceptar y en ese momento ya está formando parte del área de clientes de Yamburara.

#### ➤ Confirmación al usuario:

Una vez que se han llenado los campos requeridos para formar parte de los clientes de Yamburara, el sistema le envía un saludo de bienvenida al correo electrónico y la confirmación de su registro.

### 4.2.2 Usuarios registrados:

Los clientes registrados deben poner su correo electrónico y contraseña para realizar sus compras en el link que aparece en la pantalla de la página web y empezar a realizar su compra.



➤ **Hacer pedido:**

Una vez que el cliente ha revisado los servicios que ofrece Yamburara, y desea comprar debe seleccionar el servicio que desea y procesar el pedido, donde podrá ver el detalle de su pedido previo a su aprobación, si verifica que todo está correcto presionar aceptar. Se envía al correo electrónico del cliente una pre-factura de lo solicitado en la compra.

➤ **Servicios adicionales:**

Existe la opción que el cliente desee añadir a su pedido los servicios adicionales que Yamburara ofrece como son:

- **1 GB (BW):** 1 GB de transferencia adicional mensual (\$5.00 USD Mensual).
- **1 GB (HD):** 1 GB de espacio en disco duro adicional mensual (\$10.00 USD Mensual).
- **Gestión de correo a través de Google Apps:** Configuramos tu dominio para el uso de Google Apps en lo que respecta a los correos electrónicos. Con ello se consigue 50 cuentas gratuitas cada una con 7 GB de capacidad y una gestión de correo electrónicos completa a través de la tecnología de Google. (\$30.00 una vez).
- **Instalación de WordPress:** Comprende la instalación por defecto en castellano del CMS WordPress para el manejo y publicación de blogs. (\$5.00 una vez).
- **Optimización de Meta tags:** Técnica usada para mejorar el posicionamiento de un sitio web en los motores de búsqueda como Google, Yahoo, Bing, entre otros, de tal forma que el sitio web aparezca en los resultados de búsqueda. (\$80.00 una vez).
- **Optimización SEO de un Blog Wordpress:** Se procede a analizar las palabras claves para el blog, optimización de meta-tags, creación del archivo sitemaps del blog y a la instalación de un plugin para optimizar cada post que se vaya a publicar dentro de él. Todo esto contribuye a que el blog mejore su posicionamiento web en los buscadores, de tal forma que pueda ser encontrado en la web. (\$100.00 una vez).
- **Sugerir sitio web a buscadores como Google, Yahoo, Bing, Altavista, etc**



Se sugiere un sitio web a los buscadores con el fin de que ellos puedan agregarlo a su directorio, de tal forma que pueda aparecer en los resultados. (\$5.00 una vez).

Si el cliente no desea solicitar los servicios adicionales debe procesar el pedido para continuar con el método de pago.

➤ **Elegir complementos:**

Si el cliente desea los servicios adicionales que Yamburara ofrece debe elegir cuál de ellos quiere y añadirlos al pedido.

➤ **Elección del método de pago:**

Una vez que se ha procesado el pedido se continúa eligiendo cómo se realizará el pago.

El cliente tiene 2 opciones de pago:

- ❖ Por medio de un depósito bancario.
- ❖ Paypal.

A continuación se describe su proceso:

➤ **Depósito bancario:**

Consiste en depositar a la cuenta de Yamburara el monto de la factura.

➤ **Referencia bancaria:**

Una vez que se ha depositado en la cuenta de Yamburara el cliente deberá enviar el número de referencia del depósito para su comprobación, puede ser por correo electrónico o telefónicamente.

➤ **Recepción del documento:**

Yamburara revisara la referencia del depósito para verificar si es correcto.

➤ **Verificar por internet:**

Yamburara procede a revisar el estado de cuanta para ver si se ha realizado la transacción bancaria.

➤ **Depósito correcto:**

Yamburara procede a verificar si el monto de la transacción es correcto, con el número de transferencia que le proporciona el cliente.



➤ **Notificación:**

Si el depósito es incorrecto se notifica al cliente por medio del correo electrónico, el monto correcto que debe depositar en la cuenta.

➤ **Depósito de la cantidad correcta:**

Luego que el cliente recibe la notificación por parte de Yamburara sobre el monto correcto a depositar. Deberá realizar nuevamente la transacción bancaria a Yamburara, y continuar con los pasos que se han mencionado anteriormente.

➤ **Activación del servicio:**

Una vez que se han tomado todas las revisiones pertinentes se procede a la activación del servicio al cliente, con un tiempo de duración de 5 a 10 minutos dependiendo de lo solicitado.

➤ **Notificación al cliente:**

Yamburara le enviará al cliente por correo electrónico, la confirmación de la activación del servicio.

➤ **Emisión de la factura:**

Yamburara procede a emitir una factura para poderle dar al cliente, puede ser por correo electrónico o personalmente dependiendo del requerimiento del cliente.

➤ **Pago por PayPal:**

Para que el cliente pueda realizar su pago por medio de este servicio debe tener activado una cuenta en Paypal y proceder a su ingreso para el respectivo pago.

➤ **Pagar factura:**

Una vez que ha ingresado en el sistema de Paypal el cliente deberá realizar la transacción del monto respectivo a la cuenta de Yamburara.

➤ **Notificación al cliente:**

El sistema de PayPal le notifica por correo electrónico al cliente la transacción realizada con el monto respectivo.

➤ **Notificación al proveedor:**

El sistema le envía al proveedor una constancia de la transacción realizada a su cuenta.



# CAPITULO V

## PLAN DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

## 5. Plan de Organización y Administración

El objetivo del plan de organización es garantizar el correcto funcionamiento de los diferentes departamentos de la empresa, así como una apropiada coordinación de los mismos.

Se debe incluir una descripción detallada de las funciones de todos los puestos de la empresa, así como las responsabilidades, experiencia profesional y especialización requerida para el desempeño laboral.

### 5.1 Estructura Legal de la Empresa

Yamburara, fue creada legalmente el 26 de mayo 2008, constituida como sociedad anónima S.A. teniendo 3 socios con R.U.C N° 1191725294001.

Mediante memorando N° UJ.ICL.100 del 04 de junio del 2008 se emitió un informe favorable para su aprobación, en ejercicio de las atribuciones asignadas mediante resolución ADM-08081.

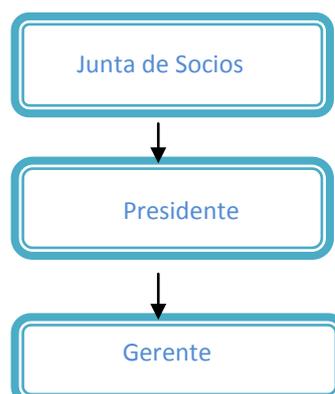
### 5.2 Estructura Organizacional

La estructura organizacional define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas de trabajo, con el propósito de definir las guías, parámetros y procedimientos necesarios para alcanzar un objetivo en común dentro de la empresa.

#### 5.2.1 Organigrama Estructural

A continuación se muestra el organigrama estructural de Yamburara:

**Gráfico # 11**  
**Organigrama Estructural de Yamburara**





### **5.2.2 Estructura Funcional**

Yamburara está siendo administrada por el Ing. Diego Merchán quién cumple las funciones de gerente, teniendo la colaboración de una contadora por servicios profesionales.

La estructura funcional de Yamburara es la siguiente:

- Gerente.
- Contadora (servicios profesionales).

Las funciones que cumple el gerente de Yamburara se detalla en el manual de funciones:

### **5.3 Manual de Funciones**

Tiene como intención primordial, proporcionar toda la información sobre las responsabilidades y funciones que deberá cumplir cada empleado, para el cumplimiento de las metas propuestas mediante el desempeño laboral de Yamburara, con el objeto de normar las funciones del personal.

A continuación se presenta el manual de funciones de Yamburara:



Título del Puesto: <b><u>Gerente</u></b>	 <b>yamburara.com</b> <small>Hospedando ideas, tejendo la Web</small>
Nivel Jerárquico: Directivo – Ejecutivo	
Superior Inmediato: Presidente	Subalterno: Contadora
<b>Naturaleza del Trabajo:</b> Ejecutar, dirigir, organizar y controlar las actividades que se desarrollan en la empresa así como delegar funciones.	
<b>Características del Puesto:</b> Requiere de conocimientos en manejo de personal y de recursos económicos que garanticen la buena marcha de la empresa, así como de iniciativa.	
<b>REQUISITOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Título profesional de 3 nivel.</li><li>✓ Conocimientos en el área administrativa.</li><li>✓ Buenas relaciones personales.</li><li>✓ Ser creativo e innovador.</li><li>✓ Tener conocimientos en herramientas informáticas.</li></ul>	
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Cumplir con las metas de la empresa.</li><li>✓ Llevar una base de datos de los clientes.</li><li>✓ Velar los intereses de la empresa.</li><li>✓ Acudir a las reuniones con los accionistas.</li><li>✓ Investigación y desarrollo en nuevas técnicas para sitios web.</li><li>✓ Manejo del buen funcionamiento del sitio web.</li></ul>	



# CAPITULO VI

## PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO



## 6. Plan Económico y Financiero

### 6.1. Inversiones del Proyecto

A continuación se presenta una estimación de las inversiones que se tiene actualmente, para la puesta en marcha del proyecto las cuales se incurrirán para el crecimiento de la empresa.

Yamburara realiza sus actividades laborales en el Valle de Tecnología de la UTPL, donde se les proporciona los equipos necesarios para su funcionamiento, por esta razón no se registran activos fijos.

**Cuadro # 10**

#### Programa de Inversiones

Descripción	Valor
<b>Activo Corriente</b>	
Bancos	6302,78
<b>Total</b>	<b>6302,78</b>
<b>Activos Diferidos</b>	
Gastos de Constitución	650,00
<b>Total activos diferidos</b>	<b>650,00</b>
<b>Total Activos</b>	<b>6952,78</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	
Gastos Administrativo	1036,68
Gastos de Venta	60,00
Gastos Operativos	710,79
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>1807,47</b>
<b>Total de Inversiones</b>	<b>8760,25</b>

Fuente: Datos obtenidos en la empresa

Elaborado por: La Autora

### 6.2 Aportes de Capital y Financiamiento

Una vez calculada la inversión total requerida para la puesta marcha de este proyecto, se procede a seleccionar las fuentes de financiamiento para el mismo.

El monto total de la inversión del proyecto es de \$8.760,25; estos costos de inversión serán financiados en su totalidad por los socios con capital propio.



## 6.3 Ingresos y Gastos

A continuación se presenta la elaboración de los cuadros de ingresos y gastos, de Yamburara.

### 6.3.1 Determinación de Ingresos

Los ingresos de la empresa se darán por la venta de los paquetes de hosting y dominios, se tomo en cuenta la demanda que existe por parte de las empresas y el mercado objetivo.

**Cuadro # 11**  
**Pronóstico de Ingresos**

Productos	Ingresos Estimados
Paquetes de hosting	5376
Dominio	5758,80
<b>Total</b>	<b>11134,80</b>

(Ver anexo # 6)

Además, es importante, conocer la factibilidad de un proyecto, es por ello, que se ha utilizado una tasa de crecimiento del 0,14%, tomado en cuenta datos históricos de las ventas de la empresa. (Ver anexo # 7).

#### Tasa de crecimiento<sup>3</sup>

$$i = \sqrt[n]{\frac{M}{C}} - 1 = 0,14\%$$

#### Monto de Proyección

$$M = C (1+i)^n$$

<sup>3</sup> Hernández Abraham (2002). Matemática Financiera, Quinta Edición, Editorial Internacional Thomson S.A, pág. 138-139

**Cuadro # 12****Ingresos proyectados**

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	11134,8	14475,24	16479,50	18817,81	21490,16

Fuente: Pronóstico de ingresos.

Elaborado por: La Autora.

**6.3.2 Determinación de Gastos**

En la siguiente tabla se detallan los gastos que debe incurrir la empresa de Yamburara, estos se encuentran clasificados en gastos de administración, gastos de venta, gastos de operación y gastos que no representan desembolso. Para el incremento de los gastos se ha tomado en cuenta en base a la tasa de inflación anual del 3,39% de acuerdo al Banco Central del Ecuador.

**Cuadro # 13****Cuadro de Gastos**

GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos Administrativos</b>					
*Servicios profesionales(contador)	360	384,84	399,60	410,40	424,80
Pago de arriendo	1128	1205,83	1252,08	1285,92	1331,04
Suministros de oficina	40	42,76	44,40	45,60	47,20
Pago gerente	3090,72	3303,98	3430,70	3523,42	3647,05
<b>Subtotal</b>	<b>4618,72</b>	<b>4937,41</b>	<b>5126,78</b>	<b>5265,34</b>	<b>5450,09</b>
<b>Gastos de Venta</b>					
Pago transporte interno	144	153,94	159,84	164,16	169,92
Publicidad	792	846,65	879,12	902,88	934,56
<b>Subtotal</b>	<b>936</b>	<b>1000,58</b>	<b>1038,96</b>	<b>1067,04</b>	<b>1104,48</b>
<b>Gastos de Operación</b>					
Alquiler de servidores	3324,90	3554,32	3690,64	3790,39	3923,38
<b>Subtotal</b>	<b>3324,90</b>	<b>3554,32</b>	<b>3690,64</b>	<b>3790,39</b>	<b>3923,38</b>
<b>Gastos que no representan Desembolso</b>					
Amortizaciones	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
<b>Subtotal</b>	<b>130,00</b>	<b>130,00</b>	<b>130,00</b>	<b>130,00</b>	<b>130,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9009,62</b>	<b>9622,31</b>	<b>9986,38</b>	<b>10252,77</b>	<b>10607,95</b>

Fuente: Datos obtenidos de Yamburara, (Anexo #8)

Elaborado por: La Autora



## 6.4 Estado de Resultados

En la siguiente tabla se detalla el estado de pérdida y ganancias de la empresa de Yamburara.

**Cuadro # 14**

### Estado de Resultados de Yamburara AÑO 1

<b>Ingresos</b>	<b>11134,80</b>
(-)Gastos de operación	3324,90
<b>(=) Utilidad marginal</b>	<b>7809,90</b>
(-) Gastos Administrativos	4618,72
<b>(=) Utilidad marginal</b>	<b>3191,18</b>
( -) Gastos de Venta	936,00
<b>(=) Utilidad bruta</b>	<b>2255,18</b>
(-) 25% de impuesto a la renta	563,80
<b>Utilidad Neta</b>	<b>1691,39</b>
(+)Amortización	130,00
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>1821,39</b>

Fuente: Datos del cuadro de gastos y ingresos (Ver anexo # 10)

Elaborado por: La Autora

## 6.5 Flujo de Caja

El flujo de caja que se genera en Yamburara nos sirve para medir los resultados de las actividades que se llevan a cabo, con una vida útil del proyecto de 5 años, para la realización de las proyecciones respectivamente se tomo en cuenta la tasa de crecimiento de las ventas históricas de la empresa.

**Cuadro # 15**  
**Flujo de Caja Proyectado**

Descripción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		11134,8	14475,24	16479,50	18817,81	21490,16
<b>Total</b>		<b>11134,8</b>	<b>14475,24</b>	<b>16479,50</b>	<b>18817,81</b>	<b>21490,16</b>
<b>GASTOS</b>						
(-) Gastos de operación		3324,9	3554,32	3690,64	3790,39	3923,38
(-) Gastos administrativos		4618,72	4937,41	5126,78	5265,34	5450,09
(-) Gastos de ventas		936	1000,58	1038,96	1067,04	1104,48
Amortizaciones		130	130	130	130	130
<b>Total Gastos</b>		<b>9009,62</b>	<b>9492,31</b>	<b>9856,38</b>	<b>10122,77</b>	<b>10477,95</b>
<b>(=)Utilidad bruta</b>		<b>2125,18</b>	<b>4982,93</b>	<b>6623,13</b>	<b>8695,05</b>	<b>11012,21</b>
15% Trabajadores		318,78	747,44	993,47	1304,26	1651,83
<b>(=) Utilidad antes de impuesto</b>		<b>1806,40</b>	<b>4235,49</b>	<b>5629,66</b>	<b>7390,79</b>	<b>9360,38</b>
(-)25% impuesto a la renta		451,60	1058,87	1407,41	1847,70	2340,10
<b>Utilidad después de impuestos</b>		<b>1354,80</b>	<b>3176,62</b>	<b>4222,24</b>	<b>5543,09</b>	<b>7020,29</b>
Activo corriente	-6360,25					
Inversiones activo diferido	-650,00					
Capital de Trabajo	-1807,47					1807,47
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	<b>-8760,25</b>	<b>1354,80</b>	<b>3176,62</b>	<b>4222,24</b>	<b>5543,09</b>	<b>8827,76</b>

Fuente: Cuadro de proyecciones de ingresos, cuadro de gastos, estado de resultados, tabla de amortización

Elaborado por: La Autora

## 6.6 Evaluación Financiera

### 6.6.1 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Para calcular el Valor Actual Neto, se lo realizó mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{FC}{(1+i)^n}$$

En donde:

**FC** = Flujo de Caja.

**i** = 0,15  $\approx$  TMAR<sup>4</sup>

**n** = número de años de la vida útil del proyecto.

#### Cuadro # 16

#### Cálculo del Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	%	VAN
0	-8760,25		-8760,25
1	1354,80	0,15	1178,09
2	3176,62	0,15	2406,53
3	4222,24	0,15	2777,79
4	5543,09	0,15	3167,48
5	8827,76	0,15	4391,92
<b>VAN</b>			<b>5161,55</b>

Fuente: Flujo de caja proyectado.

Elaborado por: La Autora.

#### **VAN > 0**

En este proyecto tenemos un Valor Actual Neto (VAN) positivo, nos indica que el proyecto es aceptable, debido que la inversión a realizarse obtendrá beneficios futuros

### 6.6.2 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR mide la rentabilidad del proyecto. Es la tasa de interés (o de descuento) que hace que el valor presente neto sea igual a cero.

<sup>4</sup> Baca Urbina Gabriel(2001), Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Editorial McGraw – Hill Interamericana, pág. 184-185



El cálculo del VAN tanto de la tasa mínima como la máxima se encuentra detallado a continuación:

**Cuadro # 17**

**Cálculo de la TIR**

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	TASA MIN. 0,31 %	VAN	TASA MAX. 0,32%	VAN
0	-8760,25		-8760,25		-8760,25
1	1354,80	0,31	1034,20	0,320	1026,36
2	3176,62	0,31	1846,87	0,320	1825,64
3	4222,24	0,31	1876,55	0,320	1843,77
4	5543,09	0,31	1885,41	0,320	1823,39
5	8827,76	0,31	2286,98	0,320	2206,94
			<b>169,76</b>		<b>-34,15</b>

$$\text{TIR (\%)} = \text{Tasa menor} + (\text{Tasa mayor} - \text{Tasa menor}) * \left( \frac{\text{VAN}(+)}{\text{VAN}(+) - \text{VAN}(-)} \right)$$

$$\text{TIR (\%)} = 0,31 + (0,32 - 0,31) * \left( \frac{169,76}{169,76 - (-34,15)} \right)$$

**TIR= 31,83%**

**TIR > TMAR**

**31,83% > 15%**

La tasa interna de retorno 31,83% es mayor que el valor de la Tasa Mínima Aceptable de rendimiento 15%, se puede decir que el proyecto es factible.

### 6.6.3 Costo/ Beneficio

**Cuadro # 18**

**Análisis de Relación Costo / Beneficio**

AÑO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	GASTOS	GASTOS ACTUALIZADOS
1	11134,8	1670,22	9009,62	1351,44
2	14475,24	2171,29	9622,31	1443,35
3	16479,50	2471,93	9986,38	1497,96
4	18817,81	2822,67	10252,77	1537,92
5	21490,16	3223,52	10607,95	1591,19
		<b>12359,63</b>		<b>7421,85</b>



$$\text{Beneficio - Costo} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Gastos Actualizados}}$$

$$\text{Beneficio - Costo} = \frac{12359,63}{7421,85}$$

$$\text{Beneficio - Costo} = 1,67$$

Ya que el beneficio / costo es mayor > 1; esto nos indica que por cada dólar que se invierta, se obtendrá una utilidad de 0,67 centavos como utilidad o ganancia neta.

#### 6.6.4 Periodo de Recuperación

Es el tiempo en el cual se recupera la inversión, con el rendimiento que se puede obtener en el tiempo.

**Cuadro # 19**

**Cuadro de Recuperación**

AÑOS	FLUJO NETO ANUAL	FLUJO DE CAJA ACUMULADO
0	-8760,25	-8760,25
1	1354,80	-7405,45
2	3176,62	-4228,83
3	4222,24	-6,59
4	5543,09	5536,50
5	8827,76	14364,25

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: La Autora

$$PR = AaR + \frac{V \text{ no } RaaR}{FAR}$$

$$PR = 3 + \frac{6,59}{5543,09}$$

$$PR = 3 + 0,011$$

$$PR = 3,00$$

La empresa recuperara su capital invertido a partir del tercer año. El periodo de recuperación es razonable, al horizonte del proyecto por lo tanto se debe invertir en el mismo.



En donde:

AaR = Año antes de la recuperación.

V no RaaR = Valor no recuperado antes del año de recuperación.

FAR = Flujo del año de recuperación.

## *Conclusiones y Recomendaciones*

### **Conclusiones:**

- Para llevar a cabo el emprendimiento de un negocio es importante la realización del plan de negocios, el cual es una herramienta muy valiosa para obtener el éxito de la empresa.
- La finalidad principal de este proyecto es llegar a la mente del consumidor como un producto innovador y que este, a la vanguardia de la tendencia actual, además de abarcar la mayor cantidad de mercado.
- El mercado objetivo donde se direcciona Yamburara serán las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Loja, de acuerdo a la investigación realizada se ha considerado 272 empresas, dándonos un promedio de 65,85% del mercado potencial.
- El proyecto contribuye al fortalecimiento del desarrollo económico de las PYMES de la ciudad de Loja, a la diversificación y diferenciación de productos y servicios.
- En la ciudad de Loja el mercado es completamente nuevo por lo que no existen empresas que se dediquen a ofrecer los servicios de hosting y dominios a precios bajos.
- Una de las fortalezas de Yamburara, frente a su competencia indirecta es que permite llegar a usuarios de todo el mundo a un costo menor.
- La empresa en función al posicionamiento donde desea llegar y establecerse económicamente, ve la oportunidad de crecer, y lo hace de una manera organizada, proyectándose al futuro con más innovación y exposición de sus servicios.



- La calidad del servicio que prestará Yamburara, convertirá al cliente parte de su fuerza vendedora y de marketing.
- Por medio de la Investigación de mercado observamos que tenemos un segmento grande de mercado con tendencia al crecimiento, ya que es un producto innovador.
- Por medio del estudio de mercado se llego a determinar que el canal óptimo para la distribución va a ser directo por la comodidad y preferencia del cliente.
- Por medio del estudio financiero se puede demostrar que el proyecto es viable ya que nos muestra una TIR de 31,83% y un VAN de 5.161,55 que sería el beneficio real de la inversión.

### **Recomendaciones:**

- La empresa deberá mantener un presupuesto continuo para la publicidad, de esta forma el portal se hará famoso y podrá estar en las mejores posiciones de la ciudad, lo que dará una mayor confianza a las empresas de la ciudad de Loja.
- Estar a la vanguardia en la tecnología, para dar un mejor servicio al cliente y ser competitivos.
- Revisión periódica de los servicios que ofrece la empresa para que estén en base a las necesidades cambiantes tanto de los usuarios de negocios como de los consumidores finales.
- Brindar seguridad en el manejo de las tarjetas de crédito para crear confianza de los clientes en la utilización de este sistema.
- Desarrollar reuniones periódicas con el personal de toda la empresa, para conocer inquietudes, expectativas, sugerencias y resolver problemas de la empresa.



- Proponerse metas de venta mensuales, para de esta manera poder llegar a más clientes en la localidad y lograr expandirse en el país.

## *Bibliografía*

- ❖ Arboleda Vélez, G. (2004). *Proyectos Formulación, Evaluación y Control*, México, Editorial AC.
- ❖ Baca Urbina, G. (2007). *Evaluación de Proyectos*, México, Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- ❖ Banco Central del Ecuador. (s/a). *Indicadores Económicos* [En línea]. Ecuador. Disponible en: [www.bce.fin.ec/indicador](http://www.bce.fin.ec/indicador) [Consulta 10-01-2011].
- ❖ Carraz, D. (1981). *Curso de Mercadotecnia*, México, Editorial Nardo.
- ❖ Czinkota, M. y Ronkainen, I. (1996). *Marketing Internacional*, México, Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.
- ❖ Chiavenato, A. (1998). *Introducción a la Teoría General de la Administración*, Colombia, Editorial Mc- Graw Hill.
- ❖ Fischer, L. y Espejo, G. (2004). *Mercadotecnia*, México, Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.
- ❖ Friend, G. y Zehle, S. (2008). *Como Diseñar un Plan de Negocio*, Lima, Editorial El Comercio S.A.
- ❖ Guizar Montúfar, R (2004). *Desarrollo Organizacional*, México, Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.
- ❖ Jany Castro, J. (2005). *Investigación Integral de Mercados*, Colombia, Editorial Nomos S.A.
- ❖ Ortega, M. (2006). *Guía para Diseñar el Proyecto de Tesis*. Loja- Ecuador: UTPL.



- ❖ Palepu, K. Healy, P. y Bernard, V. (2002). *Análisis y Valuación de Negocios: Mediante Estados Financieros*. México, Editorial Thompson Learning.
- ❖ Lou, P. Strutton, D. y Lumpkim, J. (2005). *Canales de Marketing y Distribución Comercial*, México, Editorial McGraw-Hill Interamericana S.A.
- ❖ Sallenave, J.P. (1994). *Gerencia y Planificación Estratégica*, Colombia, Editorial Norma.



# ANEXOS

## Anexo N° 1

### Datos de las empresas

AGENCIAS DE VIAJE				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	GASATUR CIA LTDA	Jose A. Eguiguren 16-42 y 18 de Noviembre	<a href="mailto:gasatur1@easynet.net.ec">gasatur1@easynet.net.ec</a>	no
2	APOLO CAMPOVERDE	Rocafuerte entre Bolivar y Bernardo Valdivieso	<a href="mailto:geomil_loja@hotmail.com">geomil_loja@hotmail.com</a>	no
3	VILCATUR	Colon y Bolivar	<a href="mailto:vilcaturveronica@grupoecuatorial.com">vilcaturveronica@grupoecuatorial.com</a>	no
4	TELECONTUR	Miguel Riofrio y Juan Jose Peña 10-09	<a href="mailto:telecontur@easynet.net.ec">telecontur@easynet.net.ec</a>	no
5	DELGADO TRAVEL	Bernardo Valdivieso y 10 de Agosto	<a href="mailto:lufenco@hotmail.com">lufenco@hotmail.com</a>	no
6	ALVAREZ TRAVEL	Colon entre Sucre y Bolivar 14-41	<a href="mailto:alvarez_travel01@yahoo.com">alvarez_travel01@yahoo.com</a>	no
7	TURISMO ANDINO	Bolivar y 10 de Agosto	<a href="mailto:andesdelprado@speedtelecom.net">andesdelprado@speedtelecom.net</a>	no
8	Unitravel	Rocafuerte 15-33 y Sucre		no
9	Maldonadotur Travel CIA Ltda.	Juan José Peña 07-32 y Jose A. Eguiguren		no
10	Jaramillo Castillo Travel	18 de Noviembre 05-76 y Colon		no

ALMACEN DE ELECTRODOMESTICOS				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	M&M ELECTRODOMESTICOS	Jose A. Eguiguren entre 18 de Noviembre y Avda Universitaria		no
2	LATINA IMPORT	10 de Agosto y Bolivar	<a href="mailto:latinai@utpl.net.ec">latinai@utpl.net.ec</a>	no
3	MARCIMEX	18 de Noviembre y Jose A. Eguiguren	<a href="mailto:mxleo@alegropcs.net.ec">mxleo@alegropcs.net.ec</a>	no
4	TELLO VILLAVICENCIO	10 de Agosto y Avda Universitaria		no



ESCUELAS, COLEGIOS, INSTITUTOS Y UNIVERSIDADES				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	ESCUELA TENIENTE HUGO ORTIZ	Avda Salvador Bustamante Celi		si
2	ESCUELA FISCAL CUARTO CENTENARIO	Avda Lauro Guerrero		no
3	ESCUELA ALONSO DE MERCADILLO	Tebaida		no
4	UNIDAD EDUCATIVA LA SALLE	Avda Orillas del Zamora y Manuel de Jesus		no
5	UNIDAD EDUCATIVA LA DOLOROSA	Olmedo 11-92		si
6	UNIDAD EDUCATIVA CALASANZ	Avda Orillas del Zamora e Isidro Ayora		si
7	UNIDAD EDUCATIVA SANTA MARIANA DE JESUS	Olmedo 09-60		no
8	COLEGIO MILITAR LAURO GUERRERO	Avda Salvador Bustamante Celi		si
9	COLEGIO PARTICULAR EUGENIO ESPEJO	Avda Salvador Bustamante Celi y Amable Maria		si
10	COLEGIO BERNARDO VALDIVIESO	Avda del Ejercito y Kigman		no
11	COLEGIO LA INMACULADA	Bolivar y Rocafuerte		si
12	COLEGIO PIO JARAMILLO	Bolivar y Catacocha		no
13	COLEGIO 27 DE FEBRERO	Pablo Palacio y Yaguarzongo		no
14	CENTRO EDUCATIVO ASLOCH	Lourdes y 18 de noviembre		no
15	CENTRO EDUCATIVO LATINOAMERICANO	Avda Universitaria y Azuay esquina		no
16	CENTRO EDUCACION MULTIPLE SECAP	Sector norte Turunuma		no
17	INSTITUTO FINED TUNED ENGLISH	Sucre y Lourdes	<a href="mailto:fteloja@hotmail.com">fteloja@hotmail.com</a>	si
18	INSTITUTO WASHINGTON ENGLISH	Avda Orillas del Zamora y 24 de Mayo	<a href="mailto:weiloja@yahoo.com">weiloja@yahoo.com</a>	no
19	INSITUTO TECNOLOGICO LOS ANDES	Bernardo Valdieso y 10 de Agosto	<a href="http://www.itsla.edu.ec">www.itsla.edu.ec</a>	si
20	INSITUTO SUPERIOR BEATRIZ CUEVA DE AYORA	Avda Orillas del Zamora y 10 de Agosto	<a href="mailto:istevsa@yahoo.es">istevsa@yahoo.es</a>	si
21	INSTITUTO TECNICO SUPERIOR DANIEL ALVAREZ	Orillas del Zamora entre Daniel Alvarez	<a href="mailto:istdab@loja.telconet.net">istdab@loja.telconet.net</a>	no
22	INSTITUTO EDUCATIVO SIMON BOLIVAR	Sucre y Mercadillo		no
23	UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA	San Cayetano Alto		si



DISTRIBUIDORAS				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	DIREXLOJA	Guaranda y Avda Cuxibamba		no
2	IMPORTADORA ROMAR	Avda 18 de Noviembre y Jose A. Eguiguren		no
3	CALVA Y CALVA	Avda Iberoamerica	<a href="mailto:martincalva2003@yahoo.es">martincalva2003@yahoo.es</a>	no
4	DISTRIBUIDORA GRANDA	clodoveo carrion y av Orillas del Zamora	<a href="mailto:disgrand@easy.net.ec">disgrand@easy.net.ec</a>	no
5	VICOSA	Avda Iberoamerica entre Azuay y Mercadillo	<a href="mailto:distribucionesvicosahotcorreelectronico.com">distribucionesvicosahotcorreelectronico.com</a>	no
6	CAMEL	Fenix y Avda 8 de Diciembre	<a href="mailto:alex99castillohotcorreelectronico.com">alex99castillohotcorreelectronico.com</a>	no
7	VALTO	18 de Noviembre y Quito	<a href="mailto:valtohotcorreelectronico.com">valtohotcorreelectronico.com</a>	no
8	FAGI	Avda Cuxibamba y Cañar	<a href="mailto:fagi@loja.telconet.net">fagi@loja.telconet.net</a>	no
9	DICOPAR	Avda Pio Jaramillo		no
10	LOJAGAS	Barrio Turunuma	<a href="mailto:infojagas@lojagas.com">infojagas@lojagas.com</a>	no
11	LAVACOR	Avda Cuxibamba e Ibarra esquina	<a href="mailto:lavacorhotcorreelectronico.com">lavacorhotcorreelectronico.com</a>	si

EMPRESAS DE VENTA DE COMPUTADORAS Y SERVICIOS INFORMATICOS				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	SISCONET CIA LTDA	Azuay y 18 de Noviembre	<a href="mailto:jeansrodriguez@yahoo.com">jeansrodriguez@yahoo.com</a>	no
2	CLONE COMPUTER SHOP	Avda Universitaria y Jose Felix Valdivieso	<a href="mailto:gerencia@miclonesshop.com">gerencia@miclonesshop.com</a>	no
3	CREDICOMP	Sucre 11-45 entre Azuay y Mercadillo	<a href="mailto:borisamjhotcorreelectronico.com">borisamjhotcorreelectronico.com</a>	no
4	LOJASYSTEMS	Colon entre Bernardo Valdivieso y Olmedo		si
5	MASTER PC	Azuay entre Bernardo Valdivieso y Olmedo	<a href="mailto:masterpc@loja.telconet.net">masterpc@loja.telconet.net</a>	si
6	MICROSWARE	Jose Antonio Eguiguren entre Olmedo y Juan J Peña	<a href="mailto:microsware@yahoo.com">microsware@yahoo.com</a>	no
7	MUNDOSYSTEMS	Colon y Avenida Universitaria	<a href="mailto:mundosys@interactive.net.ec">mundosys@interactive.net.ec</a>	no
8	RAMSYSTEMS	Colon y Lauro Guerrero	<a href="mailto:ramsystem@speedtelecom.net">ramsystem@speedtelecom.net</a>	no
9	SISPROCOPU	Av Universitaria entre Imbabura y Quito		no
10	TRISECOM	Bolivar y 10 de Agosto	<a href="mailto:trisecom@easynet.ec">trisecom@easynet.ec</a>	no
11	TRIPLE C COMPUTERS	Quito entre 18 de Noviembre Y Sucre	<a href="mailto:gerencia@triplec.ec">gerencia@triplec.ec</a>	si
12	NET MEDIA SISTEMAS INFORMATICOS	Quto y Av Universitaria	<a href="mailto:netmedialoja@yahoo.com">netmedialoja@yahoo.com</a>	no
13	Toners	Sucre 10-99 y Azuay	-	
14	TOVACOPU	Lourdes entre Sucre y 18 de Noviembre		si



IMPRESAS				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	imprensa creativa	quito 16-04 entre Imbabura y Colon	<a href="mailto:info@treactiva.com.ec">info@treactiva.com.ec</a>	no
2	Imprensa Cosmos	Mercadillo y José Angel Palacios	<a href="mailto:imprentacosmos@hotmail.com">imprentacosmos@hotmail.com</a>	no
3	Imprensa Santiago	18 de noviembre 10-44 y Lourdes		no
4	Graficas Amazonas	Sucre 10-50 y Miguel Riofrío	<a href="mailto:Grafica-Amazonas@latincorreo.com">Grafica-Amazonas@latincorreo.com</a>	no
5	Imprensa MC CARTHY	Rocafuerte entre Juan Jose Peña y Olmedo		no
6	Imprensa ELDORADO	Bolívar y Miguel Riofrío		no
7	Graficas Muñoz	Bolívar 6-56		no
8	Graficas LIZETTE	Colon 14-36		no
9	Imprensa Gradimar	Bolívar 0464 e Imbabura	<a href="mailto:Gradimar@utpl.net.ec">Gradimar@utpl.net.ec</a>	no

MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	UV TELEVISION	Atenas y París	<a href="mailto:uvtv_loja@yahoo.es">uvtv_loja@yahoo.es</a>	si
2	ECOTEL TV	18 de Noviembre/Lourdes y Catacocha	<a href="mailto:ecotelv@loja.telconet.net">ecotelv@loja.telconet.net</a>	si
3	TELEVISORA DEL SUR	Lourdes/Olmedo y Juan Jose Peña	<a href="mailto:radio.cariamangaloja@geocorreo.com">radio.cariamangaloja@geocorreo.com</a>	no
4	EDIHORA CIA LTDA	Imbabura y 18 de Noviembre	<a href="mailto:editorloja@lahora.com.ec">editorloja@lahora.com.ec</a>	si
5	DIARIO CRONICA DE LA TARDE	Azuay/Bolívar y Sucre	<a href="mailto:gerencia@cronica.com.ec">gerencia@cronica.com.ec</a>	si
6	RADIO BOQUERON	Calle 24 de Mayo y Eloy Alfaro	<a href="mailto:bqradio@hotmail.com">bqradio@hotmail.com</a>	no
7	RADIO CENTINELA DEL SUR	Olmedo11-56Azuay y Mercadillo	<a href="mailto:cds_hechicera@hotmail.com">cds_hechicera@hotmail.com</a>	no
8	RADIO LUZ Y VIDA	ROcafuerte11-43Juan Jose peña y Olmedo	<a href="mailto:ligiflora@yahoo.es">ligiflora@yahoo.es</a>	no
9	RADIO LOJA 97.9	Avenida 24 de Mayo y Azuay	<a href="mailto:loja97.7FM@geocorreo.com">loja97.7FM@geocorreo.com</a>	no
10	RADIO ECUASUR	Eloy Alfaro y Padre Esteban	<a href="mailto:ecuasurFM.102@yahoo.es">ecuasurFM.102@yahoo.es</a>	no
11	RADIO ECUASUR Cariamanga	Eloy Alfaro y Padre Esteban	<a href="mailto:ecuasurFM.102@yahoo.es">ecuasurFM.102@yahoo.es</a>	no
12	RADIO STEREO SOCIEDAD	Manuel Jose Aguirre y Venezuela		no
13	RADIO SUPER LÁSER PANAMERICANA	Bernardo Valdivieso y Colón		si
14	RADIO MUNICIPAL	Bolívar y José Antonio Egiguren		si
15	RADIO PODER	Miguel Riofrío entre Sucre y Bolívar	<a href="mailto:podermFM@geocorreo.com">podermFM@geocorreo.com</a>	no
16	RADIO CARIAMANGA	Cariamanga	<a href="mailto:radio.cariamangaloja@geocorreo.com">radio.cariamangaloja@geocorreo.com</a>	si

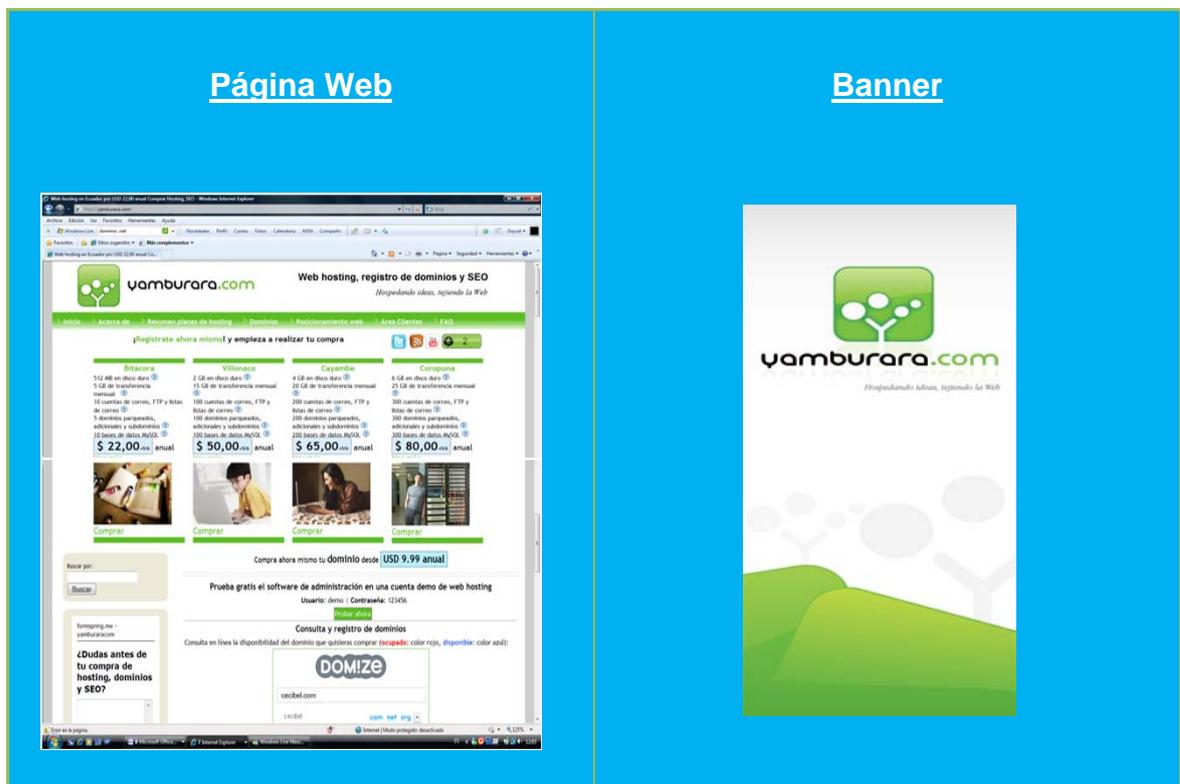


CONCESIONARIAS				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	AUTOCENTRO LOJA	MERCADILLO Y NUEVA LOJA		no
2	AUTOPARTS OCHOA	AVDA UNIVERSITARIA Y JOSE FELIX VALDIVIESO		no
3	AUTO SHOPPING	JOSE F. VALDIVIESO Y 18 DE NOVIEMBRE	<a href="mailto:shoppinga@easynet.net.ec">shoppinga@easynet.net.ec</a>	no
4	AUTOSHOW	AVDA GUAYAQUIL Y NUEVA LOJA	<a href="mailto:autoshow@excelnet.net.ec">autoshow@excelnet.net.ec</a>	no
5	EXPOAUTO	AVDA CUXIBAMBA Y CAÑAR		no
6	IMPORTADORA TOMBAMBA	MIGUEL RIOFRIO Y AVDA UNIVERSITARIA		Si
7	LOJA MOTORS	AVDA CUXIBAMBA ENTRE RIOBAMBA Y LATACUNGA	<a href="mailto:lojamotors@easynet.net.ec">lojamotors@easynet.net.ec</a>	no
8	LOJACAR	AVDA CUXIBAMBA Y ANCON	<a href="mailto:lojacar@impsat.net.ec">lojacar@impsat.net.ec</a>	no
9	MIRASOL	ISIDRO AYORA JUAN JOSÉ FLORES	-	Si
10	OROAUTO	GRAN COLOMBIA Y GUAYAQUIL		no

PROCESADORAS DE ALIMENTOS				
N.	EMPRESA	DIRECCION	CORREO E	Página Web
1	COMPROLACSA	SECTOR TURUNUMA s/n	<a href="mailto:mn@gcorreo-electronico.com">mn@gcorreo electrónico.com</a>	no
2	CAFRILOSA	AV TURUNUMA		no
3	INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS (ILE)	BARRIO CONSACOLA KM. 1 VIA A CUENCA	<a href="mailto:cafrilosa@easynet.net.ec">cafrilosa@easynet.net.ec</a>	si
4	INAPESA	AV 8 DE DICIEMBRE		no
5	PLANTA PROCESADORA POLLOS FRANK	AVDA 8 DE DICIEMBRE VIA ANTIGUA A CUENCA	<a href="mailto:argforootam@yahoo.es">argforootam@yahoo.es</a>	no
6	SOCIEDAD AGRICOLA PECUARIA	BERNARDO VALDIVIEZO ENTRE JOSE A. EGUGUREN Y COLON		no

## Anexo N° 2

### Diseño de Página web de Yamburara y Banner



Fuente: Datos obtenidos de la empresa

## Anexo N° 3



yamburara.com

*Hospedando ideas, tejiendo la Web*

# Portafolio de la Empresa

Loja, Diciembre del 2010

Señores

Ciudad.-

Saludos Cordiales

Yamburara inicio sus actividades en Abril de 2008, y desde esa fecha hemos venido trabajando incansablemente para ampliarnos al mercado nacional, bien sea participando como auspiciantes de eventos tecnológicos y/o con una divulgación ardua a través del empleo de redes sociales por Internet

Nuestra intención no es otra sino la de presentar a usted(es) una descripción de los servicios que ofrecemos de manera formal a través del presente documento. Contamos con video-tutoriales para ayudar al cliente en sus primeras etapas del uso de un plan de hosting; a través de nuestro blog mantenemos a los clientes al tanto de lo que realizamos, bien sean actualizaciones de software, tips, recomendaciones, etc.

Dentro de nuestros objetivos tenemos:

- a) Brindar un espacio en la Web para que una persona, empresa, emprendimiento, fundación, organización, pueda compartir información de forma segura, confiable, ágil
- b) Garantizar estabilidad en el servicio de tal forma que los usuarios y administradores del sitio web se sientan confiados de visitar en cualquier momento los contenidos presentados en él.

Los servicios que ofrece Yamburara son los siguientes:

➤ **Planes de Hosting**

El término hosting consiste en brindar un determinado espacio en disco duro en un servidor web que permite alojar u hospedar contenido en general, audiovisual y multimedia según los requerimientos del usuario y el público al que se dirigirá.

A continuación se presenta los planes de hosting que ofrece Yamburara:



	Plan Básico	Plan Mediano	Plan Avanzado	Plan Profesional	Reseller
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>Bitácora</b>	<b>Villonaco</b>	<b>Cayambe</b>	<b>Coropuna</b>	<b>Huacarán</b>
Espacio en Disco Duro	512 MB	2 GB	4 GB	6 GB	10
Transferencia mensual (GB)	5	10	15	20	30
Cuentas de correo	10	100	200	300	Sin límite
Cuentas de FTP	10	100	200	300	Sin límite
Listas de correo	10	100	200	300	Sin límite
Bases de datos MySQL	10	100	200	300	Sin límite
Subdominios	10	100	200	300	Sin límite
Dominios parqueados	5	100	200	300	500
Dominios adicionales	5	100	200	300	500
cPanel	SI	SI	SI	SI	SI
Fantastico De Luxe	SI	SI	SI	SI	SI
PHP	SI	SI	SI	SI	SI
CGI	SI	SI	SI	SI	SI
Costos de Activación	NINGUNO	NINGUNO	NINGUNO	NINGUNO	NINGUNO
Tarifa mensual	-	-	-	-	US\$ 15,00
Tarifa semi-anual	-	US\$ 25,00	US\$ 32,50	US\$ 40,00	US\$ 75,00
Tarifa anual	US\$ 22,00	US\$ 50,00	US\$ 65,00	US\$ 80,00	US\$ 150,00

### ➤ Registro de dominios

El registro de dominios que ofrecemos abarca entre los más comunes, las extensiones de nombres de dominio (.com, .net, .org, .info, .name). Ofrecemos también una amplia variedad de registros, por ejemplo, .com.ec, .ec, .med.ec, .pro.ec, .fin.ec, etc.

A continuación tenemos los precios de los dominios de acuerdo a la terminación de dominio que usted escoja:

TLD	Min. Años	Registrar	Transferir	Renovar
.com	1	\$9.99 USD	\$9.99 USD	\$9.99 USD
.net	1	\$9.99 USD	\$9.99 USD	\$9.99 USD
.info	1	\$9.99 USD	\$9.99 USD	\$9.99 USD
.org	1	\$9.99 USD	\$9.99 USD	\$9.99 USD
.name	1	\$9.99 USD	\$9.99 USD	\$9.99 USD
.ec	1	\$38.00 USD	\$38.00 USD	\$38.00 USD
.com.ec	1	\$38.00 USD	\$38.00 USD	\$38.00 USD
.net.ec	1	\$38.00 USD	\$38.00 USD	\$38.00 USD
.org.ec	1	\$38.00 USD	\$38.00 USD	\$38.00 USD
.edu.ec	1	\$38.00 USD	\$38.00 USD	\$38.00 USD
.pro.ec	1	\$23.00 USD	\$23.00 USD	\$23.00 USD
.med.ec	1	\$23.00 USD	\$23.00 USD	\$23.00 USD
.fin.ec	1	\$23.00 USD	\$23.00 USD	\$23.00 USD
.info.ec	1	\$23.00 USD	\$23.00 USD	\$23.00 USD

Los precios no incluyen impuestos (12% IVA)

Para proceder a comprar nuestros servicios usted puede ingresar a nuestra página web [www.yamburara.com](http://www.yamburara.com) y registrarse para formar parte de nuestros clientes y estar informados de las novedades que tiene la empresa para Ud.



El pago se lo puede realizar a través de una transferencia electrónica o de un depósito bancario en el Banco del Pichincha, los datos de la cuenta se muestran en la pre-factura que se genera en el momento de su pedido.

**Contáctenos:**

Actualmente estamos ubicados en las instalaciones de Loja Valle de Tecnología, San Cayetano Alto calle París s/n, Campus universitario UTPL, edificio UPSI, 1° Piso, Loja – Ecuador.

- Teléfonos: 072 570 275 ext. 2558 / 082512819
- Gerente General: Diego Merchán – [dmerchan@yamburara.com](mailto:dmerchan@yamburara.com)

## Anexo N° 4

### Diseño del Tríptico



*Bienvenidos al mundo del hospedaje web, también conocido como web hosting o simplemente hosting. Les agradecemos el considerar nuestros servicios para el hospedaje de sus sitios web, que no sólo sea versátil, confiable y seguro, sino que se convierta en un ventana altamente atractiva para mostrar al mundo a través de la Web, bien sea sus actividades, noticias, proyectos, investigaciones, gustos, hobbies, etc.*

*En Yamburara.com brindamos a nuestros clientes la mejor combinación tanto de características de un plan de hosting, soporte personalizado al cliente y costos. Por ello nos complace presentar a usted un completo detalle de los servicios de hosting y registro de dominios que brindamos a nivel*



**Dirección:**

Loja valle de Tecnología UtpI- San Cayetano Alto,  
Edificio UPSI 1 piso  
www.yamburara.com — ventas @Yamburara.com

**Teléfono:**

593 7 2570275 ext. 2558 / 082512819 /  
082547400





### ***Misión***

Mantener alta seguridad, estabilidad y soporte de los contenidos web hospedados de nuestros clientes.

### ***Visión***

Brindar las mejores soluciones de hospedaje web garantizando disponibilidad total



### ***Planes de Hosting***

El término hosting consiste en brindar un determinado espacio en disco duro en un servidor web que permite alojar u hospedar contenido en general, audiovisual y multimedia según los requerimientos del usuario y el público al que se dirigirá.

Contamos con diferentes planes:

* Plan Básico	22,00
* Plan Mediano	50,00
* Plan Avanzado	65,00
* Plan Profesional	80,00
* Reseller	150,00



### ***Registro de Dominios***

El registro de dominios que ofrecemos abarca entre los más comunes, las extensiones de nombres de dominio .com, .net, .org, .info, .name, sin embargo en caso de que las necesidades del cliente requieran un dominio con una extensión especial, podemos también cubrir el requerimiento.

Para dominios de nivel nacional, es decir, los dominios con extensión .EC ofrecemos también una amplia variedad de registros, por ejemplo, .com.ec, .ec, .med.ec, .pro.ec, .fin.ec, etc.

Compra ahora tu dominio desde 9,99

### ***SEO***

Dentro de este punto, el SEO (Search Engine Optimization) u Optimización en motores de búsqueda se encarga de la aplicación de técnicas que nos permiten mejorar la posición de un sitio web en los diferentes motores de búsqueda que existen en la Web.

## Anexo N° 5

### Detalle de los Dominios

Lo primero que deberemos plantearnos a la hora de elegir un dominio, primeramente, antes que el nombre, es el objeto que va a llevar a cabo: no es lo mismo iniciar una actividad comercial, que una labor informativa o de acción social.

Una vez definido el objeto, el fin que tendrá nuestra web determinaremos la extensión de dominio donde empezaremos a buscar el nombre apropiado:

- **.COM** - Sin duda el más conocido y utilizado de todos los dominios. La extensión de Dominio .com es una extensión en la que siempre deberíamos registrar adicionalmente nuestro nombre (sobre todo si vamos a llevar a cabo acciones comerciales o de información y no tanto actividades sociales). El mayor inconveniente de esta extensión es su desmesurada ocupación que deja muy poco margen a la creación de nuevos registros.
- **.NET** - La extensión .net es el comodín de los nombres de dominio. Es la segunda opción que se suele tomar al encontrarse el nombre de dominio buscado ocupado en la extensión .COM. También se registra por todas aquellas empresas propietarias de un .COM que, por un coste mínimo, logran evitar una posible competencia en un dominio paralelo que podría hacerles incurrir en pérdidas de imagen por duplicación de referencias.
- **.ORG** - Sobre todo utilizado por organizaciones de acción social o de actividades desinteresadas como difusión científica, etc., los dominios .org también suelen ser registrado por las empresas para evitar a bajo coste competencia en un dominio paralelo.
- **.BIZ** - Es un dominio utilizado principalmente por empresas que cuentan ya con presencia en Internet en extensiones de dominios convencionales pero que refuerzan mediante éste su imagen corporativa. Originalmente los dominios .biz ("biz", de bussines en inglés) fueron creados para crear una línea paralela a los .com.

- **.INFO** - Extensión elegida por Webs cuya máxima finalidad es la difusión de conocimientos o contenidos educativos. No obstante los dominios .info, por lo genérico del concepto "información" de su extensión, son usados en todos los ámbitos.
- **.ES** - Dominio territorial genérico de España actualmente liberado para su registro por parte de cualquier persona o empresa española o que mantenga vínculos con España. Supone un toque de identidad para empresas nacionales y es aún una buena alternativa a los saturados .com. La disminución de su coste ha hecho que actualmente las empresas y particulares españoles empiecen a adoptar los dominios .es como primera opción de registro.
- **.COM.ES / NOM.ES / ORG.ES** - Dominios territoriales de España para webs de carácter comercial (com), personales (nom) u organizaciones (org) de registro libre y algo más económicos que el .es. Es una alternativa al dominio genérico ya que son menos usados, aunque la liberación del genérico ha provocado que su uso sea cada vez más limitado.
- **.EU** - Los dominios .eu (European Unión) están reservados a empresas y particulares que operan en el entorno de la Unión Europea. No hay requisitos especiales para registrarlos y su coste es algo superior al resto de dominios territoriales. Es una buena opción para aquellas empresas que se planteen desarrollar su actividad en este ámbito o que quieran dar un carácter más global a su actividad.

## Anexo N° 6

### Estimación de Ingresos Yamburara

Proyección de Ingresos				
Detalle	Precio	Demanda (estimada)	Mensual	Anual
Básico	22	4	88	1056
Villonaco	50	3	150	1800
Cayambe	65	2	130	1560
Coropuna	80	1	80	960
<b>Subtotal de los paquetes de hosting</b>				<b>5376</b>
com, net, info, biz, org, name	9,99	10	99,9	1198,8
ec, com.ec, net.ec, org.ec, edu.ec	38,00	10	380	4560
<b>Subtotal de dominios</b>				<b>5758,8</b>
<b>Total</b>			<b>927,9</b>	<b>11134,8</b>

## Anexo N° 7

### Cálculo de la tasa de crecimiento de las Ventas

#### Formula

$$i = \sqrt[n]{\frac{M}{C}} - 1$$

$$i = \sqrt{\frac{30,72}{33,98}} - 1 = -0,049$$

$$i = \sqrt{\frac{198,24}{30,72}} - 1 = 1,540$$

$$i = \sqrt{\frac{155,98}{198,24}} - 1 = -0,113$$

$$i = \sqrt{\frac{153,97}{155,98}} - 1 = -0,006$$

$$i = \sqrt{\frac{68,99}{153,97}} - 1 = -0,330$$

$$i = \sqrt{\frac{183,97}{68,99}} - 1 = 0,6329$$

$$i = \sqrt{\frac{155,96}{183,97}} - 1 = -0,079$$

$$i = \sqrt{\frac{142,83}{155,96}} - 1 = 0,043$$

$$i = \sqrt{\frac{309,94}{142,83}} - 1 = 0,473$$

$$i = \sqrt{\frac{458,88}{309,94}} - 1 = 0,217$$

$$i = \sqrt{\frac{36,99}{458,88}} - 1 = -0,716$$

---


$$\text{Promedio del indicador} = \frac{1,61}{11} = 0,14$$


---

## Anexo N° 8

### Cuadros Administrativos

Gastos Administrativos	
Descripción	Valor
Servicios profesionales(contador)	360
Pago de arriendo	1128
Suministros de oficina	40
Pago gerente	3090,72
<b>Total</b>	<b>4618,72</b>

Gastos de Venta	
Descripción	Valor
Pago transporte interno	144
Publicidad Anual	792
<b>Total</b>	<b>936</b>

Publicidad	
Detalle	Valor
Valla publicitaria	300
Trípticos 200*0,30	60
Tarjetas de presentación 0,24*300	72
Anuncios en redes 30*12	360
<b>Total</b>	<b>792</b>

Gastos de Operación	
Descripción	Valor
Alquiler de servidores	3324,90
<b>Total</b>	<b>3324,90</b>

## Anexo N° 9

### Tabla de Amortización

Detalle	Valor
Gastos de Constitución	650
<b>Total</b>	<b>650</b>

ACTIVO DIFERIDO		650
AÑO	AMORTIZACIÓN	REDUCCIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO
1	130	520
2	130	390
3	130	260
4	130	130
5	130	0

## Anexo N° 10

ROL DE PAGOS DE YAMBURARA										
PERSONAL ADMINISTRATIVO										
NOMINA	N DE	SUELDO BASICO	TOTAL	APORTE PERSONAL AL IESS	APORTE PATRONAL	LIQUIDO A PAGAR	EGRESO TOTAL	DECIMO	DECIMO	EGRESO
	PERSONAS	UNIFICADO	INGRESOS	9,35%	11,15%	POR MESES	POR 12	CUARTO	TERCERO	ANUAL
Administrador	1	240	240	22,44	26,76	217,56	2610,72	240	240	3090,72

**Elaborado por:** La Autora