



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

SEPTIEMBRE 2019- FEBRERO 2020

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

CREACIÓN DE CYBER CAFÉ EN EL CANTÓN BABA

ALUMNA:

Nathaly Isabel Castro Bravo

TUTOR:

Ing. Luis Lozano Chaguay

AÑO

2020

Resumen.....	9
Introducción	10
Capitulo I. Idea de Negocios.....	11
Descripción de la idea de negocio	11
Fundamentación teórica de la idea de negocio	12
Que es un cyber café.....	12
Que es una cafetería.....	14
Historia del primer cyber café	15
Reseña histórica de las cafeterías.....	16
Estudio de mercado.....	18
Mercado	18
Muestra	18
Instrumento de evaluación.....	20
Tabulación y Análisis	22
Informe Ejecutivo	35
Análisis de la Competencia.....	36
Capitulo II. Diseño Organizacional del Emprendimiento.	37
Giro del negocio.....	37

Razón Social	38
Isologo	39
Slogan	40
Productos	41
Fundamentación Gerencial del emprendimiento	49
Misión	49
Visión.....	49
Valores.....	50
Política de Calidad.....	51
Objetivos empresariales.....	51
FODA.....	51
Estructura Organizacional y Funcional.....	53
Organigrama Estructural.....	53
Análisis y Diseño de puesto.....	54
Proceso de Reclutamiento.....	56
Proceso de Selección	57
Capítulo III. Modelo de negocio	58
Lienzo canvas – ciber café `` Isanet.....	59
Segmento del Mercado	60
Productos y servicios como propuesta de valor	60

Canales de comercialización.....	62
Relaciones con los clientes	62
Fuentes de ingreso	62
Activos para el funcionamiento del negocio.....	63
Actividades del negocio.....	64
Red de socios	65
Estructura de costos	65
Capitulo IV. Estudios de Factibilidad del emprendimiento	66
Factibilidad Técnica.....	66
Macrolocalizacion.....	67
Microlocalizacion	69
Diseño del local	70
Aspectos legales.....	71
Factibilidad financiera	72
Factibilidad operativa	83
Factibilidad ambiental.....	85
Factibilidad social	86
Conclusiones	88
Recomendaciones	89
Bibliografía	90

Índice de tablas

Tabla 1	22
Tabla 2	23
Tabla 3	24
Tabla 4	25
Tabla 5	26
Tabla 6	27
Tabla 7	28
Tabla 8	29
Tabla 9	30
Tabla 10	31
Tabla 11	32
Tabla 12	33
Tabla 13	34
Tabla 14.- Analisis de la Competencia	36
.Tabla 15- Impresion de Documento	41
Tabla 16.- Servicio de Copiado	41
Tabla 17.- Alquiler de equipo de computo	42
Tabla 18.- Costo de produccion (Tostadas)	42
Tabla 19.- Costo de produccion(Batidos).....	44
Tabla 20.-Costo de Produccion (Cafe)	45

Tabla 21.- Costo de Produccion(Cafe con leche)	46
Tabla 22.- Costo de Produccion (Sándwich)	47
Tabla 23.- Costo de Produccion(Desayunos).....	48
Tabla 24.- Analisis y diseño de puesto	54
Tabla 25.- Lienzo CANVAS	59
Tabla 26.- Productos y Servicios como Propuesta de valor	61
Tabla 27.- Activos para el funcionamiento del negocio	63
Tabla 28.- Capital de trabajo.....	67
Tabla 29.- inversion Inicial	72
Tabla 30.- Depreciaciones	73
Tabla 31.- Remuneraciones	73
Tabla 32.- Beneficios mensualizados	73
Tabla 33.- Amortizacion	74
Tabla 34.- Costo Variable Unitario.....	75
Tabla 35.- Produccion semanal.....	76
Tabla 36.- Produccion Mensual	76
Tabla 37.- Produccion Annual	77
Tabla 38.- Costo de produccion en dolares.....	77
Tabla 39.- Produccion semanal (Servicio de Cafetería)	78
Tabla 40.- Produccion mensual (Servicio de cafetería).....	78
Tabla 41.- Produccion Mensual (Cyber).....	78
Tabla 42.- Ingresos por ventas	79
Tabla 43.- Gastos Administrativos y de ventas	79
Tabla 44.- Flujo de caja	80

Tabla 45.- TIR-VAN.....	81
Tabla 46.- Periodo de Recuperacion.....	81
Tabla 47.- Relacion Costo Beneficio.....	82

Índice de figuras

Figura 1.- Cyber cafe	13
Figura 2.- cafeteria.....	15
Figura 3.-conocimiento sobre un cyber café.....	22
Figura 4.-Existencia de cyber café en su ciudad.....	23
Figura 5.-Disponibilidad de internet en su hogar	24
Figura 6.-¿qué tal es el servicio de los cyber que ha visitado anteriormente?.....	25
Figura 7.-¿Con que frecuencia visita un cyber café?.....	26
Figura 8.-¿Qué tipo de trabajo realiza normalmente cuando acude a un cyber?	27
Figura 9.-¿ Le gustaría que se implementara un cyber café en su ciudad ?.....	28
Figura 10.-¿ Que cree usted que un buen cyber café debe ofrecer?	29
Figura 11.-¿ Qué espacio le gustaría que se implemente en un cyber ?	30
Figura 12.-¿ Le gustaría que el cyber café estuviera ubicado en la zona céntrica de la ciudad ?.....	31
Figura 13.-¿ Le gustaría que el cyber café estuviera bien equipado y las maquinas con un mantenimiento optimo ?.....	33
Figura 14.-¿ En qué horario le gustaría que el cyber café ofreciera su servicio?	34
Figura 15.-Giro del negocio.....	38
Figura 16.- Valores del negocio.....	50
Figura 17.- FODA.....	52

Figura 18.- Organigrama estructural.....	53
Figura 19.- Proceso de reclutamiento	56
Figura 20.- Proceso de seleccion	57
Figura 21.-Macrolocalizacion del emprendimiento.....	68
Figura 22.- Microlocalizacion del emprendimiento.....	69
Figura 23.- Diseño del local.....	70

Resumen

La idea de negocio se trata de la implementación de un cyber café situado en la ciudad de Baba, este negocio constará de 2 secciones, en una se ubicará el cyber y a su lado lo que es una cafetería. Esta idea de negocio es dirigida hacia jóvenes profesionales, estudiantes en edades de 12 años en adelante y público en general que requieran el uso de internet. Cyber café `` Isanet `` es una nueva alternativa de realizar tareas o comunicarse con otras personas por medio de internet en un ambiente agradable. El emprendimiento desarrollado se basa en el modelo CANVAS ya que se apoya en tecnología emergente, y de esta manera es considerado como un Starp up.

Palabras claves: Mercado, Starp up, rentabilidad, marketing, innovación.

Introducción

El internet es una herramienta, que en la actualidad nos permite acceder a diferentes sitios de información de una manera rápida y sencilla. Existe un número considerable de personas que no pueden acceder desde sus hogares a un sitio web por falta de internet o a su vez por falta de un equipo tecnológico, de esta manera con el transcurso del tiempo se han ubicado lugares conocidos como cyber, los cuales permiten acceder al uso de internet. Esta tendencia de crecimiento genero la oportunidad para desarrollar la presente propuesta de emprendimiento para la creación de un cyber café en el cantón Baba. En este lugar existe un alto índice de alumnos que desean y necesitan hacer uso de estos lugares para realizar de manera más sencilla sus tareas, es por ello que se establecerá un cyber café en la ciudad de Baba el cual llevará el nombre de 'Isanet'.

El modelo de negocio desarrollado se basa en el modelo CANVAS ya que se apoya en tecnología emergente, y de esta manera es considerado como un Start up. Se considera que es un negocio factible ya que por cada dólar que se invierte se obtiene \$3,19 adicional de beneficio, la inversión es recuperada a los 3 años 1 mes 2 días. El emprendimiento contribuye al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible tales como producción y consumo responsable y trabajo decente y crecimiento, a su vez se realizarán procesos amigables con el medio ambiente, desechando los residuos en lugares establecidos por la municipalidad del cantón.

Capitulo I. Idea de Negocios

Descripción de la idea de negocio

La idea de negocio surgió en una reunión familiar en la cual se trataba el tema sobre lo importante y necesario que es un cyber en la localidad que nos situamos, debido a que la mayoría de los chicos necesitan realizar consultas que aportan en el desarrollo de su educación diaria, es por ello que pensamos en cómo mejorar la idea y así lograr captar la atención del cliente, y se llegó a la conclusión de implementar un cyber café el cual sería un lugar perfecto e ideal para realizar tareas.

En el lugar que se desea implementar el cyber café existe un alto índice de alumnos que desean y necesitan hacer uso de un dispositivo tecnológico conectado a una red móvil para realizar de manera más sencilla sus tareas, es por ello que se establecerá un cyber café en la ciudad de Baba el cual se llamará cyber café ``Isanet``. La razón principal por la cual se realiza este emprendimiento se debe a que no existen lugares amplios que logren abastecer la demanda de alumnos y público en general que requiere el uso de computadoras o realizar trabajos investigativos de una manera rápida y en un lugar cómodo el cual funcione hasta tarde horas de la noche. Otra de las razones por las que se desea implementar esta idea de negocio se debe a que no existe ningún lugar que tenga un área para realizar tareas o para degustar algún tipo de alimento con amigos mientras realizan trabajos investigativos.

Esta idea de negocio es dirigida hacia jóvenes profesionales, estudiantes en edades de 12 años en adelante y público en general que requieran el uso de internet. Cyber café `` Isanet

`` es una nueva alternativa de realizar tareas o comunicarse con otras personas por medio de internet en un ambiente agradable, la propuesta de valor que lo diferenciará de la competencia es que el establecimiento contara con personal altamente capacitado y atención personalizada cuando los usuarios hagan uso del servicio ofrecido.

La idea de negocio se trata de la implementación de un cyber café situado en la ciudad de Baba, este negocio constará de 2 secciones, en una se ubicará el cyber y a su lado lo que es una cafetería. El cyber café ofrecerá servicios de internet, realización de tareas, investigaciones, a su vez en la cafetería se ofrecerá productos alimenticios, el área en el que se ofrecerá el servicio tendrá wifi, salas de estudios para que los usuarios se sientan cómodos al momento de ejecutar alguna tarea, se cobrara una tarifa fija por un periodo determinado para el uso de diversos equipos incluyendo acceso a internet y a diversos programas.

Fundamentación teórica de la idea de negocio

Que es un cyber café

La expresión ciber es un prefijo tomado de la palabra cibernética. El ciber es un establecimiento que posee una concentración de tecnología avanzada, como, por ejemplo: computadores, internet, entre otros. (Coelho, 2015)



Figura 1.- Cyber cafe

La expresión ciber se antepone a algunos términos relacionados al mundo del internet. El ciberpunk es una subcultura basada en las tecnologías que incluye hackers, crackers, jugadores, entre otros; el ciberfriends es una especie de amigo virtual, en el cual 2 personas se comunican por vía virtual, sin conocerse personalmente; cyberbullying, también conocido como ciberacoso, es un tipo de acoso a través de medios informáticos para la persecución de una persona. (Coelho, 2015)

El cibercafé es un establecimiento en el cual el individuo paga un determinado valor por el tiempo que estará usando el internet con cualquier fin, puede ser para realizar un trabajo, revisar sus redes sociales o simplemente jugar. El cibercafé fue creado por Ivan Pope, en el año 1994, en Londres, fue el primer café que poseía computadores con acceso a internet. (Coelho, 2015)

Generalmente, los cibercafés son visitados por jóvenes con la finalidad de realizar juegos de computadores en red, como: counter strike, flat out, entre otros o por aquellas personas que no poseen servicios de internet. (Coelho, 2015)

El término cibernauta indica a la persona que utiliza las redes informáticas para comunicarse con otros individuos. La cibernética es la ciencia que tiene como objetivo

estudiar los sistemas de comparación y regulación automática de los seres vivos con sistemas electrónicos y mecánicos semejantes a ellos. (Coelho, 2015)

Un cibercafé' (de ciber- y café), ciber café o café Internet es un local público donde se ofrece a los clientes acceso a Internet y, aunque no en todos, también servicios de bar, restaurante o cafetería. Para ello, el local dispone de computadoras y usualmente cobra una tarifa fija por un período determinado para el uso de dichos equipos, incluido el acceso a Internet y a diversos programas, tales como procesadores de texto, programas de edición gráfica, copia de CD o DVD, etc. (Lachimba, 2016)

Que es una cafetería

Una cafetería es un establecimiento donde se sirve café. Por lo general estos recintos también ofrecen otras infusiones y bebidas, e incluso ciertos tipos de comida. Por ejemplo: “Mañana voy a reunirme con el dueño de la empresa en una cafetería del centro”, “Durante cinco años trabajé como camarera en una cafetería”, “¿Me acompañas a la cafetería? Quiero beber algo caliente para combatir el frío”. (Porto, 2016)

Las cafeterías pueden tener características muy distintas entre sí. En algunos casos, por la variedad de comidas que ofrecen, son comparables con un restaurante. Si se destacan por



la cantidad de bebidas a disposición de los clientes, se asemejan a un bar. En ocasiones, de hecho, un mismo espacio puede presentarse como cafetería, bar y restaurante. (Porto, 2016)

Figura 2.- cafetería

Por lo general las cafeterías cuentan con varias mesas. Los clientes, al arribar, se sientan y aguardan que se acerque un camarero para tomarles el pedido y luego servirles aquello que han solicitado. Una cafetería también puede tener una barra donde el pedido se realiza directamente a aquel que prepara el café. (Porto, 2016)

Historia del primer cyber café

Los primeros cibercafés fueron abiertos en Londres (Inglaterra) en 1994. El primer café fue el Café Cyberia, que abrió sus puertas en septiembre de 1994. Su fundadora, Eva Pascoe, dice que la idea se le vino a la cabeza a principios de los años 1990, cuando pasaba mucho tiempo lejos de su familia trabajando en su tesis doctoral. (Lachimba, 2016)

En esos tiempos, era de las pocas personas que tenía acceso a una cuenta de correo electrónico, servicio puramente académico por aquellos días; pero al no tener nadie más en su familia una dirección de correo electrónico, debía gastar cantidades considerables de



dinero en cuentas telefónicas. (Lachimba, 2016)

Un día, sentada en un café cerca de su colegio, pensó que podría ser divertido poder ir a ese establecimiento con su ordenador portátil y enviar correos mientras se tomaba un descanso en su rutina habitual. Echó un vistazo alrededor y pudo reconocer algunos amigos de los que sabía que tenían conexión a Internet desde sus casas. Después, hablando con ellos, pensaron en cómo sería tener conexión permanente a Internet desde un café y pagar una pequeña tarifa para poder intercambiar mensajes con sus amigos y familiares, enviar correo y tener mensajería instantánea. Tres meses después, en septiembre, abrieron el primer café Internet en Londres. Desde ese momento hasta ahora, los cibercafés se han multiplicado por todo el mundo. (Lachimba, 2016)

Reseña histórica de las cafeterías

Una cafetería o, simplemente, un café son un despacho de café u otras bebidas, donde a veces se sirven aperitivos y comidas. Una cafetería comparte algunas características con un bar y otras con un restaurante. (Brunes, 2015)

La tradición del café como un lugar de reunión, para discutir, pasar el tiempo, y no sólo un sitio para consumir, es representativa de algunas ciudades del mundo. A esa tradición pertenecen en la cultura occidental ciudades como París, Viena, Londres, donde con la excusa del café se pasa el tiempo, mientras que en países consumidores de café como Italia el tiempo destinado al sitio es mínimo. (Brunes, 2015)



En algunos países se le llama cafetería a un restaurante donde no se ofrece servicio de camareros, y donde los clientes utilizan una bandeja, para pasar a una barra de menús para ordenar sus platos, y luego a la caja para pagar, principalmente en centros de trabajo y escuelas. (Brunes, 2015)

En lugares como Estados Unidos, una cafetería no enfatiza bebidas alcohólicas; típicamente, ni siquiera ofrece bebidas alcohólicas, en lugar se enfoca específicamente en el café, té o chocolate con leche. Otras comidas pueden variar entre pan, caldo, sándwiches, y postres que complementan su comercio. En los Estados Unidos, cafeterías tradicionalmente no brindan bebida alcohólica ni café en los de escuela de enseñanza primaria. Esto es porque cafeterías americanas tradicionalmente son vestíbulos comedores. (Brunes, 2015)

Estudio de mercado

Mercado

En el mercado está compuesto por toda la oferta y la demanda de productos y servicios. En el podemos encontrar toda la competencia de empresas que luchan por hacerse un hueco en él, y también todas las personas que demandan productos. En un mercado tan competitivo es difícil que una empresa llegue a todo el público, por lo que lo divide en segmentos de mercados a los que se dirige de forma más efectiva. (Garcia, 2017)

El mercado donde se desarrollará el presente proyecto de emprendimiento es en el cantón Baba perteneciente a la Provincia de los Ríos. La idea de negocio es dirigida hacia jóvenes profesionales, estudiantes en edades de 12 años en adelante y público en general que requieran el uso de internet. La población del cantón Baba es de 39.681 habitantes y es la base para calcular la muestra y nos proporciona la información pertinente al emprendimiento.

Muestra

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

Donde:

N= Total de la población (39.681 habitantes en la ciudad de Baba)

$Z_a^2 = 2.24^2$ (si la seguridad es del 95%)

p= proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

$q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

d = precisión (en este caso deseamos un 3%).

Una vez aplicada la fórmula para calcular la muestra de población finita, debemos encuestar a 263 habitantes de la ciudad de Baba.

Instrumento de evaluación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

INGENIERÍA COMERCIAL

Tema de emprendimiento: Cyber café en la ciudad de Baba

Objetivo de la encuesta: levantar información necesaria para conocer el mercado con respecto a la implementación de un cyber café en la ciudad de Baba.

Encuesta realizada a hombres y mujeres de la Ciudad de Baba

1. ¿Conoce usted lo que es un Cyber café?

Sí No

2. ¿En tu ciudad existe algún Cyber café?

Sí No

3. ¿Dispone de internet en su casa?

Siempre Frecuentemente A veces Rara vez unca

4. ¿Qué tal es el servicio de los Cyber que usted ha visitado anteriormente?

Excelente Muy bueno Bueno Regular Malo

5. ¿Con que frecuencia usted visita un cyber café?

Siempre Frecuentemente A veces Rara vez unca

6. ¿Qué tipo de trabajo realiza normalmente cuando acude a un Cyber?

Investigativo Redes sociales Juegos en línea Impresiones de trabajo

7. ¿le gustaría que se implemente un cyber café en su ciudad?

Sí No

8 ¿Qué cree usted que un buen Cyber café debe ofrecer?

Poder jugar en línea Ambiente agradable Buen servicio Equipos actualizados.

9 ¿Qué espacio te gustaría en un Cyber café?

Servicio de cafetería Papelería y Suministro

10 ¿Le gustaría que el Cyber café estuviera instalado en la zona céntrica de la ciudad?

Sí No

11 ¿Le gustaría que el Cyber café estuviera bien equipado y las máquinas con un mantenimiento óptimo?

Sí No

12 ¿Qué horario le gustaría que el Cyber café ofreciera el servicio?

8am-6pm 6am-6pm 6am-10pm

13 ¿cuándo Ud. visita un cyber café que productos o servicios consume con mayor frecuencia?

BATIDOS	
TOSTADAS	
CAFÉ	
CAFÉ CON LECHE	
DESAYUNOS	
SANDWICH	
ALQUILER DE MAQUINAS	
COPIAS	
INVESTIGACIONES	
IMPRESIONES	
ANILLADOS	
OTROS	

Tabulación y Análisis

Tabla 1

Pregunta 1. ¿ Conoce usted lo que es un cyber café ?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Si	171	65%
No	92	35%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

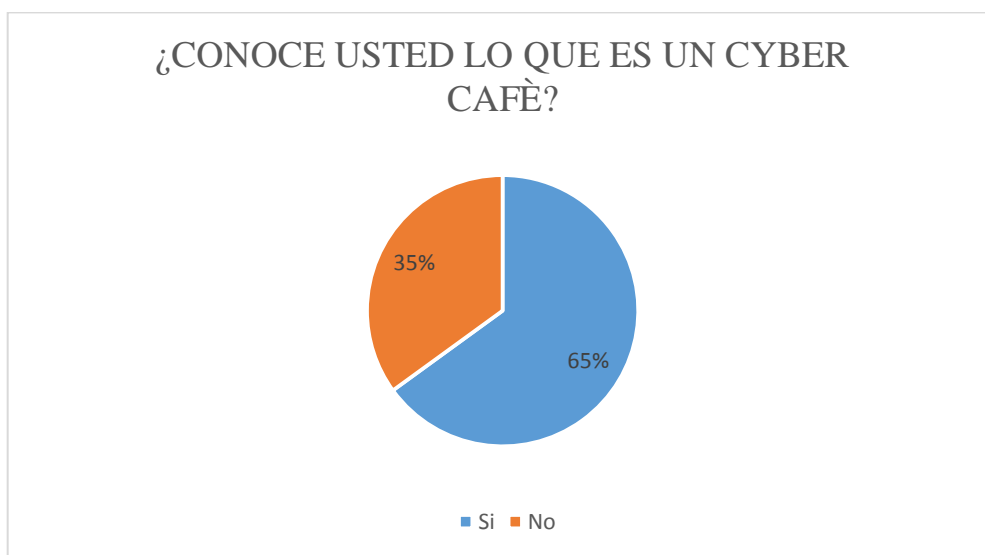


Figura 3.-conocimiento sobre un cyber café

De acuerdo con los datos observado, en la primera pregunta se obtuvo el siguiente resultado, del 100% de las personas encuestadas el 65% de la muestra contestó de forma afirmativa que, si tiene conocimiento sobre lo que es un cyber café, mientras que el 35% restante respondió que no tienen conocimiento de lo que es un cibercafé, es decir que existe

un gran porcentaje de personas que tienen conocimiento de lo que se ofrece en un Cyber café

Tabla 2

Pregunta 2. ¿ En tu ciudad existe algún cyber café ?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Si	0	0%
No	263	100%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

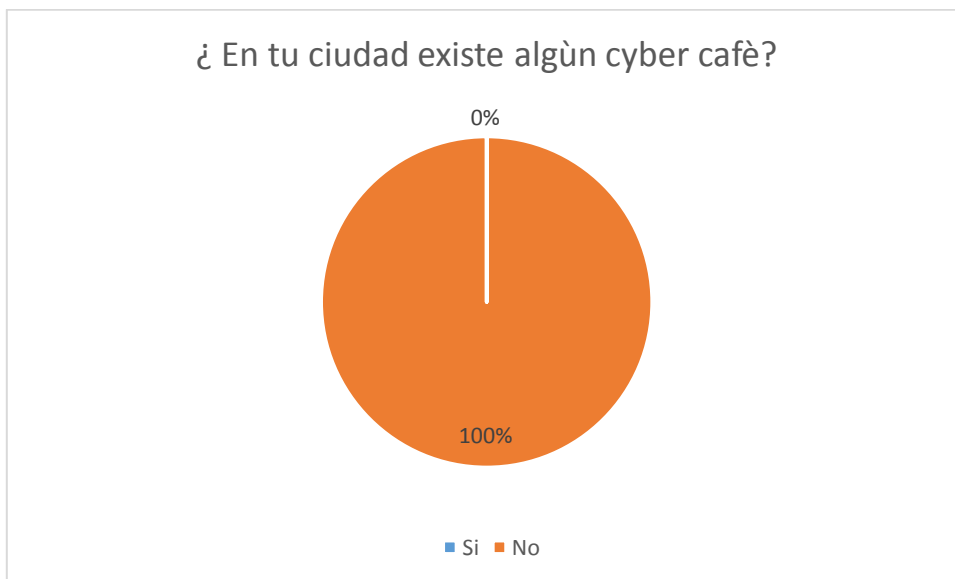


Figura 4.-Existencia de cyber café en su ciudad

La segunda pregunta realizada fue que si en su ciudad existía un cyber café y la cual se obtuvo como resultado que en 100% no existe cyber café en la ciudad de Baba, es decir que es una buena opción implementar un cyber café en dicha ciudad, ya que de esta manera no

existe un competidor de manera directa, cabe mencionar que si existen algunos lugares que ofrecen servicios similares a los de un cyber café.

Tabla 3

Pregunta 3 ¿ Dispone de internet en su casa ?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	35	13,3%
Frecuentemente	25	9,5%
A veces	38	14,4%
Rara vez	50	19%
Nunca	115	43,7%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

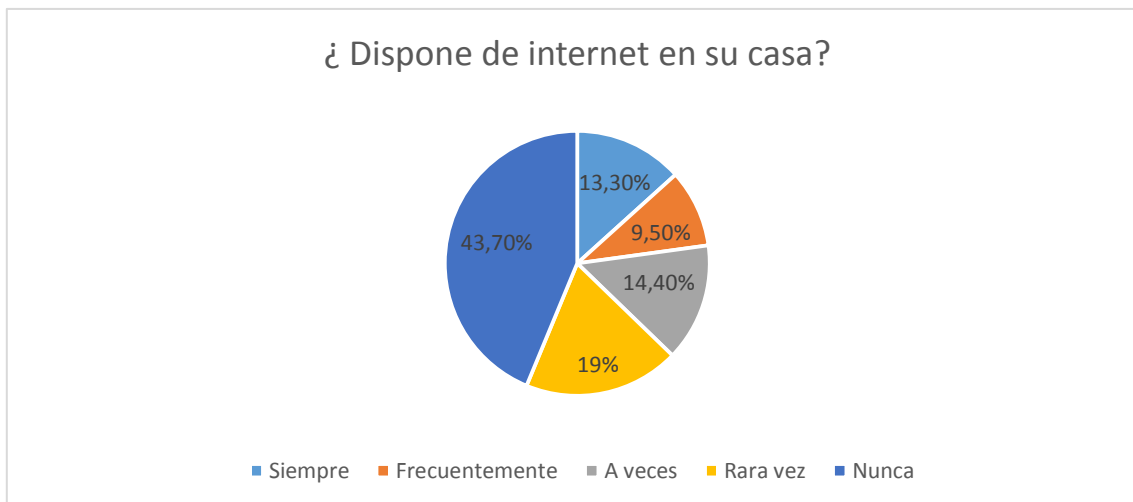


Figura 5.-Disponibilidad de internet en su hogar

En cuanto a los datos observados de la encuesta realizada se obtuvieron los siguientes resultados el 13% de las personas encuestadas respondieron que siempre disponen de internet en su casa, frente 44% que respondieron que no disponen de internet en su casa. De

esa forma las personas ven de manera positiva la implementación de Cyber ya que pueden realizar sus tareas en un ambiente que dispone de internet necesario para realizar consultas.

Tabla 4

Pregunta 4. ¿ Qué tal es el servicio de los cyber que usted ha visitado anteriormente?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Excelente	35	13,3%
Muy bueno	50	19%
Bueno	65	24,7%
Regular	80	30,4%
Malo	33	12,5%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)



Figura 6.-¿qué tal es el servicio de los cyber que ha visitado anteriormente?

De las 263 personas encuestadas el 13% de las personas califico el servicio de los Cyber como excelente, a su vez el 19% de las personas respondió que el servicio que les han brindados en los diferentes Cyber que han visitado lo calificaron, muy bueno el servicio

percibido, mientras que un 30% considera que el servicio que les brindan los Cyber es regular y por ultimo un 13% de las personas calificaron como malo el servicio que les brindan.

Tabla 5

Pregunta 5: Con que frecuencia usted visita un cyber café ?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Siempre	46	17,5%
Frecuentemente	95	36,1%
A veces	65	24,7%
Rara vez	35	13,3%
Nunca	22	8,4%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

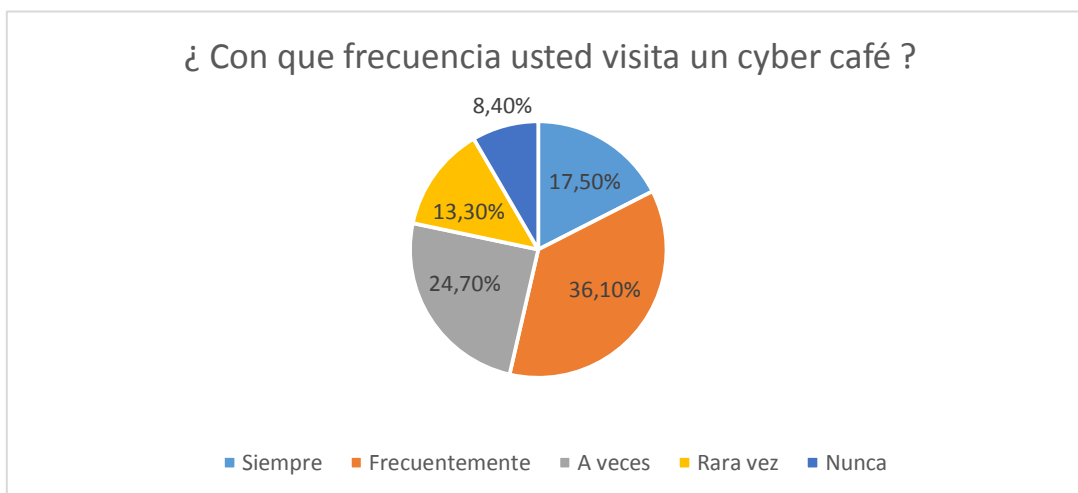


Figura 7.-¿ Con que frecuencia visita un cyber café?

De las 263 personas encuestadas se obtuvieron los siguientes resultados; la pregunta que se formulo fue con qué frecuencia visitan un cyber café un 18% contesto que siempre

visitan uno de estos lugares, un 36% frecuentemente visita un cyber café y un 8% nunca visita un cyber café a realizar tareas. Esto demuestra que a pesar de que no exista un lugar en su ciudad para realizar tareas en un ambiente agradable, si visitan estos negocios.

Tabla 6

Pregunta 6. ¿ Qué tipo de trabajo realiza normalmente cuando acude a un cyber?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Investigativo	85	32,3%
Redes sociales	68	25,9%
Juegos en línea	35	13,3%
Impresión de trabajos	75	28,5%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

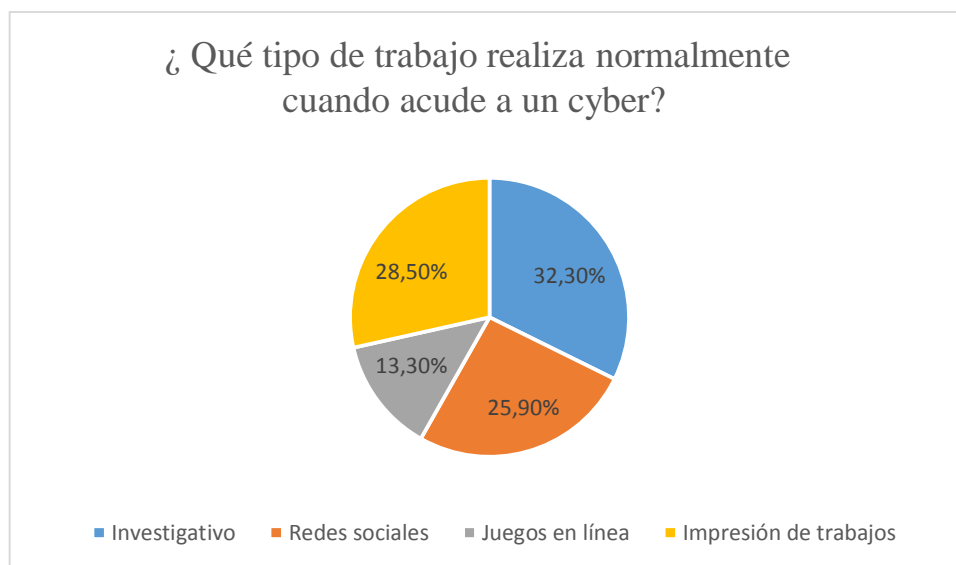


Figura 8.-¿ Qué tipo de trabajo realiza normalmente cuando acude a un cyber?

Mediante la encuesta realizada en la ciudad de Baba, se pudo observar que, de 263 personas el 32% de estas acuden a un Cyber a realizar trabajos investigativos, un 26%

respondió que asisten a este tipo de lugares a navegar en las redes sociales y un 29% asisten a realizar impresión de trabajos. Esto demuestra que la mayoría de las personas observadas asisten a un Cyber a realizar trabajos investigativos.

Tabla 7

Pregunta 7. ¿ Le gustaría que se implementara un cyber café en su ciudad ?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Si	215	81,75%
No	48	18,25%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

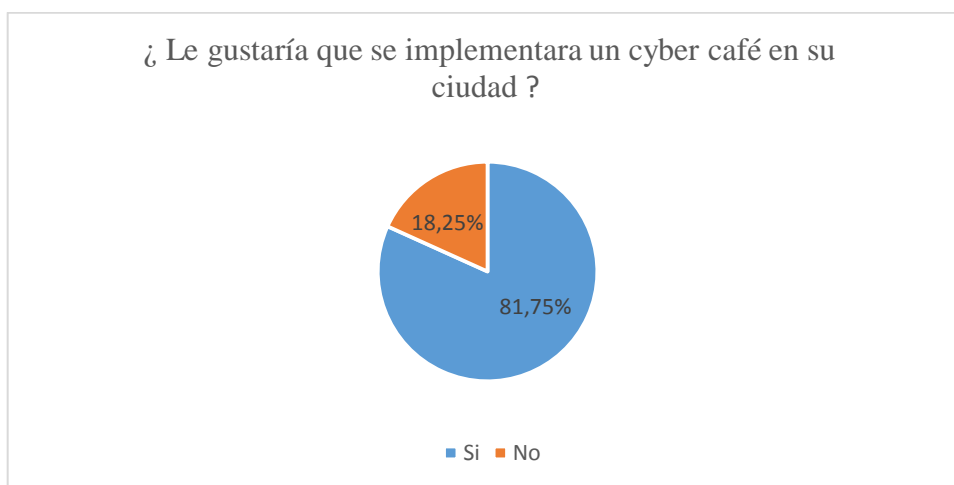


Figura 9.-¿ Le gustaría que se implementara un cyber café en su ciudad ?

La siguiente pregunta analizada es, ¿le gustaría a usted que se implementara un cyber café en su ciudad?, de acuerdo a los datos observados se obtuvo 82% que están de acuerdo que se implemente un cyber café en su ciudad, frente a un 18% que respondió de manera negativa. Esto demuestra que las personas están de acuerdo con que se implemente un

cyber café en su ciudad, ya que de esta manera puede degustar algún tipo de alimento mientras realizan sus tareas.

Tabla 8

Pregunta 8 ¿ Que cree usted que un buen cyber café debe ofrecer?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Poder jugar en línea	20	7,6%
Ambiente agradable	65	24,7%
Buen servicio	88	33,5%
Equipos actualizados	90	34,2%
Total	243	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

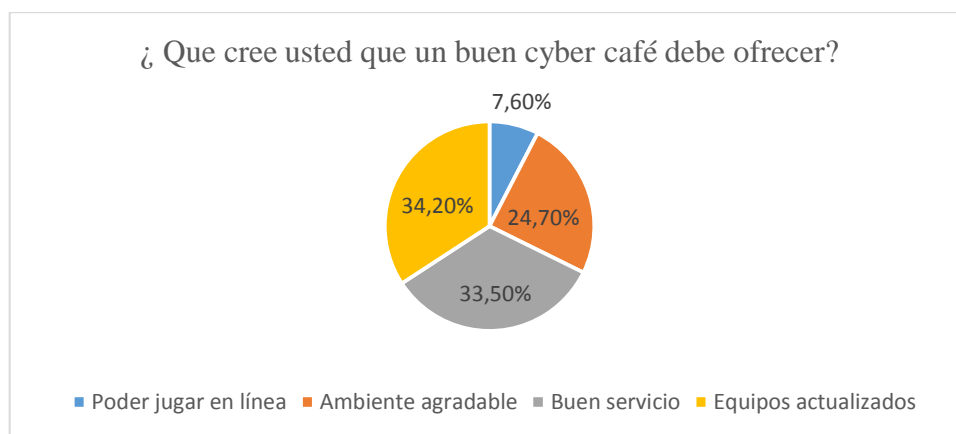


Figura 10.-¿ Que cree usted que un buen cyber café debe ofrecer?

La siguiente pregunta analizada obtuvo los siguientes resultados; el 8% de la muestra observada respondió que un buen cyber café debe ofrecer es que los usuarios puedan jugar

en línea, el 25% de las personas respondió un cyber café debe ofrecer tranquilidad en el espacio para poder concentrarse en las actividades que los usuarios se encuentren realizando, mientras que un 34% respondió que lo principal que debe ofrecer un cyber café es que trabajen con equipos actualizado. Esto demuestra que lo principal que debe implementar en un cyber café es que trabajen con equipos actualizados.

Tabla 9

Pregunta 9. ¿ Qué espacio le gustaría que se implemente en un cyber ?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Servicio de cafetería	200	76%
Papelería y suministro	63	24%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

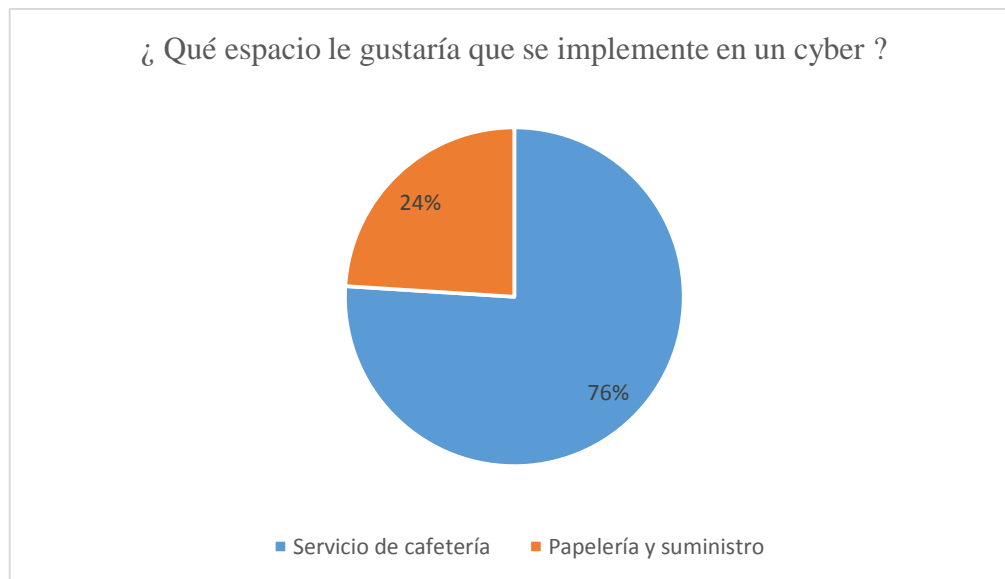


Figura 11.-¿ Qué espacio le gustaría que se implemente en un cyber ?

Una pregunta realizada a las personas fue ¿Qué espacio le gustaría que se implemente en un cibercafé? El 76% de las personas encuestadas respondió que le gustaría que existiera un

espacio en el que se brindara el servicio de cafetería, mientras que un 24% de los datos observados respondió que les gustaría que se implementara la venta de papelería y suministro. Esto indica que las personas prefieren un área para estudiar con tranquilidad y degustar de algún tipo de alimento.

Tabla 10

Pregunta 10. ¿ Le gustaría que el cyber café estuviera ubicado en la zona céntrica de la ciudad ?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Si	245	93,2%
No	18	6,8%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

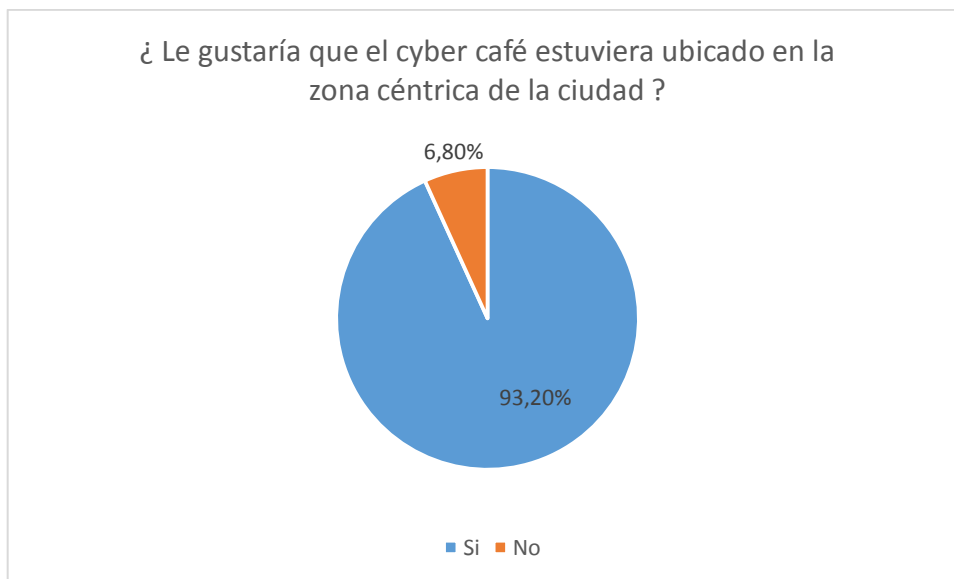


Figura 12.-¿ Le gustaría que el cyber café estuviera ubicado en la zona céntrica de la ciudad ?

Otra de las preguntas realizadas fue; ¿Le gustaría que el cyber café estuviera instalado en la zona céntrica de la ciudad?, la respuesta obtenida fue de un 93% que respondieron de manera afirmativa, mientras que el 7% restante contestó que no le gustaría que el cyber café se ubicara en la zona céntrica de la ciudad. Esto demuestra que la mayor cantidad de demanda de servicios tecnológicos se sitúa en la parte céntrica de Baba a realizar sus distintas labores.

Tabla 11

Pregunta 11. ¿ Le gustaría que el cyber café estuviera bien equipado y las maquinas con un mantenimiento optimo ?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
Si	263	100%
No	0	0%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

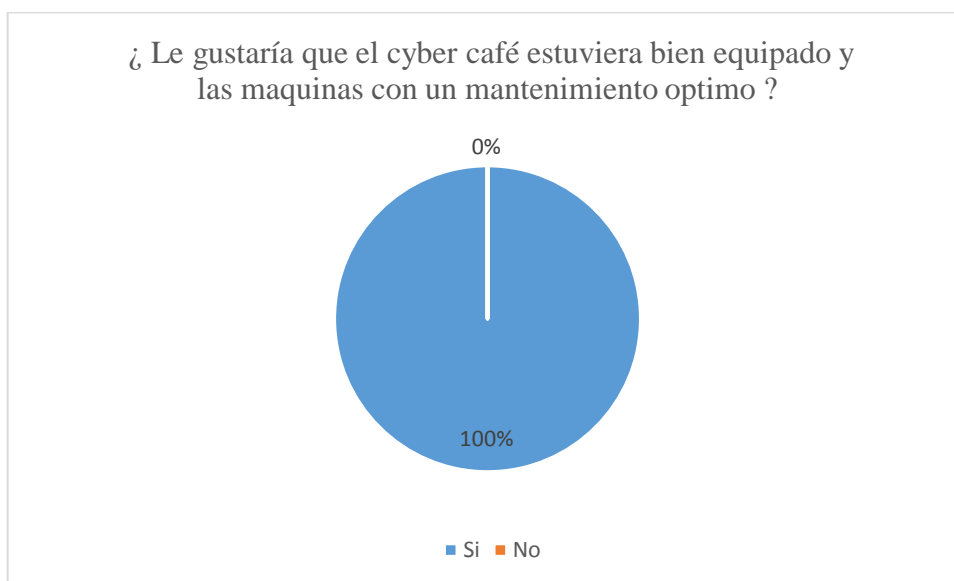


Figura 13.-¿ Le gustaría que el cyber café estuviera bien equipado y las maquinas con un mantenimiento optimo ?

Esta pregunta dio como resultado que el 100% de las personas encuestadas respondieron de manera afirmativa, esto se debe a que en la actualidad la mayoría de las personas buscan lugares económicos para realizar trabajos investigativos, proyectos o navegar en internet para comunicarse personas de otro lugar y sobre todo que las máquinas se encuentren bien equipadas y que tengan un mantenimiento óptimo para que estas funcionen de buena manera.

Tabla 12

Pregunta 12. ¿ En qué horario le gustaría que el cyber café ofreciera su servicio?

<u>Opción</u>	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>
8 am- 6 pm	77	29,3%
6 am- 6 pm	67	25,5%
6 am- 10 pm	119	45,2%
Total	263	100%

Datos obtenidos en el campo (fuente de elaboración propia)

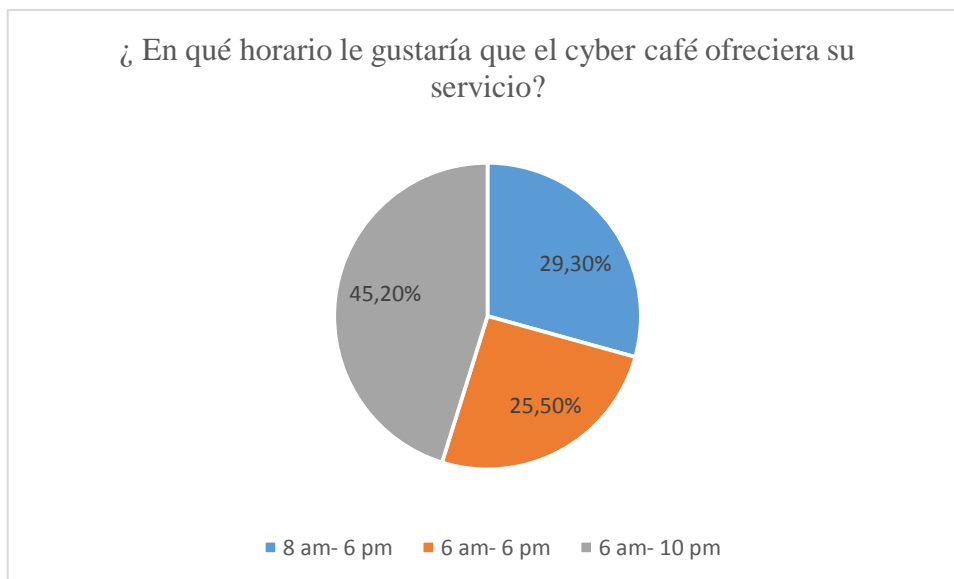


Figura 14.-¿ En qué horario le gustaría que el cyber café ofreciera su servicio?

De acuerdo con información obtenida con respecto al horario que el cyber café debe ofrecer el servicio el 29% contestó que el horario de atención debe ser de 8am-6pm, el 26% respondió que se debe ofrecer el servicio desde las 6am-6pm y por último el 45% de los encuestados considero que el horario de atención del cyber café debe ser de 6am-10pm. Mediante este análisis se pudo observar que en un gran porcentaje las personas desean recibir el servicio hasta tardes horas de la noche.

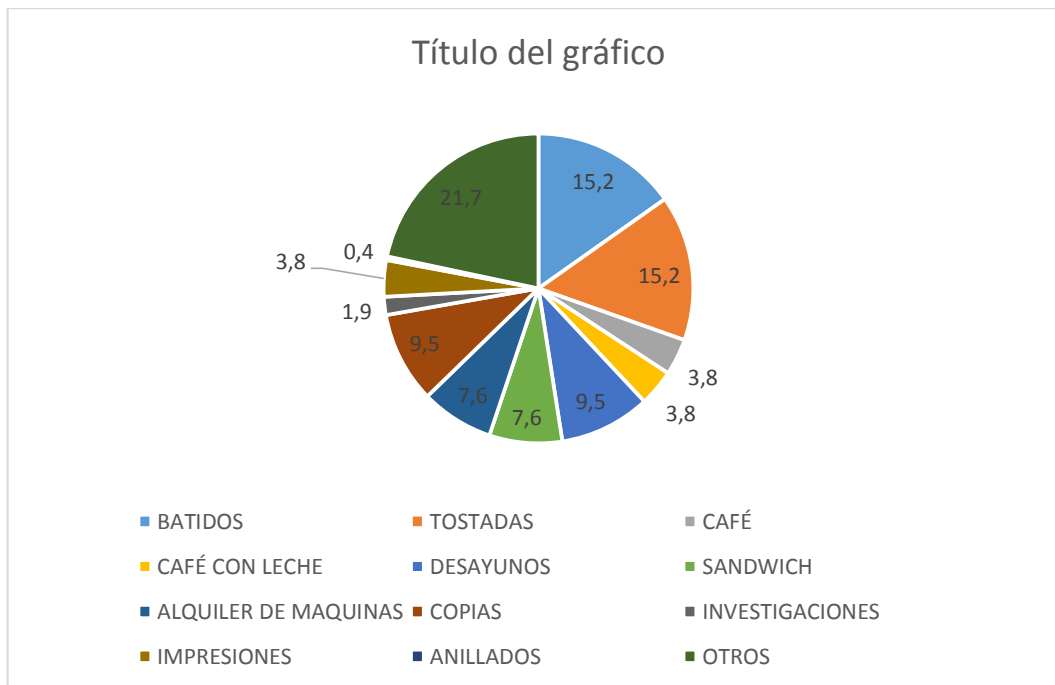
Tabla 13

Pregunta 13.- ¿cuándo Ud. visita un cyber café que productos o servicios consume con mayor frecuencia?

<u>PRODUCTOS Y SERVICIOS</u>	<u>FRECUENCIA</u>	<u>PORCENTAJE</u>
BATIDOS	40	15,2%
TOSTADAS	40	15,2%
CAFÉ	10	3,8%
CAFÉ CON LECHE	10	3,8%
DESAYUNOS	25	9,5%
SANDWICH	20	7,6%
ALQUILER DE MAQUINAS	20	7,6%

COPIAS	25	9,5%
INVESTIGACIONES	5	1,9%
IMPRESIONES	10	3,8%
ANILLADOS	1	0,4%
OTROS	57	21,7%
TOTAL	263	100%

Datos obtenidos (Fuente de elaboración propia)



Informe Ejecutivo

El estudio de mercado realizado se basó en la realización de una encuesta a las personas que pertenecen al cantón Baba, la encuesta constaba de 12 preguntas, estas se relacionaban al tema principal de estudio, el cual es la implementación de un cyber café en el cantón Baba. Una vez realizada las encuestas determinamos algunos hallazgos importantes:

- a. En el caso de que, si existe un cyber café en la ciudad, el 100% de los encuestados respondieron que no existe este tipo de negocios en la ciudad, aunque si existen lugares que brindan servicios similares.
- b. Existen lugares que brindan servicios de internet, los cuales son conocidos como cyber, es por ello que se consultó que espacio le gustaría que se implemente dentro de estos lugares, el 76% de los encuestados respondieron que les gustaría que se implemente un servicio de cafetería.
- c. Como en la ciudad no existe un cyber café, se le realizo la pregunta a las personas que habitan el lugar si les gustaría que se implemente un cyber café en la ciudad la respuesta obtenida fue de un 81,75%, esto demuestra gran acogida a este nuevo negocio.
- d. Al obtener una respuesta positiva sobre la implementación de un cyber café en la ciudad de Baba, se le cuestiono el lugar en el cual les gustaría que se ubique el negocio, la respuesta obtenida fue que de un total de 263 personas encuestadas 245 personas es decir el 93,2% les gustaría que el cyber café estuviera ubicado en la zona céntrica de la ciudad.

Análisis de la Competencia

Tabla 14.- Analisis de la Competencia

Nombre	Servicios que ofrece
---------------	-----------------------------

Cyber Marita	Investigaciones Impresiones Alquiler de maquinas Cabinas telefónicas Realización de trabajos
Librería y papelería Escobar	Investigaciones Impresiones Alquiler de maquinas Cabinas telefónicas Realización de trabajos
Cyber y papelería El Parque	Investigaciones Impresiones Alquiler de maquinas Cabinas telefónicas Realización de trabajos Pago del bono Depósitos
Cyber Dorita	Investigaciones Impresiones Alquiler de maquinas Realización de trabajos

Capitulo II. Diseño Organizacional del Emprendimiento.

Giro del negocio

Se trata de un negocio, que ofrece servicios de internet y venta de bebidas tanto frías como calientes a la elección del cliente, para complementar el ambiente tendremos un espacio amplio y agradable en el cual las personas que concurran a este local podrán sentirse cómodos al momento de realizar algún tipo de trabajo investigativo ya sea individual o con algún grupo de amigos.



Figura 15.-Giro del negocio

En la actualidad se utiliza de manera frecuente el servicio de internet, ya que, al encontrarnos en un entorno globalizado y cambiante, las personas demandan en cantidades altas el uso de equipos tecnológicos los cuales deben estar conectados a una red móvil y de esta forma poder mantenerse actualizados y enterados de lo que sucede a nuestro alrededor.

Razón Social

El nombre o razón social elegido para el negocio de forma estratégica, cuyo propósito es llamar la atención y lograr que el cliente elija realizar sus tareas y a su vez degustar de algún tipo de alimento en el mismo lugar.

El negocio se ha denominado de la siguiente manera:

Cyber café Isanet

Isa= Isabel

Net= significa red y sirve como medio para conectarse a internet.

Mediante esta razón se utiliza el concepto del modelo de negocio, el cual trata de captar la atención del cliente y abarcar en su gran mayoría el mercado al cual está enfocado el negocio. El nombre del modelo de negocio está constituido por la abreviación del nombre de la propietaria y la unión de una abreviación que representa al mundo del internet. El color utilizado en el nombre de la idea de negocio es el color café ya que representa al valor agregado que se le está poniendo al negocio para diferenciarlo de la competencia el cual es el café.

Isologo

Se llama Isologo a un elemento de comunicación visual para representar marcas, empresas, instituciones, productos o servicios, el cual se caracteriza por entrelazar de manera indivisible el logo (texto) y un símbolo gráfico. (Significados.com, 2018)



Como imagen corporativa se utiliza un Isologo el cual está compuesto por un accesorio que en su inicio formo parte de las computadoras como lo es el mouse y el cual a través de su cable se da la forma del vapor que se recibe al servirse una taza de café caliente. En la parte céntrica se encuentra el nombre del negocio el cual es Isanet, el cual es la unión del nombre de la propietaria y un medio el cual la mayoría de las empresas la utilizan para llevar sus negocios a internet.

Slogan

Slogan es un vocablo ingles que no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). Puede traducirse como lema, que es el título que precede a ciertas obras, el mote que se pone en los emblemas para hacerlos más comprensibles o la proposición de un discurso. (Gardey, 2013)

Para complementar la imagen corporativa de la empresa se le establece el siguiente slogan:

Conéctate al mundo disfrutando de un café

El objetivo con el que se estableció el slogan es con la intención de captar a los clientes invitándolos a consumir de los servicios que ofrece el negocio y a su vez que disfruten de un café mientras realizan tareas.

Productos

El cyber café ofrecerá servicios de alquiler máquinas, realización de investigaciones, impresiones, anillados, escaneados y copias esto en lo concerniente al ciber. Mientras tanto en la cafetería se ofrecerá alimentos como batidos, tostadas, sándwich, bebidas frías, bebidas calientes y snacks.

.Tabla 15- Impresion de Documento

Impresión de documento		
		
Tipo de impresión	Color	0,25
	B/N	0,10

Tabla 16.- Servicio de Copiado

Servicio de copiado


		
Tipos de copias	Color	0.25
	B/N	0.05

Tabla 17.- Alquiler de equipo de computo


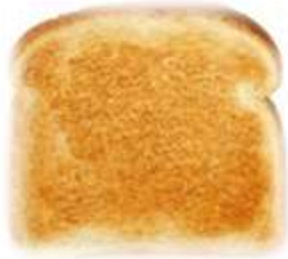
Alquiler de equipos de computo	
	
Precio	0.60 ctvs. / hora

Tabla 18.- Costo de produccion (Tostadas)

TOSTADA



INGREDIENTES	MEDIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
PAN	gr	0,06	1,70	0,10
MORTADELA	gr	0,04	1,25	0,05
QUESO	lb	0,10	2,00	0,20
MANTEQUILLA	gr	0,05	1,30	0,06
COSTO TOTAL				0,39

Tabla 19.- Costo de produccion(Batidos)

BATIDOS				
				
INGREDIENTES	MEDIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Leche	lts	0,25	0,80	0,20
Azúcar	lb	0,06	1,00	0,06
Frutas	lb	0,12	1,25	0,15
COSTO TOTAL				0,41

Tabla 20.-Costo de Produccion (Cafe)


CAFÉ				
				
INGREDIENTES	MEDIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Agua	lts	0,06	2,00	0,12
Azúcar	lb	0,06	1,00	0,06
Café	gr	0,03	1,50	0,15
COSTO TOTAL				0,33

Tabla 21.- Costo de Produccion(Cafe con leche)


CAFÉ CON LECHE				
				
INGREDIENTES	MEDIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Leche	lts	0,15	0,80	0,12
Azúcar	lb	0,06	1,00	0,06
Café	gr	0,03	1,50	0,04
COSTO TOTAL				0,22

Tabla 22.- Costo de Produccion (Sándwich)



SANDWICH				
				
INGREDIENTES	MEDIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
POLLO	lb	0,20	0,90	0,18
MAYONESA	gr	0,14	1,43	0,20
LECHUGA		0,02	0,60	0,012
SAL	gr	0,02	0,70	0,014
ALÍÑO	gr	0,06	0,65	0,03
PAN	gr	0,06	1,70	0,10
COSTO TOTAL				0,54

Tabla 23.- Costo de Produccion(Desayunos)

DESAYUNOS				
				
INGREDIENTES	MEDIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
VERDE	Unidad	1	0,15	0,15
QUESO	lb	0,10	2,00	0,20
MANTEQUILLA	gr	0,05	1,30	0,06
SAL	gr	0,02	0,70	0,014
ACEITE	lts	0,15	1,80	0,27
HUEVO	Unidad	1	0,15	0,15
CARNE	lbs	0,15	2,00	0,30
CEBOLLA	lbs	0,20	0,50	0,10
ALÍÑO	gr	0,06	0,65	0,03
TOMATE	Unidad	1	0,10	0,10
COSTO TOTAL				1,32

Fundamentación Gerencial del emprendimiento

Misión

Misión

Ofrecer servicio de internet de alta velocidad y conformidad a través de un excelente equipo de trabajo con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente.

Visión

Visión

Ser el cyber café en Baba elegido por la calidad y variedad de sus servicios que ofrece a su clientela y así lograr fidelizar a sus clientes.



Valores

Figura 16.- Valores del negocio

Respeto: tratar de manera respetuosa a los clientes, para que de esta manera no exista ningún inconveniente con los usuarios al momento de brindar el servicio.

Calidad: cumplir con los requisitos que solicitan nuestros clientes.

Responsabilidad: asumir las consecuencias de las decisiones que se toma durante la gestión empresarial.

Puntualidad: cumplir con la fecha establecida sobre la entrega de un producto o servicio.

Política de Calidad

- Brindar el mejor de los servicios a nuestros clientes para ser elegidos entre la competencia.
- Ofrecer la solución más factible a los problemas de nuestros clientes tratando así de cumplir con sus expectativas.

Objetivos empresariales

- Ser una empresa que brinde servicio de internet de alta calidad reconocida en Baba.
- Contribuir a la población a tener un acceso a internet que sea rápido y eficiente.
- Disponer de la mayor cantidad de insumos necesarios para satisfacer las necesidades que requiera el cliente.
- Ofrecer un ambiente agradable para lograr captar la atención del cliente.

FODA

El análisis DOFA se diseña para ayudar al estratega a encontrar el mejor acoplamiento entre las tendencias del medio y las capacidades internas.

El proceso se inicia con un análisis situacional de la organización (qué es y cómo está hoy) tanto en su vida interna como en su relación con el entorno, es decir, se hace una auditoría interna (diagnóstico interno) para determinar su PCI (perfil de capacidad interna) con base en sus debilidades y fortalezas (recuerde su definición). También se realiza un

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - PERSONAL CON EXPERIENCIA. - BUENA UBICACIÓN - TECNOLOGIA DE PUNTA 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -EMPRESA NUEVA -BAJO POSICIONAMIENTO DEL NEGOCIO. - FACIL IGUALAMIENTO POR PARTE DE LA COMPETENCIA.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -CRECIMIENTO DE LA DEMANDA -FALTA DE COMPETENCIA DE CALIDAD. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -APARICION DE NUEVOS NEGOCIOS - COMPETENCIA CON BAJOS PRECIOS EN SUS SERVICIOS

Figura 17.- FODA

Estructura Organizacional y Funcional

Organigrama Estructural

La estructura formal de una organización se visualiza a través del organigrama, el cual muestra las distintas unidades de trabajo, los canales de comunicación, los departamentos o divisiones y las líneas formales de autoridad y responsabilidad. El organigrama es un diagrama de la estructura formal de la organización. Es una representación visual que muestra las distintas posiciones existentes dentro de una organización, cómo están agrupadas y el flujo de autoridad formal. (Marcò, 2016)

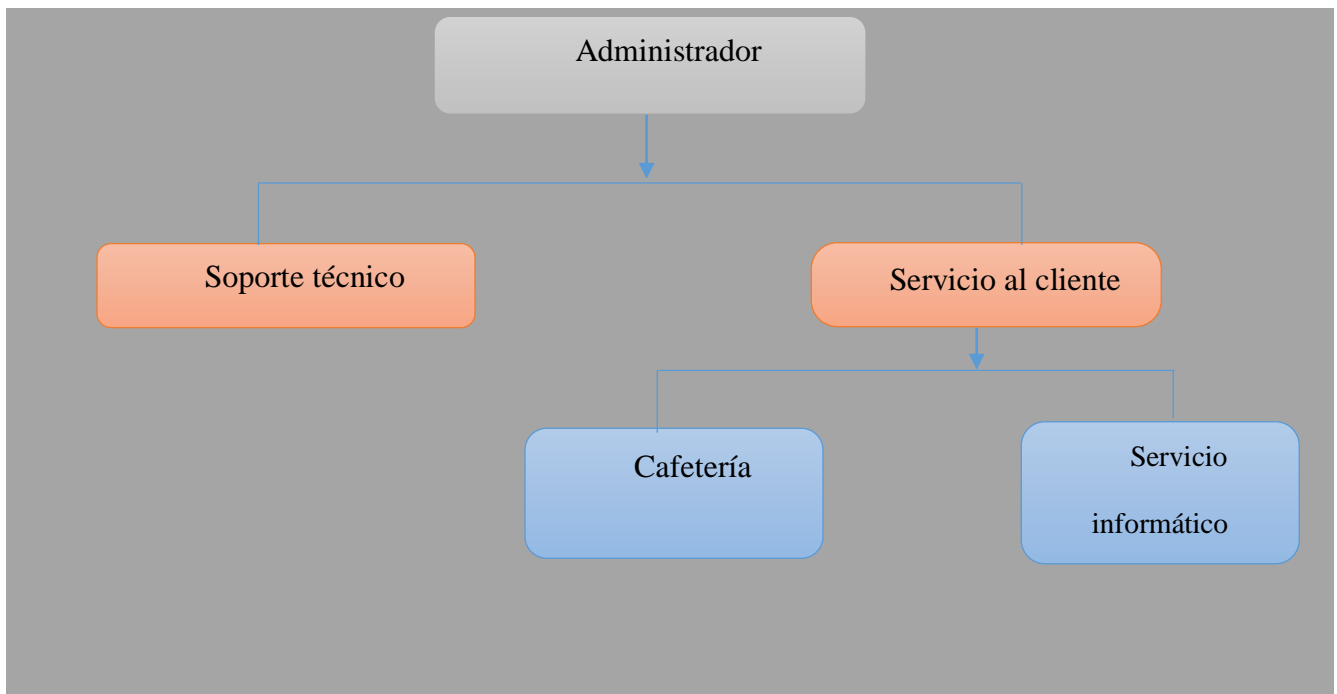


Figura 18.- Organigrama estructural

Analisis y Diseño de puesto

Tabla 24.- Analisis y diseño de puesto

Cargo	Funciones	Requisitos
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigir la forma en que se van a alcanzar los objetivos planteados. ➤ Controlar las actividades que se realizan en la empresa. ➤ Velar por los intereses de la empresa. ➤ Seleccionar y capacitar al personal que ejecute de manera correcta sus funciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel referente al área administrativa o afines. • Conocimientos informáticos. • Experiencia en el manejo de personal
Responsable Servicio técnico	<ul style="list-style-type: none"> • Dar mantenimiento para el correcto funcionamiento de los equipos con los que cuenta la empresa. • Verificar que las computadoras 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en la administración y virtualización de las redes. • Disponibilidad para

	se encuentren en óptimas condiciones.	trabajar fines de semana.
Operadores	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar la ayuda necesaria cuando los usuarios necesiten realizar algún tipo de investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto conocimiento informático • Amable y con buenas relaciones interpersonales. • Disponibilidad para trabajar en turnos rotativos.
Cocinera	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Preparación de productos alimenticios. ➤ Llevar el control del aprovisionamiento, conservación y almacenamiento de mercaderías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el arte culinaria al menos de 1 año. • Disponibilidad para trabajar en turnos rotativos.

Proceso de Reclutamiento

Para realizar el reclutamiento de personal se utilizarán tableros de anuncios por medio de internet y redes sociales. Una vez planteado y constituido el emprendimiento, se procederá a realizar el reclutamiento del personal. El proceso de reclutamiento y selección del personal es necesario ya que de esta manera se podrá elegir el personal idóneo apto para ocupar las vacantes que existen en el negocio.

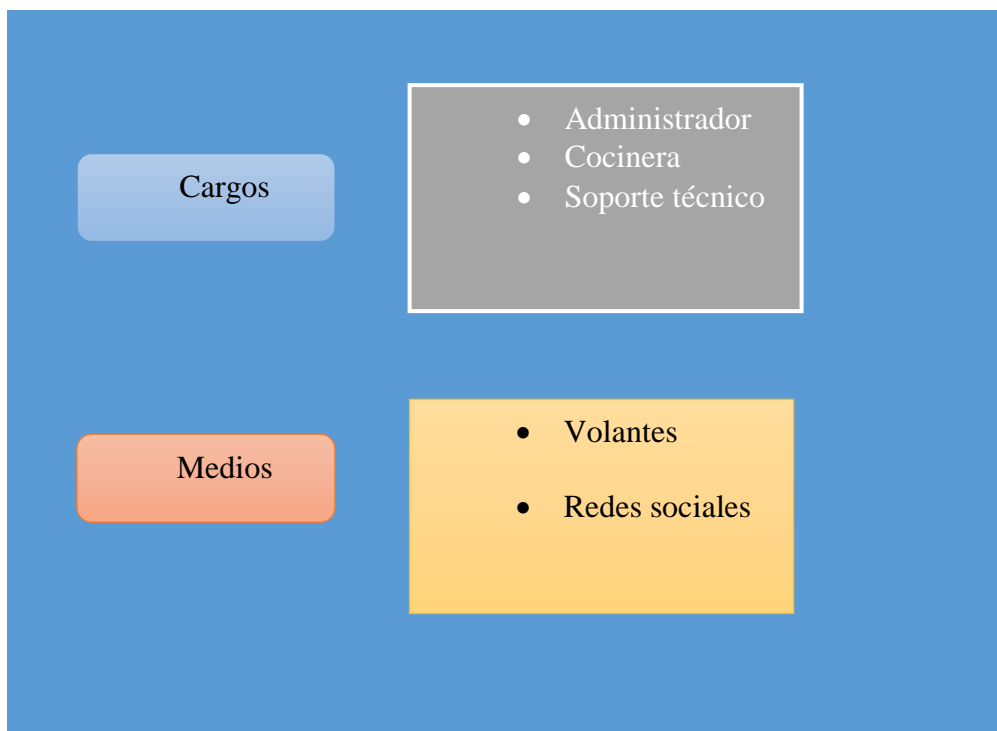


Figura 19.- Proceso de reclutamiento

Debido a que el emprendimiento es nuevo se necesita reclutar el personal idóneo, se procederá a realizar un análisis de rendimiento de los trabajadores, en un tiempo prudente para que luego se escoja al personal con el perfil solicitado por la empresa.

Proceso de Selección

Una vez culminado el proceso de reclutamiento del personal, se procederá a realizar la selección del personal.

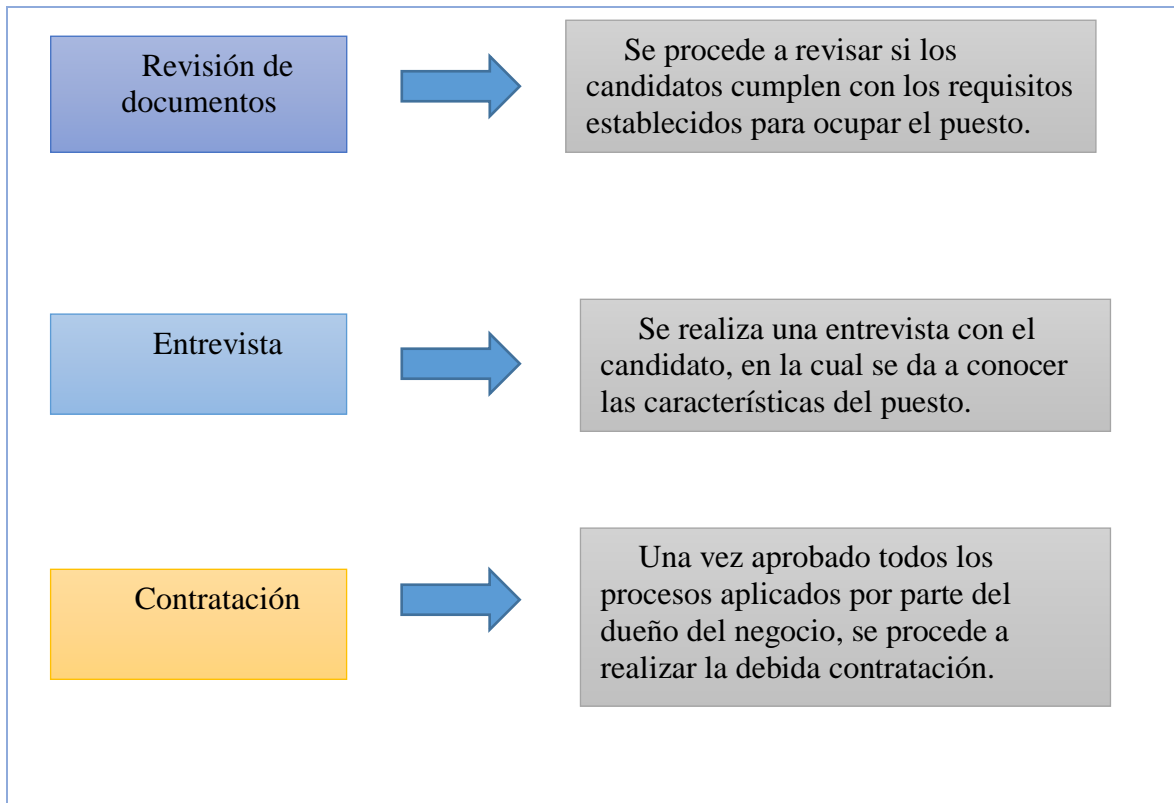


Figura 20.- Proceso de seleccion

Capítulo III. Modelo de negocio

Para explicar el modelo de negocio utilizaremos el modelo canvas ya que esta ``es una herramienta simplificada para la elaboración de un modelo de negocio, la herramienta se basa en la descripción del modelo de negocio a través de nueve bloques que reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos``. (NANTIK LUM, 2017)

El modelo de negocio de ciber café ``Isanet `` está planteado bajo el modelo canvas, esto se debe a que el emprendimiento se apoya en lo que es la tecnología emergente, considerándose un Startup. Por lo tanto, se entiende que el modelo canvas `` es una plantilla que se llena con los datos de tu Startup: clientes, alianzas, gastos, etc. Es una herramienta para tener claros todos los detalles de tu negocio y poder tomar decisiones con mayor confianza``. (Martinez, 2016)

Lienzo canvas – ciber café `` Isanet``

Tabla 25.- Lienzo CANVAS

<p>Red de socios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de insumos necesarios para la realización de trabajos. • Proveedores de equipos tecnológicos. • Proveedores de alimentos. • Entidades bancarias 	<p>Actividades del negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soporte técnico permanente • Prestación de servicio personalizado 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lugar agradable para realizar tareas. • Servicio de calidad. • Atención personalizada. • Espacio para disfrutar con amigos. • Atención nocturna 	<p>Relación con el Cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia personal dedicada 	<p>Segmentos del mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Público en general que desee utilizar el servicio.
<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura adecuada. • Equipos tecnológicos. • Personal capacitado. 	<p>Canales de comercialización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Volantes • Cyber 			
<p>Estructura de Costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de equipos tecnológicos • Pago de energía • Pago de internet • Alquiler • Equipamiento del local. 		<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler de máquinas. • Trabajos realizados. • Venta de alimentos. 		

Segmento del Mercado

El mercado al cual está dirigido el servicio que ofrece el ciber café es a jóvenes profesionales, estudiantes y personas de 12 años en adelante que se sitúan en la ciudad de Baba y los cuales requieren la utilización de equipos tecnológicos o realizar alguna actividad estando conectados a una red de internet, este servicio será consumido en su gran mayoría por los estudiantes de los colegios de la ciudad ya que el negocio se situará en la zona céntrica de la ciudad.

Productos y servicios como propuesta de valor

- **Lugar agradable:** el cyber ofrecerá un lugar agradable y adecuado para que las personas que lo visiten se sientan cómodos.
- **Servicio de calidad:** existirá un servicio de calidad, se ofrecerá internet de calidad y alta velocidad.
- **Atención personalizada:** dirigida hacia las personas que necesiten la ayuda en algún tipo de trabajo que deseen realizar.
- **Espacio para disfrutar con amigos:** existirá un ambiente agradable para que los usuarios realicen tareas o pasen un momento ameno con amigos.
- **Atención nocturna:** se prestará el servicio hasta las 10 de la noche.

El objetivo principal de este negocio es brindarle una atención de calidad a los usuarios para de esta manera lograr mantener en el mercado al negocio y a su vez lograr fidelizar a nuestros clientes, los servicios y productos que ofrecerá el ciber café son los siguientes:

Tabla 26.- Productos y Servicios como Propuesta de valor

	
	
Servicio de cafeteria	
	
Ambiente agradable	
	
Servicio de copiado y de impresion de documentos	

Canales de comercialización

- ✓ **Redes sociales:** a través de las diferentes redes sociales se dará a conocer los productos y servicios que estará brindando el cyber café ``Isanet``.
- ✓ **Volantes:** mediante el uso de volantes se hará conocer las ofertas o noticias importantes del negocio.
- ✓ **Cyber:** este será un canal de comercialización directo, ya que mediante el cyber café se entregará el producto o servicio solicitado por el cliente.

Relaciones con los clientes

- ✓ **Asistencia personal dedicada:** se brindará atención personalizada cuando el cliente lo solicite.

Fuentes de ingreso

- ✓ **Alquiler de máquinas:** mediante el alquiler de los equipos de cómputos se generará ingresos para el funcionamiento del negocio.
- ✓ **Trabajos realizados:** mediante la realización de trabajos investigativos, impresiones y copias de documentos, ingresara dinero para el negocio.
- ✓ **Venta de alimentos:** se prestará el servicio de cafetería en el cual se ofrecerá distintos productos.

Activos para el funcionamiento del negocio

Tabla 27.- Activos para el funcionamiento del negocio

Activos para el funcionamiento del negocio			
Activo	Valor	Cantidad	Total
 <p>Equipo de computo</p>	650,00	10	6500,00
 <p>Condicionamiento de aire</p>	800,00	1	800,00
 <p>Sillas y mesas</p>	60,00	7	420,00

 Heladera exhibidora	500,00	1	500,00
 Muebles de oficina	250,00	1	2500,00
 Fotocopiadora	500,00	1	500,00
Total de activos			\$ 11220,00

Actividades del negocio

Las actividades que se realizarán para que el negocio inicie sus operaciones serán las siguientes:

- ✓ **Soporte técnico permanente:** esta será una de las actividades claves del negocio, ya de esta manera los equipos estarán en perfecto funcionamiento y así los clientes se sentirán satisfechos con el servicio que se ofrece.

Red de socios

- ✓ **Proveedores de suministros de oficina:** facilitaran los diferentes suministros para el funcionamiento del negocio como, resmas de papel, tinta, entre otros.
- ✓ **Proveedores de equipos tecnológicos:** facilitaran los diferentes equipos necesarios para el funcionamiento del cyber como; computadoras, impresoras, copiadoras entre otros.
- ✓ **Proveedores de alimentos:** facilitaran todos los elementos empleados para la producción de alimentos dentro del negocio.
- ✓ **Entidad financiera:** facilitara dinero para que el negocio inicie sus operaciones, entre las entidades que impulsan el emprendimiento se encuentra BanEcuador.

Estructura de costos

La estructura de costos con la que cuenta el cyber café ``Isanet`` está constituida por los siguientes aspectos los cuales ascienden a un total de \$ 4290,00

- ✓ Adquisición de equipos tecnológicos
- ✓ Pago de energía
- ✓ Pago de internet
- ✓ Alquiler
- ✓ Equipamiento del local

Capítulo IV. Estudios de Factibilidad del emprendimiento

Capital de trabajo			
Equipos e insumos	Cantidad	Precio	Precio Total
Suministros de oficina	-	40,00	40,00
Frutas	-	25,00	25,00
Internet	1	40,00	40,00
Sueldos	4	400	1600,00
Abarrotes	-	80,00	80,00
TOTAL			\$1785,00

Factibilidad Técnica

La factibilidad técnica le permite a el emprendimiento determinar si los equipos e insumos que este necesita para su funcionamiento, se encuentran disponibles en el mercado nacional y de esta manera poder acceder a ellos.

Cyber café 'Isanet' obtendrá los equipos para el funcionamiento del negocio a través de proveedores locales, ya que de esta manera el negocio no tendrá altos costos al momento de adquirir las herramientas e insumos debido a que se encuentran en el mercado local.

Tabla 28.- Capital de trabajo

Macrolocalizacion

El emprendimiento se encontrará localizado en la Provincia de los Ríos cantón Baba.



Figura 21.-Macrolocalización del emprendimiento

Microlocalizacion

Cyber café `Isanet` se encontrará situado en la ciudad de Baba entre las Av. Guayaquil y Quito frente a la plaza central.

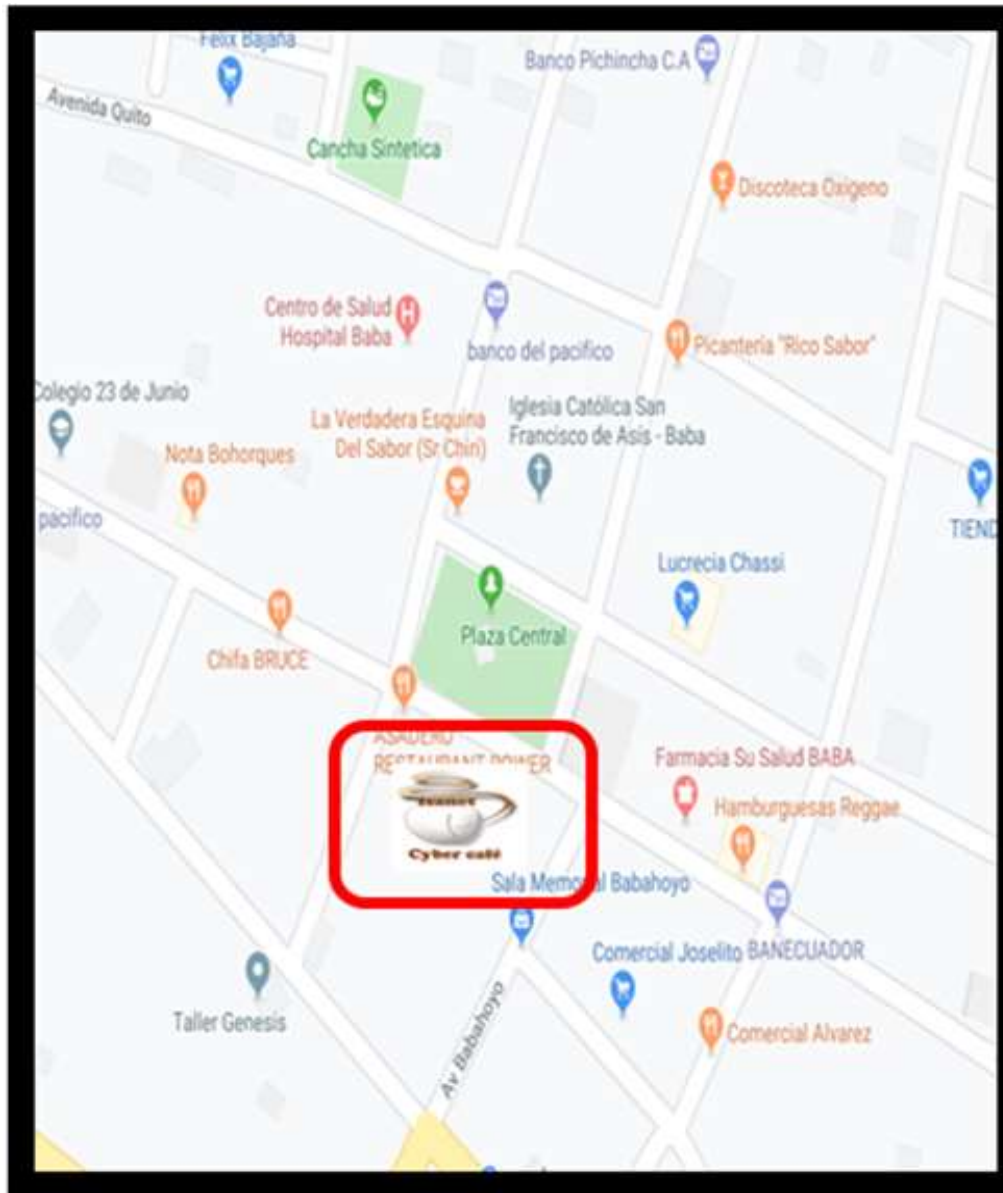


Figura 22.- Microlocalizacion del emprendimiento

Diseño del local

Cyber café 'Isanet', se establecerá en un local de alquiler el cual se encontrará dividido en dos secciones en las cuales se ubicará una división perteneciente a lo que es el área de cafetería y en el otro se ofrecerá el servicio de cyber. Dentro de este local se encontrarán los siguientes espacios:

- Área de cocina; en la cual las personas que laboran en este apartado se encargaran de preparar el tipo de alimento que el cliente desee.
- Área de caja; en esta área se realizarán los cobros de los productos o servicio que el cliente haya consumido dentro del local.
- Área 3; en esta área se encontrará bien equipada con los dispositivos tecnológicos necesarios para brindar el servicio de Cyber.
- Área 4; en esta área se ubicarán mesas y sillas para que los clientes puedan disfrutar de los productos que se ofrecen en el lugar.

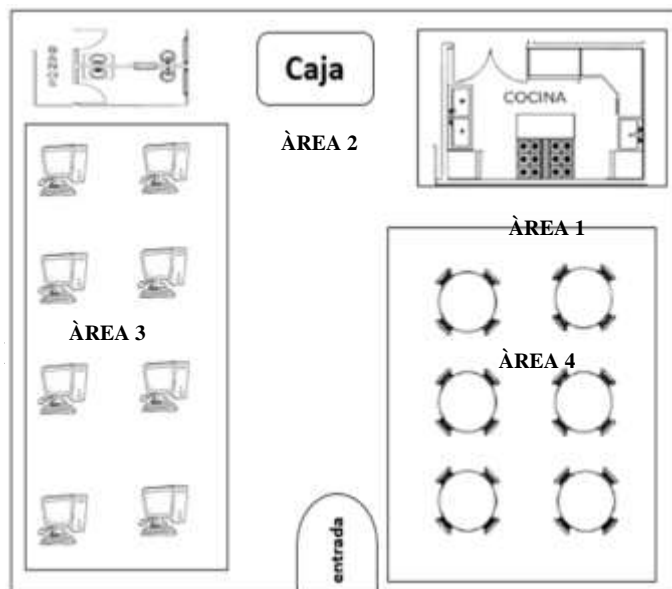


Figura 23.- Diseño del local

Aspectos legales

Para el correcto funcionamiento del negocio se deben realizar algunos trámites que le permitan a el dueño del emprendimiento realizar las actividades de manera correcta sin ninguna interrupción por parte de las autoridades de la localidad.

- RUC.

Requisitos para obtener el Ruc

- Copia de cedula de identidad
 - Recibo de algún tipo de servicio que sustente el domicilio legal
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
 - Copia del ruc
 - Copia de documentos personales
 - Copia de recibo del extintor
 - Cancelar valor de tasa por servicios.
 - Permiso otorgado por el Ministerio de Salud Pública.
 - Permiso de funcionamiento otorgado por la ordenanza Municipal.
 - Copia del ruc
 - Copia de permiso otorgado por el cuerpo de bombero
 - Copia del permiso otorgado por el ministerio de salud publica
 - Copia de documentos personales
 - Cancelación de tasa por servicio

Factibilidad financiera

Tabla 29.- inversion Inicial

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO						
ACTIVOS				PASIVOS		
DETALLE	CANT.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	DETALLE	CANT.	COSTO TOTAL
INFRAESTRUCTURA						
Adecuación	1	1500,00	1500,00	Capital social	1	6257,00
MAQUINARIAS						
Central de Aire	1	800,00	800,00	Reservas		
EQUIPOS						
Computador de Escritorio	10	650,00	6500,00	Préstamo a largo plazo	1	5000,00
Impresora Múltiple	1	300,00	300,00			
Telefono	1	50,00	50,00			
Repartidor de Wifi	2	20,00	40,00			
MUEBLES Y ENSERES						
Escritorio	1	250,00	250,00			
Silla Giratoria	1	100,00	100,00			
Mesas y Sillas	6	60,00	360,00			
Refrigeradora	1	800,00	800,00			
SUMINISTRO DE OFICINA						
Utiles de oficina	-	-	47,00			
INVESTIGACION Y DESARROLLO						
Patente	1	250,00	250,00			
GASTOS DE CONSTITUCION						
Permiso de Funcionamiento	1	200,00	200,00			
TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 11.257,00			\$ 11.257,00

Tabla 30.- Depreciaciones

DETALLE	COSTO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	DEPRECIACION					
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DESECHO
Central de Aire	800,00	80,00	10	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	440,00
Computador de Escritorio	6.500,00	650,00	5	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	1.170,00	
Refrigeradoras	800,00	80,00	10	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	440,00
Impresora multiple	300,00	30,00	5	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	
Escritorio	250,00	25,00	10	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	137,50
TOTAL		865,00		1.390,50	1.390,50	1.390,50	1.390,50	1.390,50	1017,50

Tabla 31.- Remuneraciones

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Responsable de soporte Tecnico	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Operador	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Cocinero/a	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
TOTAL	4		613,08	1.552,82	18.633,80

Tabla 32.- Beneficios mensualizados

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Administrador	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Responsable de soporte Tecnico	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Operador	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Cocinero	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27

Tabla 33.- Amortizacion

CUOTA FIJA					
MONTO INICIAL	5.000,00				
PLAZO	3				
GRACIA TOTAL					
GRACIA PARCIAL	0				
INTERES NOMINAL	9,76%				
PERIODO DE PAGO	Mensual				
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA	
1	5.000,00	40,67	120,11	160,77	
2	4.879,89	39,69	121,08	160,77	
3	4.758,81	38,70	122,07	160,77	
4	4.636,74	37,71	123,06	160,77	
5	4.513,68	36,71	124,06	160,77	
6	4.389,62	35,70	125,07	160,77	
7	4.264,55	34,68	126,09	160,77	
8	4.138,46	33,66	127,11	160,77	
9	4.011,35	32,63	128,15	160,77	
10	3.883,20	31,58	129,19	160,77	
11	3.754,01	30,53	130,24	160,77	
12	3.623,77	29,47	131,30	160,77	
13	3.492,47	28,41	132,37	160,77	
14	3.360,10	27,33	133,44	160,77	
15	3.226,66	26,24	134,53	160,77	
16	3.092,13	25,15	135,62	160,77	
17	2.956,50	24,05	136,73	160,77	
18	2.819,78	22,93	137,84	160,77	
19	2.681,94	21,81	138,96	160,77	
20	2.542,98	20,68	140,09	160,77	
21	2.402,89	19,54	141,23	160,77	
22	2.261,66	18,39	142,38	160,77	
23	2.119,28	17,24	143,54	160,77	
24	1.975,74	16,07	144,70	160,77	
25	1.831,04	14,89	145,88	160,77	
26	1.685,16	13,71	147,07	160,77	
27	1.538,09	12,51	148,26	160,77	
28	1.389,83	11,30	149,47	160,77	
29	1.240,36	10,09	150,68	160,77	
30	1.089,67	8,86	151,91	160,77	

31	937,76	7,63	153,15	160,77
32	784,62	6,38	154,39	160,77
33	630,23	5,13	155,65	160,77
34	474,58	3,86	156,91	160,77
35	317,67	2,58	158,19	160,77
36	159,48	1,30	159,48	160,77
		787,83	5.000,00	5.787,83

Tabla 34.- Costo Variable Unitario

Costo Variable Unitario	
Producto	Costo
Batido	0,41
Tostada	0,41
Café	0,33
Café con leche	0,22
Sándwich	0,54
Desayunos	1,33
Alquiler de maquinas	0,15
Copias	0,06
Investigaciones	0,15
Impresiones	0,20
Anillado de documentos	0,50

Tabla 35.- Produccion semanal

PRODUCCION SEMANAL	
BATIDOS	280
TOSTADAS	280
CAFÉ	70
CAFÉ CON LECHE	70
DESAYUNOS	175
SANDWICH	140
ALQUILER DE MAQUINA	140
COPIAS	175
INVESTIGACIONES	35
IMPRESIONES	70
ANILLADOS	5

Tabla 36.- Produccion Mensual

PRODUCCIÓN MENSUAL	
BATIDOS	1120
TOSTADAS	1120
CAFÉ	280
CAFÉ CON LECHE	280
SANDWICH	560
DESAYUNOS	700
ALQUILER DE MAQUINA	560
COPIAS	700
INVESTIGACIONES	140
IMPRESIONES	280
ANILLADOS	20

Tabla 37.- Produccion Annual

PRODUCCION ANUAL					
	2021	2022	2023	2024	2025
BATIDOS	13440	20160	30240	36288	43545,6
TOSTADAS	13440	20160	30240	36288	43545,6
CAFÉ	3360	5040	7560	9072	10886,4
DESAYUNOS	8400	12600	18900	22680	27216
SANDWICH	6720	10080	15120	18144	21772,8
CAFÉ CON LECHE	3360	5040	7560	9072	10886,4
ALQUILER DE MAQUINAS	1920	2880	4320	5184	6220,8
COPIAS	7200	10800	16200	19440	23328
INVESTIGACIONES	1440	2160	3240	3888	4665,6
IMPRESIÓN DE DOCUMENTOS	1920	2880	4320	5184	6220,8
ANILLADO	240	360	540	648	777,6

Tabla 38.- Costo de produccion en dolares

COSTO DE PRODUCCION EN DOLARES						
	COSTO UNITARIO	COSTO VARIABLE 2021	COSTO VARIABLE 2022	COSTO VARIABLE 2023	COSTO VARIABLE 2024	COSTO VARIABLE 2025
BATIDOS	0,41	5510,40	8265,60	12398,40	14878,08	17853,696
TOSTADAS	0,41	5510,400	8265,60	12398,40	14878,08	17853,696
CAFÉ	0,33	1108,80	1663,20	2494,80	2993,76	3592,51
DESAYUNOS	1,33	11172,00	16758,00	25137,00	30164,4	36197,28
SANDWICH	0,54	3628,80	5443,20	8164,80	9797,76	11757,31
CAFÉ CON LECHE	0,22	739,20	1108,80	1663,20	1995,84	2395,01
ALQUILER DE MAQUINAS	0,15	288,00	432,00	648,00	777,6	933,12
COPIAS	0,06	432,00	648,00	972,00	1166,4	1399,68
INVESTIGACIONES	0,15	216,00	324,00	486,00	583,2	699,84
IMPRESIONES	0,2	384,00	576,00	864,00	1036,8	1244,16
ANILLADO	0,5	120,00	180,00	270,00	324	388,80
Total		29109,60	43664,40	65496,60	78595,92	94315,10

Tabla 39.- Produccion semanal (Servicio de Cafetería)

Produccion Semanal				
	DIARIOS	SEMANAL	PRECIOS	INGRESOS SEMANAL
BATIDOS	40	280	0,75	210,00
TOSTADAS	40	280	0,75	210,00
CAFÉ	10	70	0,50	35,00
CAFÉ CON LECHE	10	70	0,50	35,00
DESAYUNOS	25	175	1,50	262,,50
SANDWICH	20	140	0,75	105,00
Ingreso semanal				893,00

Tabla 40.- Produccion mensual (Servicio de cafetería)

PRODUCCION MENSUAL				
	SEMANAL	MENSUAL	PRECIOS	INGRESO MENSUAL
BATIDOS	280	1120	0,75	840,00
TOSTADAS	280	1120	0,75	840,00
CAFÉ	70	280	0,50	140,00
DESAYUNOS	175	700	1,50	1050,00
CAFÉ CON LECHE	70	280	0,50	140,00
SANDWICH	140	560	0,75	420,00
Ingreso Mensual				3430,00

Tabla 41.- Produccion Mensual (Cyber)

	SEMANAL	MENSUAL	PRECIOS	INGRESOS MENSUAL
ALQUILER DE MAQUINAS	140	560	0,6	336,00
COPIAS B/N	80	320	0,10	32,00
COPIAS A COLOR	95	380	0,25	95,00
INVESTIGACIONES	35	140	0,5	70,00
IMPRESIONES	70	280	0,25	70,00
ANILLADO	5	20	1,00	20,00
Ingreso Mensual				623,00

Tabla 42.- Ingresos por ventas

INGRESOS ANUALES	2021	2022	2023	2024	2025
ALQUILER DE MAQUINAS	1.152,00	1.728,00	2.592,00	3.110,40	3.732,48
COPIAS B/N	384,00	576,00	864,00	1.036,80	1.244,16
COPIAS A COLOR	840,00	1.260,00	1.890,00	2.268,00	2.721,60
INVESTIGACIONES	720,00	1.080,00	1.620,00	1.944,00	2.332,80
IMPRESIONES	480,00	720,00	1.080,00	1.296,00	1.555,20
ANILLADO	240,00	360,00	540,00	648,00	777,60
BATIDOS	10.080,00	15.120,00	22.680,00	27.216,00	32.659,20
TOSTADAS	10.080,00	15.120,00	22.680,00	27.216,00	32.659,20
CAFÉ	1.680,00	2.520,00	3.780,00	4.536,00	5.443,20
DESAYUNOS	12.600,00	18.900,00	28.350,00	34.020,00	40.824,00
café con leche	1.686,00	2.529,00	3.793,50	4.552,20	5.462,64
SANDWICH	5.040,00	7.560,00	11.340,00	13.608,00	16.329,60
INGRESO POR VENTAS	44.982,00	67473,00	101209,50	121451,40	145741,680

Tabla 43.- Gastos Administrativos y de ventas

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Remuneraciones	1.500,00	19.200,00
Servicios básicos	50,00	600,00
Internet, Telefono	50,00	600,00
Papeleria	40,00	480,00
Marketing y Publicidad	60,00	720,00
TOTAL	1.700,00	21.600,00

Tabla 44.- Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por ventas		44.982,00	67.473,00	101.209,50	121.451,40	145.741,68
Prestamo	5000,00					
Desechos						1.017,50
INGRESOS TOTAL	5000,00	44.982,00	67.473,00	101.209,50	121.451,40	146.759,18
EGRESOS						
Costo de Productos		29.109,60	43.664,40	65.496,70	78.595,92	94.315,10
Gastos administrativos y de ventas		21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
Depreciación		1.390,50	1.390,50	1.390,50	1.390,50	1.390,50
Gastos de intereses		421,75	267,85	98,24		
Amortizacion de la deuda		1.507,53	1.611,43	1.831,04		
Amortizacion de los gastos de constitución		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
EGRESOS TOTALES		54.079,38	68.584,18	90.466,48	101.636,42	117.355,60
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		-9.097,38	-1.111,18	10.743,02	19.814,98	29.403,58
15% de participacion a trabajadores		1.364,61	166,68	-1.611,45	-2.972,25	-4.410,54
UTILIDAD DESPUES DE PARTICIPACION		-10.461,99	-1.277,86	12.354,47	22.787,23	33.814,12
25% De impuesto a la renta		-2.615,50	-319,46	3.088,62	5.696,81	8.453,53
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO A LA RENTA		-7.846,49	-958,39	9.265,85	17.090,42	25.360,59
Depreciación (+)		1.390,50	1.390,50	1.390,50	1.390,50	1.390,50
Amortizacion de gasto de constitución(+)		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Inversion Inicial	-11.257,00					
FLUJO DE CAJA	-6.257,00	-6.405,99	482,11	10.706,35	18.530,92	26.801,09

Tabla 45.- TIR-VAN

	2021	2022	2023	2024	2025	
VAN=	- I _o	+ $\frac{f_1}{(1+i)^1}$	+ $\frac{f_2}{(1+i)^2}$	+ $\frac{f_3}{(1+i)^3}$	+ $\frac{f_4}{(1+i)^4}$	+ $\frac{f_5+V_s}{(1+i)^5}$
VAN=	- 6.257,00	+ $\frac{6405,99}{1,0976}$	+ $\frac{482,11}{1,20472576}$	+ $\frac{10706,35}{1,322306994}$	+ $\frac{18530,92}{1,451364157}$	+ $\frac{27147,09}{1,593017299}$
VAN=	-6.257,00	+ 5836,36	+ 400,18	+ 8096,72	+ 12767,93	+ 17041,30
VAN=	26212,78					
TASA DE DESCUENTO	= 9,76%					
TIR=	50%					

Tabla 46.- Periodo de Recuperacion

AÑOS	FLUJOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
AÑO 0	11.257,00			
2021	-6.405,99	1,0976	-5.836,36	-5.836,36
2022	482,11	1,20472576	400,18	-5.436,18
2023	10.706,35	1,322306994	8.096,72	2.660,54
2024	18.530,92	1,451364157	12.767,93	15.428,48
2025	26.801,09	1,593017299	16.824,10	32.252,58

PERIODO DE RECUPERACION = 3 AÑO 1 MESES 2 DÍAS DE LA INVERSION

Tabla 47.- Relacion Costo Beneficio

RELACION BENEFICIO	Beneficios
COSTO =	<hr/> Costos

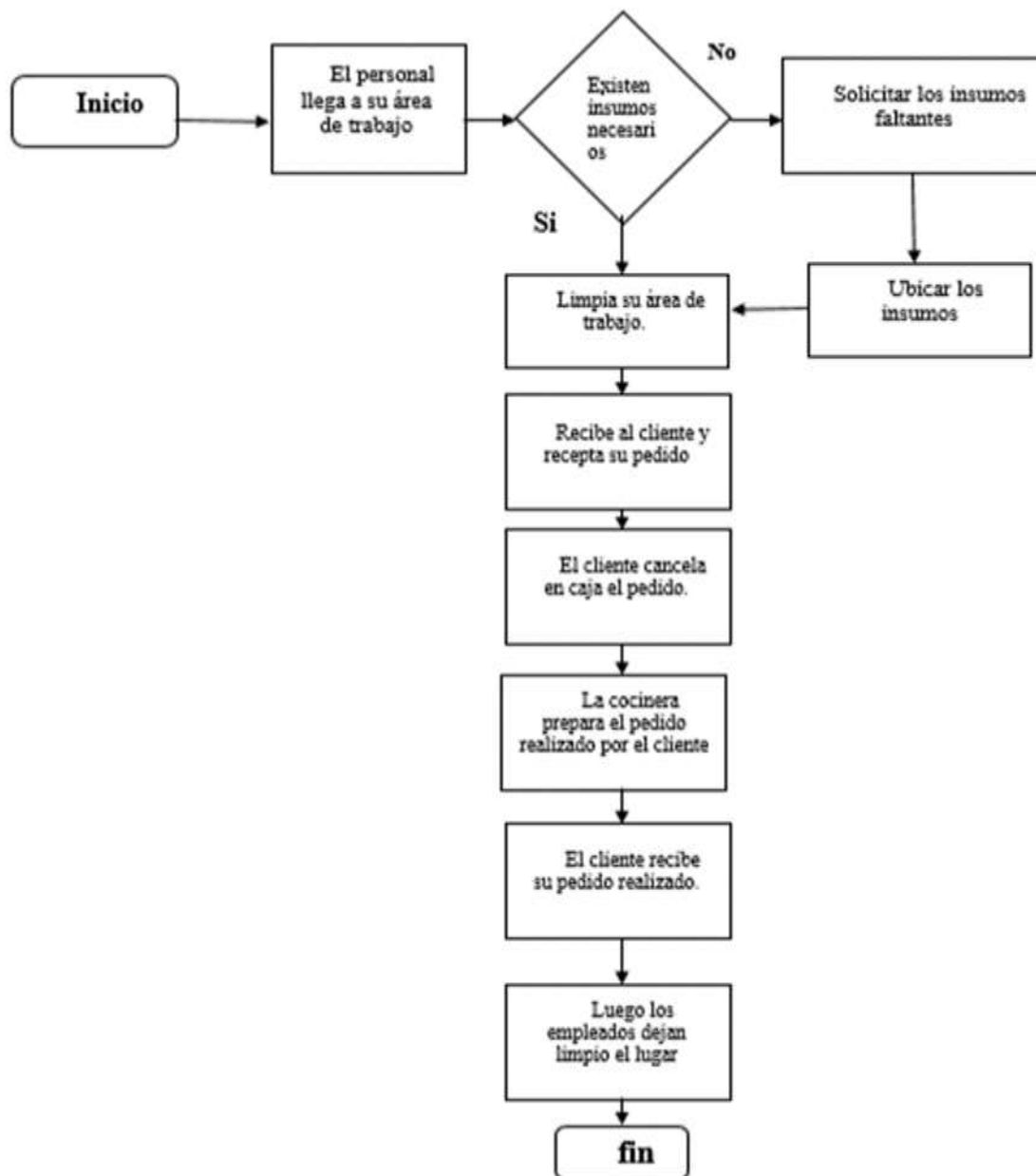
RELACION BENEFICIO	26212,78
COSTO =	<hr/> 6257,00

RELACION BENEFICIO 4,19
COSTO =

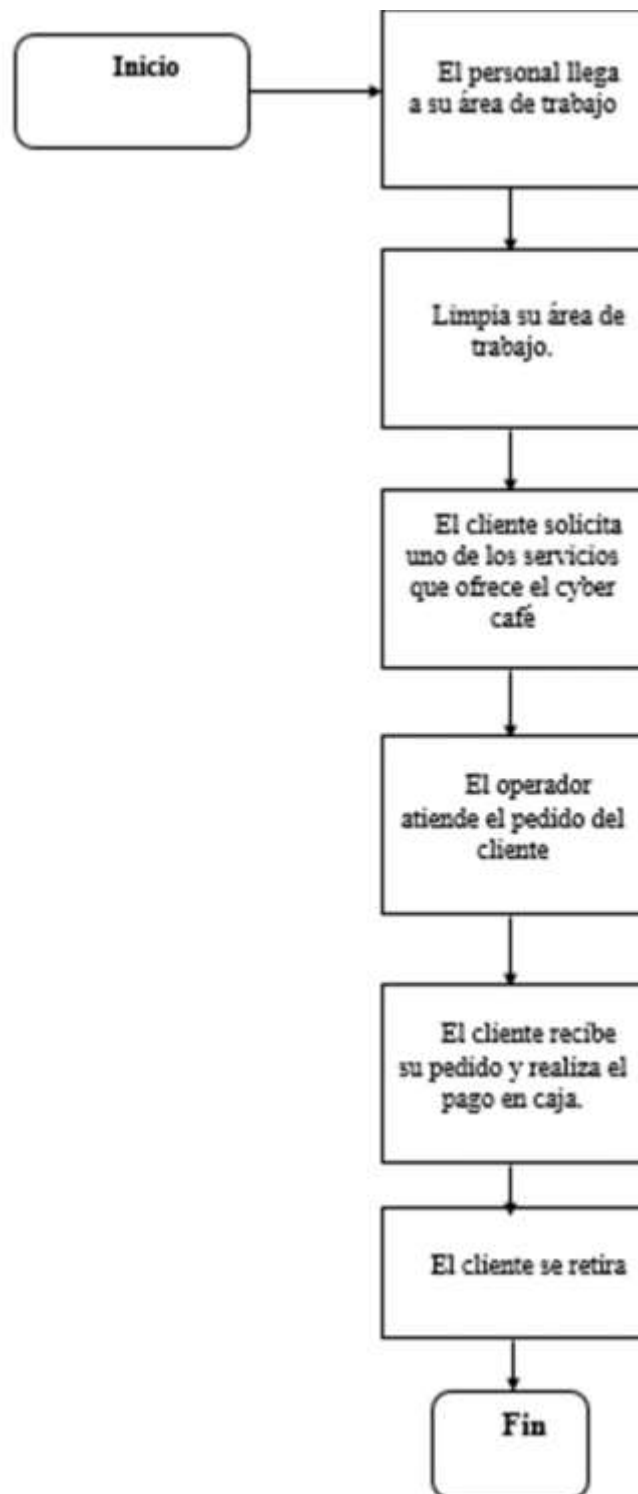
Factibilidad operativa

Mediante esta factibilidad se garantiza que el producto o servicio que ofrece el negocio se entregue bajo las descripciones que han sido ofertadas y solicitada, a continuación, se presenta el proceso de producción y de servicios que ofrecerá cyber café 'Isanet'.

Proceso de producción del cyber café 'Isanet'



Proceso de servicio del cyber café Isanet



Factibilidad ambiental

Con el propósito de contribuir a un desarrollo sostenible y sustentable, cyber café ‘Isanet’ se acoge a los objetivos de un desarrollo sostenible, en el cual nos enfocamos en el objetivo número 12 el cual está encaminado a la producción y consumo responsable de los residuos que utilizamos al momento de producir un producto, los cuales deben ser almacenado de manera responsable, para que estos no provoquen ninguna clase de daño al medio ambiente.

El área en el que se ubicara el negocio será en la zona céntrica de la ciudad, los procesos que se realizan en el cyber café no emiten ninguna clase de ruido, ni generan gases contaminantes lo cual no provocara molestias a la comunidad.



A continuación, se describen los procesos de responsabilidad social que se emplearan en el negocio.

- Los residuos de alimentos, aceites y grasas serán entregados a los gestores autorizados por el departamento de higiene ambiental del GAD del Cantón Baba, para llevar a cabo este proceso se los deberá filtrar y almacenar temporalmente en recipientes tapados.

Los recipientes de residuos serán exclusivos y los cuales estarán identificados en fundas plásticas y estos deberán ser vaciados en los días establecidos para la recolección municipal. Los residuos inorgánicos serán clasificados de acuerdo al tipo de material, para una disposición que priorice el reciclaje y la reutilización de estos materiales.

Factibilidad social

Con el propósito de contribuir a un desarrollo social, cyber café 'Isanet' se acoge a los objetivos de un desarrollo sostenible, en el cual nos enfocamos en el objetivo número 8 el cual se direcciona en la fomentación del crecimiento económico del país, mediante la creación de nuevas plazas de trabajo.



La creación de este negocio aportara al desarrollo económico del país, con cuatro nuevas plazas de trabajo para las personas que se encuentran en la ciudad y a su vez esto será fuente de ingreso para sus hogares.

La implementación de esta idea de negocio desde el punto de vista social tiene gran acogida ya que gracias a este proyecto se beneficiarán muchas personas debido a la prestación de servicios de internet, realización de trabajos, investigaciones, los usuarios podrán disfrutar de un lugar agradable al momento de realizar algún tipo de tarea.

Conclusiones

Una vez desarrollado el modelo de negocio basado en un Cyber café, se presentan sus factibilidades los cuales se muestran favorables para la implementación del mismo.

Realizado el debido estudio de mercado el 100% de las personas encuestadas están de acuerdo con la implementación del presente proyecto.

Los equipos con los que se debe poner en marcha el negocio se encuentran disponible en el mercado local es por ello que técnicamente se considera factible el emprendimiento.

Financieramente también es factible el emprendimiento debido a que por cada dólar que se invierte se obtiene un TIR de 50%. La recuperación de la inversión se presenta en un laxo de 3 años 1 meses 2 días.

Se han establecido procesos operativos que ayudan y garantizan el cumplimiento de la propuesta de valor establecida en el modelo de negocio.

El emprendimiento cumple con uno de los objetivos del desarrollo sostenible y sustentable, producción y consumo responsable, ya que se realizan procesos amigables con el medio ambiente.

Y por último es factible socialmente porque aporta con el crecimiento económico del país y ayuda a la reducción de la pobreza generando fuentes de trabajo digno para las personas

Recomendaciones

Se considera continuar con el desarrollo de actividades que permitan la implementación del cyber café 'Isanet', ya que las factibilidades obtenidas durante el desarrollo del negocio dieron respuestas positivas.

Bibliografía

- Brunes, B. &. (18 de Mayo de 2015). Obtenido de “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN COFFE-BAR CRISTIANO EVANGÉLICO EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”:
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/503/1/T-ULVR-0303.pdf>
- Coelho, F. (08 de 03 de 2015). *significados.com*. Obtenido de que es un ciber cafe:
<https://www.significados.com/ciber/>
- Garcia, I. (07 de 11 de 2017). *Que es el mercado*. Obtenido de Economia simple.net:
<https://www.economiasimple.net/glosario/mercado>
- Gardey, J. P. (2013). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion de Slogan:
<https://definicion.de/slogan>
- Lachimba, E. M. (29 de enero de 2016). *UNVIE*. Obtenido de
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10402/1/T-UCE-0003-CA140-2016.pdf>
- Marcò, L. &. (2016). *Introducción a la Gestion y Administracion en las Organizaciones*. Argentina: Universidad Nacional Arturo Jauretche.
- Martinez, F. (2016). *Startupismo*. Mexicalpan de las Tunas .

NANTIK LUM. (2017). *MI MODELO DE NEGOCIO: CANVAS PLAN Y EMPRESA*.

Cecilia Grafic.

Plata, C. A. (2017). *La Administracion y el Proceso Aministrativo*. Bogota.

Porto, M. M. (2016). *Definicion.de*. Obtenido de Definición de cafetería:

<https://definicion.de/cafeteria/>

Significados.com. (21 de 12 de 2018). *Significados.com*. Obtenido de Definicion de

Isologo: <https://www.significados.com/isologo/>