



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación

“Plan de Negocios de una Empresa que comercializará productos
y servicios con fines Educativos”

TESIS DE GRADO

Previo a la Obtención del Título de:

INGENIERO EN COMPUTACIÓN

Presentada por:

Jonathan Carlos Samaniego Villarroel

GUAYAQUIL – ECUADOR

Año: 2007

AGRADECIMIENTO

A Dios, mi familia, mi novia y mis amigos, que han hecho que la espera por lograr mis objetivos y metas sea cada vez menor

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico en especial a esas personas que estuvieron conmigo cuando más lo necesite, y que gracias a ellas pude culminar este trabajo.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

Jonathan Carlos Samaniego Villarroel

RESUMEN

En el Ecuador es muy escaso el material informativo con propósitos educativos en educación sexual. Las organizaciones e instituciones sin fines de lucro se involucran poco con la tecnología, pues no la conocen y dudan de la capacidad de ésta para reforzar sus vínculos con sus miembros, y desarrollar de mejor manera los proyectos que realizan.

Esta tesis tiene como propósito evidenciar la oportunidad de creación de una empresa de base tecnológica destinada a satisfacer mercados emergentes relacionados con temas educativos, tales como organizaciones no gubernamentales, empresas estatales, universidades, etc. Como parte de nuestra gama de servicios a ofrecer, surgió el crear un CD de Educación Sexual el cual permita llenar el espacio que han dejado los videos de esta índole que tratan estos temas de manera superficial, sin detenerse en explicaciones educativas y sin brindar la oportunidad al adolescente de una retroalimentación, dejando de lado la realidad del joven ecuatoriano y en general latinoamericano que está influenciado por la televisión y el entorno social escaso en educación sexual.

El emprendimiento de base tecnológica lo iniciamos con un plan de negocios, el mismo que ofrecerá diferentes productos y servicios educativos y publicitarios, que no han estado al alcance de estas instituciones, para desarrollar obra social y obtener un beneficio económico razonable.

Como en toda empresa hemos tratado de obtener asesoría de profesionales de calidad, a fin de expandir nuestros productos a nivel latinoamericano; aunque al principio contaremos únicamente con los actores estrictamente necesarios para consolidarnos en el mercado local.

Al mencionar las variables económicas en que nos solventamos para estimar la factibilidad de nuestra empresa, destacamos que tenemos un flujo de caja hasta el tercer año estimado en \$44374,76, con un TIR de 70% y un VAN de \$24374,76, cifras que nos animan a iniciar el proyecto.

La estructura de la tesis es la siguiente:

Capítulo 1. Oportunidad del Negocio: Se realiza una breve reseña sobre el por qué este negocio es rentable, y por qué tendrían acogida sus productos y servicios.

Capítulo 2. Análisis de Mercado: Se realiza un análisis de la industria del software, se definen los productos, la competencia, y se establece la estrategia para la introducción en el mercado.

Capítulo 3. Análisis Técnico: Se describe el producto y los servicios a ofrecer, la tecnología a utilizar, así también decisiones de ventas y adquisición de herramientas a utilizarse.

Capítulo 4. Análisis Administrativo: Se define la estructura organizacional de la empresa, los diferentes cargos, entidades de control, equipo de ventas y de desarrollo.

Capítulo 5. Análisis Económico: Se puntualizan los valores necesarios con que la empresa inicia sus operaciones.

Capítulo 6. Análisis Financiero: Se detallan los valores a conseguir para que el negocio sea rentable y los principales métodos de financiamiento.

Capítulo 7. Análisis de Riesgos: Se examinan los factores internos y de mercado por lo cual la empresa tendría problemas económicos.

Conclusiones y Recomendaciones

Adicionalmente, la tesis incluye el “informe técnico” del desarrollo de un prototipo, que será el primer producto comercializable, este informe se encuentra disponible en el anexo 1.

INDICE GENERAL

RESUMEN	VI
INDICE GENERAL	IX
INDICE DE FIGURAS	XII
INDICE DE TABLAS	XIII
INTRODUCCION	XV
1. OPORTUNIDAD DEL NEGOCIO	2
1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA Y OPORTUNIDAD.....	2
2. ANÁLISIS DE MERCADO.....	4
2.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DEL SOFTWARE EN EL ECUADOR	4
2.1.1 Análisis Externo.....	4
2.1.2 Análisis Interno.....	6
2.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	8
2.3 CLIENTES.....	10
2.4 INVESTIGACION DE MERCADO.....	11
2.5 LA COMPETENCIA	14
2.6 TAMAÑO DEL SEGMENTO	15
2.7 PLAN DE VENTAS	16
2.8 ESTRATEGIA DE PRECIOS	18
2.8.1 Productos	18
2.8.2 Servicios	19
2.9 ESTRATEGIA DE VENTAS.....	20
2.10 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	21
3. ANÁLISIS TÉCNICO	23

3.1 ANALISIS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	23
3.1.1 Productos:	23
3.1.2 Servicios:	26
3.2 DESCRIPCION DE LA TECNOLOGÍA A UTILIZAR	28
3.2.1 Equipos.....	28
3.2.2 Herramientas de Desarrollo	29
3.3 PROCESOS DE VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	38
3.4 PROCESOS DE DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	40
3.4.1 Planificación	40
3.4.2 Definición de Recursos	42
3.4.3 Diseño y Desarrollo de Proyectos o Servicios	44
3.4.4 Plan de pruebas	45
3.4.5 Validación	46
3.4.6 Documentos a Entregarse.....	47
3.4.7 Solicitud de Cambios.....	47
4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	49
4.1 GRUPO EMPRESARIAL	49
4.2 TIPO DE SOCIEDAD	50
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	55
4.4 ANÁLISIS DE CARGOS	56
4.5 ORGANIZACIONES DE APOYO.....	62
4.6 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	63
5. ANÁLISIS ECONÓMICO.....	69
5.1 Inversión en Activos Fijos	69
5.2 Gastos de Arranque	70
5.3 Inversión en Capital de Trabajo	71
5.4 Presupuesto de Ingresos.....	71
5.5 Presupuesto de Gastos de Personal	73
5.6 Depreciaciones y Amortizaciones	75
5.7 Presupuesto de materia primas o insumos	76
5.8 Presupuesto de Gastos de Operación	76
5.9 Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas	77
5.10 Análisis de Costos	78
6. ANÁLISIS FINANCIERO.....	79
6.1 Flujo de Caja Proyectado.....	79
6.2 Estado de Resultados Proyectado	81
6.3 Balance General Proyectado.....	82

7. ANÁLISIS DE RIESGOS.....	83
7.1 Riesgos del Mercado.....	83
7.2 Riesgos Técnicos.....	84
7.3 Riesgos Económicos.....	84
7.4 Riesgos Financieros.....	85
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
BIBLIOGRAFIA.....	89
Anexo 1 . Informe Técnico del CD.	
Anexo 2. Encuestas Realizadas.	
Anexo 3. Cotizaciones de potenciales competidores	

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Utilización de Computadores en el mundo por zonas.....	4
Figura 1.2 Pregunta No. 1 de la Investigación de mercado	11
Figura 1.3 Pregunta No. 2 de la Investigación de mercado	12
Figura 1.5 Pregunta No. 4 de la Investigación de Mercado	13
Figura 1.6 Pregunta No. 5 de la Investigación de Mercado	14
Figura 3.1 Estructura Organizacional.....	55

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Plan de Ventas.....	16
Tabla 2. Precios de los productos.....	18
Tabla 3. Precios de los servicios.....	19
Tabla 4. Aporte de los Socios al Capital de D.I.M.E.	69
Tabla 5. Presupuesto de Inversión en Activos Fijos	70
Tabla 6. Inversión en Capital de Trabajo	71
Tabla 7. Presupuesto de Ingresos	72
Tabla 8. Presupuesto de Gastos de Personal	74
Tabla 9. Depreciaciones y Amortizaciones	75
Tabla 10. Presupuesto de Gastos de Operación	76
Tabla 11. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas	77
Tabla 12. Análisis de Costos.....	78
Tabla 13. Flujo de Caja Proyectado.....	80

Tabla 14. Estado de Resultados Proyectado	81
Tabla 15. Balance General Proyectado	82
Tabla 16. Flujo de Caja Neto	85

INTRODUCCIÓN

En el mercado mundial existe una inmensa oferta de software educativo y una gran explosión de cursos en línea por Internet. Para tener una idea, realizando una búsqueda en Internet por “software educativo interactivo” contabilizamos más de 450.000 direcciones.

En nuestra investigación del mercado de este tipo de software, individualizamos varios aspectos. Primero observamos que existen básicamente dos áreas de producción: las Universidades, y las empresas comerciales. También detectamos que existe software educativo para todo lo que a uno se le pudiera ocurrir: para preescolares, escolares, para capacitación técnica de todo tipo, discapacitados, etc. La lista es interminable, y los temas infinitos. Del mismo modo, pudimos observar que hay un amplio margen tanto de calidad como de precio. Por lo cual si uno desea un buen software educativo interactivo de un cierto tema, deberá dedicar un tiempo en investigar dentro de tan vasta oferta.

Nuestra empresa buscará llenar el espacio vacío de varias instituciones que desean expresar, de manera actual y prolija, sus objetivos y programas. Lo cual se puede realizar mediante los Sitios Web, CD`s, etc. Que es lo que la empresa propone.

Más concretamente, nuestro primer producto, será un CD interactivo de Educación sexual. Hacemos uso del CD porque de esta manera interactiva podemos llegar de mejor forma al estudiante, que por ejemplo con un video o una charla. El CD permite personalización, permite en pocas palabras que el estudiante interactúe directamente, en cualquier momento y en cualquier lugar, en un cyber café o en su hogar, solo, o con su amigos, en general es el mejor método de educación, interacción y retroalimentación.

CAPÍTULO 1

1. OPORTUNIDAD DEL NEGOCIO

1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA Y OPORTUNIDAD

En la ciudad de Guayaquil, y en general en el Ecuador y gran parte de Latinoamérica, existen un sinnúmero de instituciones de interés y desarrollo social, llámese estas Fundaciones, ONG's, etc., la mayor parte sin fines de lucro y gubernamentales.

Analizando la situación tecnológica de estas organizaciones nos encontramos con la novedad que la mayor parte no poseen asesoramiento técnico informático, es decir, no han alcanzado a implementar la tecnología como una forma de incrementar el alcance de sus actividades y promocionar sus proyectos.

La mayor parte de estas instituciones cuenta con recursos que les son suministrados ya sea por el sector privado, el estado, o por instituciones de ayuda internacionales, y que en estos instantes, están

observando una gran acogida, un gran interés hacia los beneficios que ofrecen las TIC`s (Tecnologías de la Información y la Comunicación). Los que antes pasaban desapercibidos pues no había una correcta ubicación de productos tecnológicos. Entre las aplicaciones que usualmente se desarrollan para estos mercados se encuentran aplicaciones con bases de datos para control de diferentes proyectos institucionales, sitios web auto-publicitarios, y cd`s de presentaciones tipo Power Point.

Es por ello que hemos visto de gran beneficio, ofrecer nuestros servicios profesionales a estas organizaciones, a las cuales ayudaremos a fomentar sus acciones sociales, a través de nuestros productos o servicios, que se encuentran explicados en mayor detalle en el capítulo 3.

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DEL SOFTWARE EN EL ECUADOR

2.1.1 ANÁLISIS EXTERNO

En el mundo existen miles de empresas que utilizan Sitios Web y los CD's como una forma de transmitir información a diferentes medios, ya sean estos privados o públicos.

Se conoce que a nivel mundial, existen al menos 88 millones de personas tienen acceso a un computador¹. Y en diferentes partes del mundo se está diversificando el desarrollo científico para permitir que cada vez más personas tengan acceso a las tecnologías de la información y comunicación. Esto se puede apreciar en la figura 1.1 .

¹ Cifra tomada de la página web
http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/barometro_economico/new

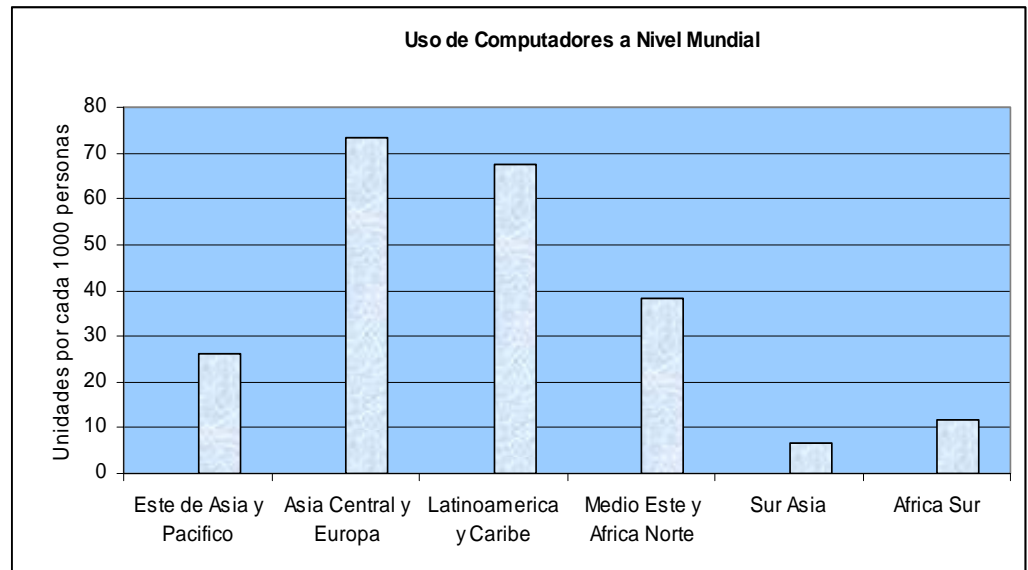


Figura 1.1 Utilización de Computadores en el mundo por zonas. (Datos tomados de International Telecommunication Union's (ITU) Año 2003)

El uso de estos adelantos tecnológicos ha servido para que Fundaciones como Plan Internacional, Children Internacional, IYF (International Youth Fundation) entre otras, posean sus sitios Web y permitan una comunicación entre miembros de diferentes partes del mundo, permitiendo así un mejor manejo de sus recursos y servicios.

Este mercado tecnológico es prácticamente virgen, pues los frutos de utilizar la tecnología con proyectos a nivel internacional se están revelando, permitiendo una mayor apertura a estas

instituciones con productos y servicios, y con las características que ofrecemos.

Se señala también que solo el 27% de las Organizaciones a nivel mundial poseen Sitios Web, y que sólo el 12.37% utilizan la computación como medio de transmitir sus fines y realizar sus proyectos.²

2.1.2 ANALISIS INTERNO

En el Ecuador el porcentaje de instituciones que utilizan el Internet y los dispositivos multimedia como forma de proyección son pocos, en cálculos aproximados al revisar buscadores como Google, Altavista, Yahoo, nos encontramos con una pequeña cantidad que difícilmente llega al 20% de las entidades no gubernamentales y al 35% de las entidades estatales, esto tomando en cuenta los resultados de estos buscadores.

La mayoría de las organizaciones que no tienen un medio de comunicación argumentan falta de efectivo para la reestructuración de sus sistemas, así como también falta de personal capacitado.

² Tomado del Libro “Organizaciones No Gubernamentales y su efecto en la sociedad” X. Medranda, México

Según datos adquiridos a través de diferentes instituciones no gubernamentales tales como Cefocine, Kimirina, entre otras, no siempre es conveniente subir la información a los sitios web, pues generalmente los jóvenes a los que va dirigido estos datos, pocas veces los consultan.

Tal es el caso de “Entra21”, fundación internacional con base en Ecuador a través de Fundación Esquel, que integra a los jóvenes de comunidades con pocos recursos en el uso de paquetes informáticos y cursos de capacitación, que poseen un sitio Web pero con un afluente de visitas de prácticamente 3 personas al mes. Esto no justifica la inversión realizada.

Al consultárseles sobre el particular, uno de los factores importantes que aducen es la falta de interés de los jóvenes participantes en sus proyectos, por establecer comunicación a través de un medio muy monótono, esto con relación a la interfaz y navegación del Sitio, además de una falta de actualización del Web Site.

Otras instituciones como Cefocine, en cambio, poseen un margen de aproximadamente 100 visitas al mes, al preguntárseles sobre este número muy superior al de otras

organizaciones, nos contestaron que se debe a que continuamente renuevan la página, y constantemente buscan promocionarla a través de publicidad en las pancartas, eventos y publicaciones que realizan.

Asimismo, cuentan ellos, les ha servido mucho el hecho de comenzar a trabajar con elementos técnicos, puesto que los jóvenes se sienten más identificados. Estos elementos, como videos, radio y CD's de películas creadas por los integrantes del grupo, han servido para aproximarse a la comunidad juvenil e integrar a cada vez más personas.

2.2 PRODUCTOS Y SERVICIOS

Tomando en cuenta que en el país el sector donde estamos enfocados no posee características de avance tecnológico, y que estas entidades van a requerir del uso de herramientas especializadas, hemos destinado para su criterio la posibilidad de adquirir, por medio de nuestra unidad de negocios, llamada D.I.M.E. (Desarrollo de Ideas para Mercados Emergentes) , algunos de estos ítems:

Productos:

- CD's Interactivos de Educación sexual.
- CD's de publicidad.
- CD's de Información o documentación educativa.

La comercialización de estos productos surgen de la consulta de las necesidades de nuestros potenciales clientes.

Servicios:

- Desarrollo de sitios Web Informativos.
- Desarrollo de sitios Web Avanzados.
- Contratos de soporte técnico en el caso de Sitios Web.
(Próximamente)
- Actualización de Sitios Web. (Próximamente)
- Creación de animaciones. (Próximamente)

De la comercialización de nuestros servicios y productos se encargará nuestro equipo de ventas, quien buscará ofrecer nuestros beneficios a las diferentes instituciones.

2.3 CLIENTES

Los potenciales clientes serán instituciones educativas, estatales, fundaciones y entidades no gubernamentales, organizaciones internacionales, y padres de familia, quienes requieran nuestros productos para mejorar la comunicación con sus miembros, o nuestros servicios para implementar nuevas soluciones.

Para realizar este estudio de mercado se consultó con 12 instituciones no gubernamentales de Guayaquil y Quito, más concretamente con los representantes tecnológicos, y pudimos obtener los siguientes datos:

En la encuesta realizada se indagó sobre los siguientes tópicos:

- Creación de sitios Web para sus respectivas organizaciones.
- Manejo de la información de sus entidades.
- Uso de las Tecnologías de la Información y la comunicación.

- Uso de elementos multimedia como CD's para mejorar sus proyectos.
- Costos económicos y técnicos de involucrar la tecnología.

A continuación se detallan los resultados obtenidos en la Investigación de Mercado, que fue consultado en Agosto del 2005.

2.4 INVESTIGACION DE MERCADO

La primera pregunta fue consultarles sobre si existe o no una página Web con la cual cuente su organización. Es interesante encontrar que aún siendo instituciones conocidas algunas de ellas no poseen una página Web. El resultado de esta pregunta se muestra en la figura 1.2.

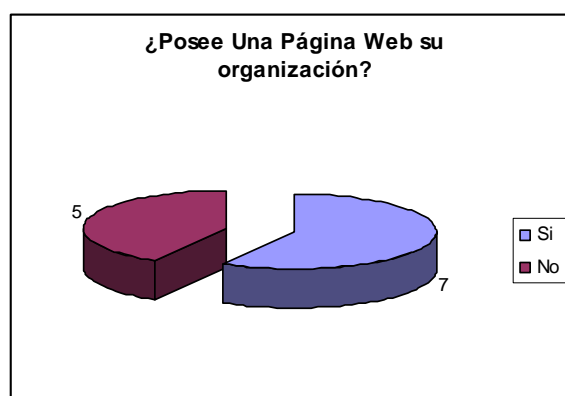


Figura 1.2 Pregunta No. 1 de la Investigación de mercado

Al consultárseles sobre si dicha página maneja la información sobre su organización, aproximadamente el 70% de los encuestados mencionaron que el sitio Web es meramente informativo.

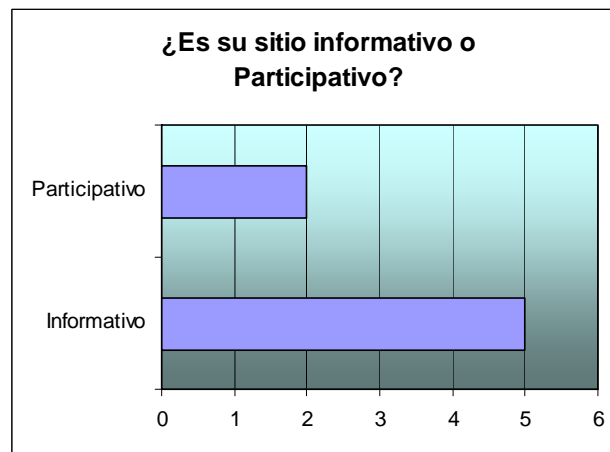


Figura 1.3 Pregunta No. 2 de la Investigación de mercado

Aunque la mayoría de ellos expusieron que utilizaban las TIC's, en realidad no se demuestra, salvo ciertas excepciones, el uso y aprovechamiento de las mismas.

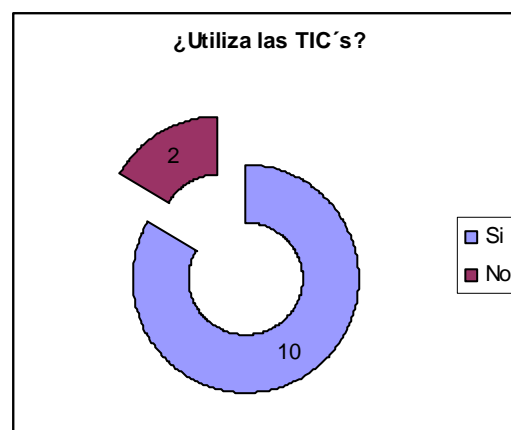


Figura 1.4 Pregunta No. 3 de la Investigación de Mercado

A continuación, les preguntamos acerca del uso de elementos multimedia en sus proyectos, muchos se mostraron parcos ante el hecho de desarrollar soluciones de educación con CD's, justamente estas personas pertenecen a entidades más antiguas y dedicadas a labores que involucran a personas maduras. Las instituciones que trabajan con jóvenes, observaron en esta idea, una forma muy interesante y atractiva para desarrollar material de auto-ayuda, motivación y educación.

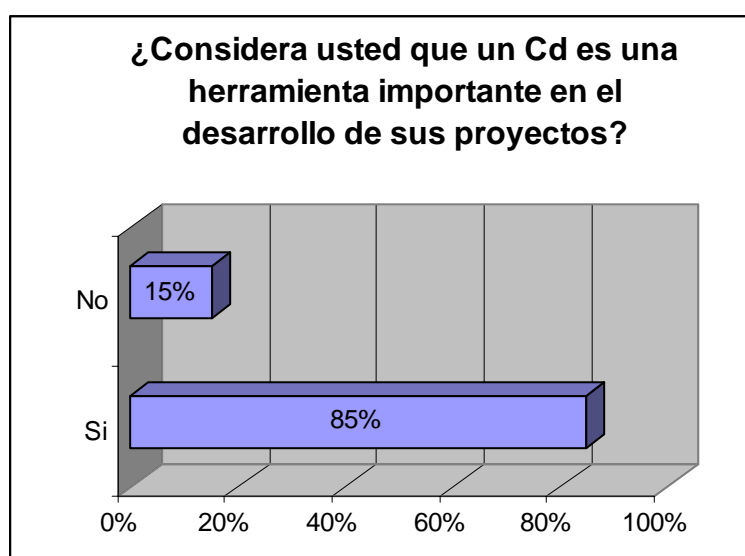


Figura 1.5 Pregunta No. 4 de la Investigación de Mercado

Quisimos indagar cuánto como institución, estarían dispuestos a ofrecer por un producto como un CD. o un sitio Web. Estas son sus impresiones :

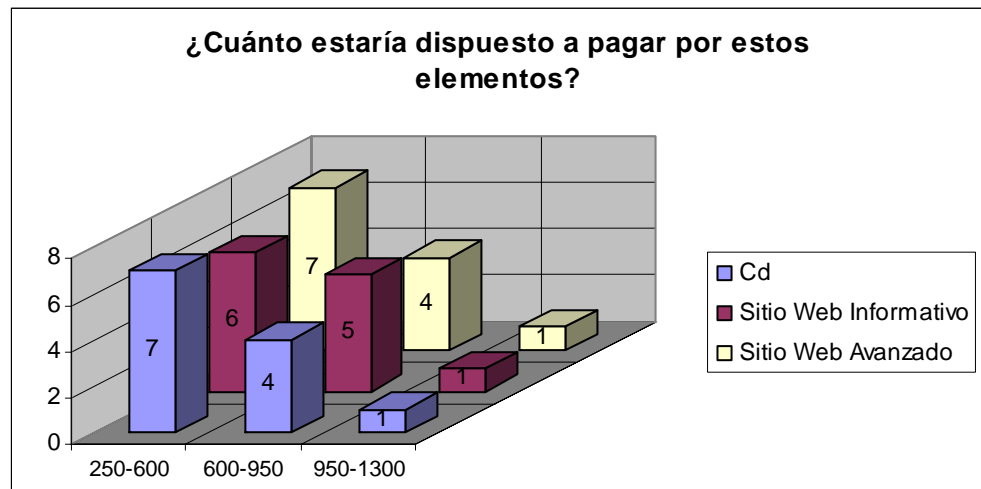


Figura 1.6 Pregunta No. 5 de la Investigación de Mercado

Como conclusión de esta investigación de mercado, se tiene que la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a utilizar los servicios que ofertamos, y que conforme la tecnología va incrementando las posibilidades de comunicación, se hace cada vez más imperante estar a la vanguardia, por lo que nuestra entrada en este mercado, está más que justificada.

2.5 LA COMPETENCIA

Según datos de la CORPEI, en Ecuador existen aproximadamente 160 empresas desarrolladoras de software, distribuidas en su respectivo orden : 36 en Guayaquil, 98 en Quito y 26 en Cuenca.

Sabemos que sólo en Guayaquil se concentra gran cantidad de software, que se aproxima al 30% de la producción nacional.

Esto sin contar, con los diferentes ingenieros, tecnólogos y estudiantes que crean software de manera independiente para diferentes aplicaciones.

Para hablar específicamente de nuestro nicho de negocio, existe competencia aleatoria, pues sabemos de varias empresas que ofertan sus servicios al menor costo posible, pero ninguna de ellas busca exclusivamente trabajar con estas organizaciones.

Aquí ofrecemos en el anexo 3 el nombre de las empresas que encontramos que podrían ser nuestro competidores con algunas cotizaciones similares pero que no están circunscritas a nuestro mercado.

2.6 TAMAÑO DEL SEGMENTO

Hablamos de una participación de un total de aproximadamente el 15% de las instituciones gubernamentales sin fines de lucro que pueden ser clientes directos, que representan en teoría cerca de 80 instituciones, además de clientes indirectos que vendrían a ser personas naturales que soliciten nuestros servicios.

Por lo tanto el segmento total del mercado que buscamos abarcaría además un 3% de los clientes potenciales que requieran de sitios Web. En vista de la extensa demanda de servicios que ofrecen otras empresas.

2.7 PLAN DE VENTAS

El Plan de Ventas de D.I.M.E. para los 3 primeros años, clasificado por productos y servicios se muestra resumido en el siguiente cuadro:

Productos	Año 1	Año 2	Año 3
Cd's Interactivos de Educación Sexual	2	0	1
Cd's de Publicidad	9	15	22
Cd's de Información o Documentación Educativa	5	7	10
Servicios			
Desarrollo de Sitios Web Informativos	11	19	23
Desarrollo de Sitios Web Avanzados	8	19	23

Tabla 1. Plan de Ventas

El primer producto a comercializar es el “CD Interactivo de Educación sexual”, que es la base de esta tesis por ser el prototipo, que se prevee esté listo al finalizar del primer trimestre del primer año. Cabe destacar que este producto ya tiene un comprador fijo que es la Fundación CEFOCINE. A este producto tendremos que añadir un CD de publicidad hacia el 2do trimestre del primer año y un CD Educativo al tercer trimestre.

En cuanto a servicios, esperamos lanzar a nuestro nicho de mercado, la creación de Sitios Web informativos, hacia el segundo trimestre del primer año, y en menos de un mes lanzar también la creación de los Sitios Web Avanzados.

A partir del segundo año, se aumentará la disponibilidad para ofrecer los servicios antes mencionados, y aumentar la publicidad por medio del equipo de mercadeo popularmente llamado equipo de ventas .

En tanto que al tercer año, se tiene previsto realizar una actualización del CD de educación sexual realizado el primer año, con el fin de mejorar y llenar vacíos que se puedan producir después de un correcto análisis.

También, en cuanto a servicios, ya tendremos asegurada nuestra clientela y buscaremos brindarles nuevos servicios como mantenimiento y actualización de web sites, soporte técnico y animaciones.

Esperamos con eso aumentar el volumen de ganancias directas. Cabe destacar que nuestro equipo de ventas tendrá una dura tarea de captura de mercado. Pero en la mayor parte de las instituciones donde acudiremos dejaremos siempre una grata impresión por nuestra carta de servicios y nuestros productos de probada experiencia.

2.8 ESTRATEGIA DE PRECIOS

2.8.1 Productos

Para colocar un precio a los productos y servicios que D.I.M.E. ofrece, nos basaremos en la competencia, el costo del desarrollo, el costo de los materiales e insumos, y por supuesto una utilidad razonable.

Así mismo se aplicarán tarifas de descuento, y dependiendo del cliente, y de la dificultad de desarrollo, habrá cambios en la tarifa normal del producto o servicio.

En el caso del CD. Interactivo de Educación Sexual, éste tendrá un valor más significativo del que hemos previsto normalmente, esto se da por la capacidad del CD, y algunos factores externos. El prototipo tendría un valor promedio de \$1200.

Detalle a continuación una tabla de los productos a ofrecerse :

Productos	Valores Fijos	Valores Variables
CD Interactivo de Educación Sexual	\$800	\$600-\$1200
CD de Publicidad	\$800	\$400-\$1100
CD de Información o Documentación educativa	\$800	\$500-\$1100

Tabla 2. Precios de los productos

En este caso, toda la información deberá ser recolectada por las personas o entidades interesadas, en el caso de necesitar una investigación, este será un valor extra que puede ser contratado como outsourcing. Sin que D.I.M.E. tenga ninguna responsabilidad sobre este hecho.

2.8.2 Servicios

En cuanto a servicios tenemos dos servicios que por el momento ofertaremos, el resto de los servicios no los habilitaremos hasta el tercer año, a no ser que las condiciones lo ameriten.

Estos dos servicios tienen también un valor variable y uno fijo, el valor variable dependerá de gran manera a la magnitud del Sitio Web, y a la dificultad de implementarlo, excluyéndonos de ubicarlo en un servidor con un dominio, a menos de que el cliente así lo requiera.

Servicios	Valores Fijos	Valores Variables
Desarrollo de Sitios Web Informáticos	\$ 600	\$400 - \$ 800
Desarrollo de Sitios Web Avanzados	\$1100	\$800 - \$1500

Tabla 3. Precios de los servicios

Adicional a estos servicios, el cliente podrá solicitar una evaluación de su sitio web a fin de modificarlo, pero eso tiene un

costo referencial equivalente al 30 o 40 por ciento de realizar un sitio web.

Cabe destacar que estos valores son exclusivamente para realizar el desarrollo del sitio, D.I.M.E. no se hace responsable de la falta de información que pueda encontrarse en el sitio web, ni de las expresiones que se viertan en él.

2.9 ESTRATEGIA DE VENTAS

Se realizarán visitas a los futuros clientes, para dar a conocer nuestra propuesta, analizaremos gratuitamente el impacto de crear un CD o de implementar un sitio Web para cada cliente potencial. Esto quiere decir que haremos un pequeño estudio de mercado para demostrar la factibilidad del proyecto.

Además contaremos con la ayuda de nuestro prototipo para mostrar la seriedad de la empresa, y la facilidad de uso de nuestro software.

Para las instituciones que estén interesadas se les ofrecerán descuentos por CD's o sitios.

2.10 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Para promocionar nuestros productos y servicios contaremos con una estrategia de promoción que se detalla a continuación:

- Entrega de un CD de presentación, conjunto con una carpeta donde se describe la actividad de la empresa y los paquetes de ventas.
- Presentación del prototipo a realizarse y de diversos sitios web de muestra.
- Realizar descuentos por contratos inmediatos.
- En el caso de los sitios Web, se ofrecerá actualizaciones gratuitas hasta 3 meses después de encontrarse en la Internet.
- En el caso de los CD's, se ofrecerá otorgar el código fuente de manera gratuita, además de tres modificaciones antes de la entrega final.
- Reducción de precios por 2 o más contratos hecho por la misma institución.

Como políticas de la empresa:

- Explicación del funcionamiento del CD, junto con un manual de usuario y un manual de implementación si el caso lo ameritare.
- Creación del diseño de la caja del CD.
- Capacitación a los usuarios del Sitio Web, para aprender a ingresar al sitio.
- En el caso de que el personal de una entidad no conozca el manejo de Internet, se le brindará una capacitación de máximo 10 horas.

CAPÍTULO 3

3. ANÁLISIS TÉCNICO

3.1 ANALISIS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

D.I.M.E. promoverá igual tanto sus productos como sus servicios; sin embargo, a sabiendas de que los servicios que ofrecemos son más accesibles, vamos a hacer mayor énfasis en la promoción de los mismos.

3.1.1 Productos:

CD Interactivo de Educación Sexual:

Este es un producto destinado a un público juvenil que comprende edades de 15 a 24 años, claro que esto no implica que mayores de esa edad no puedan ver y utilizar el CD adecuadamente. Pero los menores de 15 años no tendrán una correcta evaluación al respecto sino son guiados previamente por personal capacitado, éstos últimos son los respectivos docentes

de las áreas de ciencias naturales y educación sexual de cada establecimiento educativo.

Este CD. consiste en una serie de elementos interactivos acerca de Enfermedades de transmisión sexual, Métodos Anticonceptivos, Anécdotas, videos, etc. Con los cuales se busca crear en el joven una conciencia moral acerca de las relaciones sexuales.

El diseño, construcción, manuales y modo de uso del CD, lo podrán encontrar en el Informe Técnico

CD de Publicidad:

Este producto es una carta de presentación de las diferentes instituciones públicas y no gubernamentales, buscamos publicitar los eventos, programas y proyectos que se lleven a cabo por varios de nuestros clientes.

Hemos considerado necesario este producto, por la diversidad de formas publicitarias que se pueden trabajar y porque vemos que existiría una gran acogida a mediano plazo.

Los clientes que deseen este producto, deberán coordinar con nosotros la entrega de información, y decidirán la forma de entrega del CD, que puede ser de tamaño normal o en forma de pequeños CD's rectangulares que harían más vistosa su información.

CD de Información o Documentación Educativa:

Este producto estará destinado a aquellos clientes que deseen trabajar sus programas, y proyectos mediante el uso de las TIC's.

El objetivo es crear un CD por módulos o áreas de trabajo continuas, es decir, módulos de enseñanza, evaluación, organización, etc.

Nos encontramos ante un esquema mucho más ambicioso, puesto que en sí, este tipo de producto requeriría una mayor cantidad de tiempo y manejo de información.

Para este efecto se destinaría un equipo especial que trabaje directamente con el cliente, a fin de brindar mayor flexibilidad entre nuestro equipo de trabajo y las personas encargadas de suministrar la información, esto permitiría que el proceso de

creación del CD. sea más corto, y tenga mayores características que el usuario pueda necesitar.

3.1.2 Servicios:

Desarrollo de sitios Web informáticos:

Este es un servicio atractivo para la mayoría de las instituciones, que pretenden dar a conocer sus proyectos, programas, eventos, etc.

El acercamiento se lo realiza directamente con el cliente, y se examina los requerimientos y proyecciones del sitio. Adicional a esto, brindamos una asesoría completa en función del tipo de diseño audio-visual de las páginas, contratos de dominios y hosting, formas de actualización del sitio, formas de diversificación y aspectos publicitarios, etc.

Generalmente contaremos con personal que visite al cliente en su oficina, reciba toda la información pertinente al sitio, elabore un esquema y plan de trabajo, establezca fechas de entrega, pruebas, y que aclare todas las dudas del cliente.

Si bien es cierto se podría dar un valor específico a este servicio, en realidad, quedaría sujeto a la cantidad de páginas que necesite el sitio, y a la diversidad visual de la misma, en otros términos, si se necesitan animaciones o elementos visibles más avanzados.

Desarrollo de Sitios Web Avanzados:

Este servicio consiste en crear sitios Web que permitan al cliente, establecer un medio de comunicación más elaborado, y que a la vez trabaje como una programación en línea de sus eventos y proyectos.

En este tipo de servicios ya trabajaremos con varios tipos de software, ya sea utilizando Asp.net, javascript, java, entre otros. Probablemente enlazando bases de datos de estas instituciones, o creando portales que permitan a los miembros de estas organizaciones intercambiar archivos, programar citas, diagramar eventos, organizar procesos, etc.

Así mismo el costo es variable por la imposibilidad de establecer un Standard único, pues todo portal difiere de otro en la utilización de mayores recursos humanos y tecnológicos.

3.2 DESCRIPCION DE LA TECNOLOGÍA A UTILIZAR

D.I.M.E. requerirá para uso de su staff, y para crear y desarrollar sus productos y servicios los siguiente elementos:

3.2.1 Equipos

Para el correcto desenvolvimiento del emprendimiento se necesitará al principio, dos computadoras que poseerán las siguientes especificaciones:

Computadoras Marca Pentium 4 de 3.2 Ghz. de velocidad, con 1024 Mb. de memoria Ram, 256 Mb de video, Mainboard Intel, Disco duro de 160 GB, DVD-CD-RW, Monitor de 17", entre los principales aditamentos.

Además de elementos adicionales de edición y video que por el momento arrendaremos, pero que luego de haber iniciado con éxito nuestra actividad comercial iremos complementando.

Entre estos elementos están :

- Una cámara de video Marca Sony con resolución de al menos 3.2 Mega pixeles, con su respectivo cable de comunicación con el computador.

- Cámara digital marca Sony con resolución de al menos 3.2 Mega pixeles, con cable para computadora, visión nocturna y zoom de al menos 32X.

- Impresora todo en Uno, marca HP, con scanner, impresora, copiadora, fax.

3.2.2 Herramientas de Desarrollo

En la actualidad existen múltiples herramientas de desarrollo tanto de web sites, como de desarrollo de CD. Entre las principales a utilizar tendremos:

Macromedia Flash

Flash MX es una potente herramienta creada por Macromedia que ha superado las mejores expectativas de sus creadores.

Inicialmente Macromedia Flash fue creado con el objeto de realizar animaciones vistosas para la web, así como para crear GIFs animados.

Además, Flash es la tecnología más comúnmente utilizada en el Web que permite la creación de animaciones vectoriales. El interés en el uso de gráficos vectoriales es que éstos permiten llevar a cabo animaciones de poco peso, es decir, que tardan poco tiempo en ser cargadas por el navegador.

Esta optimización del espacio y tiempo, que ocupan las animaciones, combinada con la posibilidad de cargar la animación al mismo tiempo que ésta, se muestra en el navegador (técnica denominada streaming), permite aportar elementos visuales que dan vida a una web o un CD, sin que para ello el tiempo de carga de la página se prolongue hasta límites insoportables por el visitante.

Además de este aspecto meramente estético, Flash introduce en su entorno la posibilidad de interactuar con el usuario. Para ello, Flash invoca un lenguaje de programación llamado Action Script. Orientado a objetos, este lenguaje tiene claras influencias del Javascript y permite, entre otras muchas cosas, gestionar el

relleno de formularios, ejecutar distintas partes de una animación en función de eventos producidos por el usuario, saltar a otras páginas, etc.

Macromedia Fireworks

Fireworks es una suite de diseño vectorial que comprende texto, diseño, ilustración, edición de imágenes, URL, JavaScript, y herramientas de animación. Fireworks te permitirá crear todas las imágenes que necesites para una página Web y para aplicaciones multimedia, sin tener que usar muchos programas diferentes.

Los diseñadores y desarrolladores podrán visualizar y optimizar el resultado final en todos los formatos populares. Todo se puede editar, durante todo el tiempo. Se puede dibujar usando brochas orgánicas, y crear formas y objetos ilimitados. Y es posible editar cualquiera de los cambios. Fireworks trae lo mejor de los programas de dibujo vectorial a las páginas Web. Diseñado desde un primer momento para satisfacer las necesidades de los diseñadores Web profesionales, Fireworks incluye opciones tan avanzadas como: exportación de previsualización visual, control total sobre las paletas de color y la compresión de las mismas,

generación automática de botones de estado y mensajes en JavaScript, control total sobre textos y efectos que se pueden editar en cualquier momento.

Fireworks es la herramienta que permite crear los gráficos más compactos y las mejores animaciones GIF en los menores pasos posibles. Otras de las opciones orientadas al diseño Web que incluye Fireworks es la de "trocear" una imagen para acelerar su descarga, y poder exportar sus partes a una tabla HTML para que sean unidas de nuevo en el navegador de la persona que visita la Web. Fireworks incorpora un "creador de capas de imágenes" para facilitar la asignación de enlaces URL, así como la capacidad de generar botones comunes de forma automática (junto con el código JavaScript que controlará el comportamiento del botón).

Macromedia Dreamweaver

Dreamweaver MX es un software fácil de usar que permite crear páginas web profesionales. Las funciones de edición visual de Dreamweaver MX permiten agregar rápidamente diseño y funcionalidad a las páginas, sin la necesidad de programar manualmente el código HTML.

Con Dreamweaver resulta fácil crear y editar páginas compatibles con cualquier explorador y plataforma, proporciona herramientas avanzadas de diseño y formateo, y facilita el uso de funciones de HTML dinámico, como capas y comportamientos animados.

Dreamweaver MX 2004 permite trabajar con páginas HTML, completadas con Javascript y CSS, así como la inserción de contenidos cliente / servidor, con lo que podemos desarrollar aplicaciones que se ejecuten en un servidor, devolviendo los datos de esa ejecución al ordenador local.

Esta herramienta es una mezcla de diseño y de programación. Para trabajar en las páginas disponemos de un entorno WYSWYG (What You See Is What You Get) para que el diseñador pueda fácilmente componer sus páginas. A parte dispone de otras herramientas con las que puede visualizar la conexión a bases de datos, las variables del servidor o los comportamientos propios de un determinado lenguaje, con lo que podemos insertar el código que realice una determinada acción sin necesidad de conocer el lenguaje de programación. No obstante, para aquellos programadores más avanzados, existe un editor que permite acceder al código y realizar las correcciones directamente sobre él.

Para la conexión a bases de datos también es imprescindible conocer perfectamente el manejo de ODBC para establecer las conexiones desde Dreamweaver MX 2004, o en el caso de JSP o PHP, tener configurado el gestor de bases de datos correspondientes. Para JSP el gestor utilizado es el JDBC y para PHP el gestor de bases de datos MySQL. En el caso de no tener perfectamente configurados tanto el ODBC como el servidor de aplicaciones y los gestores de bases de datos, los comportamientos y conexiones de Dreamweaver MX 2004 no funcionarían correctamente o estarán deshabilitadas.

ASP.NET

ASP.NET, significa, Active Server Pages, y es un marco de trabajo de programación generado en Common Language Runtime que puede utilizarse en un servidor para generar eficaces aplicaciones Web.

La diferencia entre ASP y ASP.NET es abismal, mientras ASP se escribía en VBScript, ASP.net puede ser escrito en cualquier lenguaje soportado por el .net Framework, es decir: VB.net; C# y JScript.net. Si, como has leído, ya no puedes utilizar VBScript sino que debes utilizar VB.net que es lo que más se aproxima.

Otro cambio radical es que ASP.net es un lenguaje totalmente orientado a objetos.

Es por ello que buscamos con esta herramienta entrelazar las bases de datos de nuestros clientes, con los sitios Web.

Macromedia Director

Este software provee a los desarrolladores de una integración completa con Macromedia Flash, características de accesibilidad, flujos de trabajo mejorados y soporte para sistemas Mac OS X.

Director MX, es un potente ambiente de composición multimedia para construir contenidos y aplicaciones de alta capacidad, enriquecidas e interactivas, que pueden desplegarse en CD/DVD-ROM, quioscos multimedia y en la Web, utilizando Macromedia Shockwave Player.

Macromedia Director añade soporte para JavaScript, contenido de Flash™ MX , y reproducción de vídeo DVD, y la capacidad para crear archivos de proyectores para las plataformas de Mac y de Windows en un sencillo paso.

Director MX 2004 facilita enormemente el desarrollo y permite a los usuarios crear contenido más dinámico a través de un flujo de trabajo racionalizado con otros productos MX 2004 y soporte para estándares como JavaScript y Vídeo DVD.

Adobe Illustrator

La aplicación Adobe Illustrator resulta una herramienta fundamental para expresar ideas de forma visual a través de la impresión, la Web u otros medios. Sus funciones 3D, sus controles tipográficos avanzados, su integración con el formato de documento portátil (PDF) y sus opciones de impresión, hacen de Adobe Illustrator la aplicación indicada para la creación y tratamiento de gráficos virtuales.

Java Script

Se trata de un lenguaje de programación del lado del cliente, porque es el navegador el que soporta la carga de procesamiento. Gracias a su compatibilidad con la mayoría de los navegadores modernos, es el lenguaje de programación del lado del cliente más utilizado.

Con Javascript crearemos efectos especiales en las páginas y definir interactividades con el usuario. El navegador del cliente es el encargado de interpretar las instrucciones Javascript y ejecutarlas para realizar estos efectos e interactividades, de modo que el mayor recurso, y tal vez el único, con que cuenta este lenguaje es el propio navegador. Javascript es el siguiente paso, después del HTML, que pueden dar nuestros desarrolladores de la web.

Entre las acciones típicas que se pueden realizar en Javascript tenemos dos vertientes. Por un lado los efectos especiales sobre páginas web, para crear contenidos dinámicos y elementos de la página que tengan movimiento, cambien de color o cualquier otro dinamismo. Por el otro, javascript nos permite ejecutar instrucciones como respuesta a las acciones del usuario, con lo que podemos crear páginas interactivas con programas como calculadoras, agendas, o tablas de cálculo.

Javascript es un lenguaje con muchas posibilidades, permite la programación de pequeños scripts, pero también de programas más grandes, orientados a objetos, con funciones, estructuras de datos complejas, etc. Además, Javascript pone a disposición del programador todos los elementos que forman la página web,

para que éste pueda acceder a ellos y modificarlos dinámicamente.

3.3 PROCESOS DE VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

El proceso de ventas de los productos o servicios que comercializamos tiene varias alternativas, las dos principales son la posibilidad de un cliente que conozca de nuestra empresa, y solicita una cotización sobre determinado producto o servicio, a este cliente se le asigna un encargado de establecer la relación de negocios.

La segunda es por medio de nuestros vendedores, que se pondrán en contacto con las instituciones respectivas, para indagar sobre posibilidades de negocios. En caso de que no existan vendedores este papel lo asumirá el Gerente general.

Una vez establecido el contacto entre el cliente y vendedor, la labor de establecer la oportunidad de establecer una relación comercial, estará a cargo del Gerente General o del Gerente de Sistemas, el cual procederá a realizar el siguiente proceso:

- a) Realizará un promedio de 3 a 4 visitas al cliente, para establecer los requerimientos que desea, y acotar específicamente los límites del contrato.

- b) El Desarrollador, conjuntamente con el Gerente general, y el Gerente de sistemas, procurará elaborar una propuesta económica basada en las características generales del servicio o producto. En este documento se detallarán:
 - a) Descripción del producto o servicio ofertado.

 - b) Cronograma de trabajo, plazos de entrega y de publicación (En el caso de los Sitios Web).

 - c) Formas de pago.

 - d) Implicaciones de orden legal.

 - e) Condiciones de propiedad intelectual del producto.

 - f) Limitaciones, condiciones y características técnicas.

- c) El Gerente de Sistemas presenta al cliente este documento a fin de su revisión y posterior firma del contrato o convenio, también el cliente podrá refutar el texto y presentar reformas al mismo, hasta llegar a un completo acuerdo entre las partes.
- d) Cuando la oferta es aceptada se procede a cumplir los parámetros del contrato, y a exigir las formas de pago que hallan quedado supeditadas en el mismo.
- e) Se procede de acuerdo al Proceso de Desarrollo de Productos y Servicios
- f) Una vez que el cliente queda satisfecho con el producto o servicio, se analizan con él, posibles contratos futuros, o condiciones de mantenimiento y actualización.

3.4 PROCESOS DE DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

3.4.1 Planificación

En lo que respecta a la planificación se contempla el uso de todos los recursos y materiales, que se necesiten para cumplir a cabalidad con la labor específica.

Tomando en cuenta:

- a) Personal a utilizarse en la creación del producto o servicio, y la capacitación necesaria para realizarlo.
- b) Cantidad de tiempo necesaria para la entrega al cliente.
- c) Costo de creación, actualización, modificación, aprobación del producto o servicio.
- d) Herramientas y equipos necesarios para elaborar el mismo.
- e) Tareas y Responsabilidades de los encargados.
- f) Plan de contingencia.
- g) Puntos de revisión, plan de pruebas.
- h) Visitas y cambios sugeridos por el cliente.

La planificación y ejecución de las tareas será determinada por el Gerente de sistemas, y realizada por los desarrolladores según sea el caso. Dentro de este proceso se definirán fechas y se

destinarán los recursos necesarios para la culminación de las mismas.

Una vez determinados estos aspectos, se obtendrá un Cronograma de ejecución, el cual es un documento realizado preferentemente en Microsoft Project, en el que se describirá las responsabilidades, actividades, y recursos que se realicen y utilicen en la elaboración del trabajo. Este cronograma será supervisado por el Gerente de sistemas, y aprobado por el Gerente General.

3.4.2 Definición de Recursos

El Gerente de sistemas reunirá todos los recursos a utilizarse, ya sean estos técnicos o físicos, y se encargará de vigilarlos hasta la culminación del proyecto o servicio. Estos recursos se dividen en:

Recursos del Cliente:

- Requerimientos legales y reglamentarios, así como exigencias funcionales para la realización de las tareas.
- Estándares manejados por el cliente.

- Requerimientos Adicionales cuando se esté llevando a cabo el producto o servicio.

Recursos de la empresa:

- Tiempo y capacidad del personal asignado a dicha tarea.
- Costos, Herramientas, y mantenimiento de los elementos a usarse en el desarrollo del trabajo.
- Cronograma de ejecución de los productos o servicios que desarrolle la empresa, conjuntamente aprobado por los participantes y clientes.
- Contrato firmado por el cliente confirmando la realización del producto o servicio.

De todos estos recursos se harán cargo en conjunto el Gerente General con el Gerente de Sistemas..

3.4.3 Diseño y Desarrollo de Proyectos o Servicios

En este proceso intervienen directamente el o los desarrolladores, quienes recopilando todos los datos pertinentes a la planificación y recursos, elaboran el producto o servicio.

El desarrollador será responsable de su trabajo, y del cumplimiento de las tareas que le fueron asignadas, a su vez este desarrollador puede solicitar cambios en la planificación antes de la aprobación de la misma, y también exigir diferentes recursos o apoyo logístico.

El desarrollador está obligado a presentar un informe de acuerdo con la planificación presentada.

La persona encargada de cumplir y hacer cumplir el cronograma de ejecución de las actividades es el Gerente de sistemas.

En la revisión parcial o final del producto deberá estar presente tanto el desarrollador, como el Gerente de Sistemas.

En el supuesto caso de que exista un cambio en el requerimiento primario del cliente, el Gerente General conjuntamente con el Gerente de sistemas evaluarán dicho cambio y decidirán su

factibilidad, si este no fuese aceptado, se lo ofrecerá al cliente como una funcionalidad especial, la cual quedará fuera del contrato inicial, que deberá ser respetado. Así también de aprobarse el cambio se actuará conforme el proceso de Solicitud de cambios.

3.4.4 Plan de pruebas

El plan de pruebas de los productos o servicios, verificarán el normal funcionamiento y permitirá realizar correcciones, e identificar problemas comunes.

Dependiendo de los requerimientos del cliente, se realizarán pruebas:

- Por Sitio Web.
- De Páginas Web.
- De partes del CD.

- Del CD. completo.
- De bases de datos (En el caso de los Sitios Web Av.)
- De comunicación.
- De funcionalidad.
- De desempeño.
- De seguridad.
- Pruebas de datos.

Los resultados que generen estas pruebas serán presentados a los clientes, para que éstos aprueben o desaprueren dichas pruebas. .

3.4.5 Validación

La validación del producto o servicio se realiza después de la implementación del mismo, pasado el plan de pruebas y luego de que el cliente ha probado el sistema durante al menos 2 semanas.

Es entonces cuando se firma el Acta de recepción con lo cual termina la relación comercial con el cliente.

3.4.6 Documentos a Entregarse

Los documentos a entregar al cliente en el momento de la firma del Acta de recepción son :

- Acta de Recepción del producto o servicio.
- Manual de Usuario.
- Manuales de Instalación y Configuración.
- Archivos de instalación.
- Condiciones Finales.

3.4.7 Solicitud de Cambios

Para solicitar cambios en base al contrato ya realizado y firmado por las partes se debe:

- 1) Identificar la necesidad de modificar determinado aspecto o capacidad del producto.
- 2) Pasar por escrito un informe del cambio a realizarse, este escrito lo realiza el cliente, y es entregado al Gerente de sistemas, que a su vez lo comunica al desarrollador para su inmediata evaluación.
- 3) El Gerente de Sistema tiene tres opciones, la primera es la *Aprobación* de cambio, la segunda es la *Negación* del cambio, y la tercera es la *Extensión de Funcionalidad*. Esta última permite al cliente realizar el cambio pero bajo un valor adicional.
- 4) De ser aprobado el cambio, el Gerente de Sistemas comunica al desarrollador la realización del cambio, con lo cual deberá modificar el cronograma de ejecución.
- 5) También comunicará al Cliente que el cambio fue aprobado.

CAPÍTULO 4

4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

4.1 GRUPO EMPRESARIAL

El emprendedor de D.I.M.E. es un joven politécnico, que ante la oportunidad que presenta este nicho de negocios, busca innovar este mercado con los productos y servicios mencionados.

Jonathan Samaniego Villarroel

- Ingeniero en Computación, especialización Sistemas Tecnológicos.
- Especialista en mantenimiento de computadores, creación de Sitios Web, creación de CD's interactivos, instalación de redes de computadores.

- Experiencia en manejo de herramientas de diseño Web, de diseño gráfico, Bases de datos, entre otros.

4.2 TIPO DE SOCIEDAD

De la Fundación de la Compañía:

D.I.M.E. será constituida como sociedad anónima. Su capital, dividido en acciones negociables, estará formado por la aportación de los accionistas que responderán únicamente por el monto de sus acciones. Estos accionistas serán Jonathan Carlos Samaniego Villarroel, y otros inversionistas quienes aportarán a la compañía, recibiendo el 50% de las acciones. La compañía se constituye mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, es inscrita en el Registro Mercantil.

Del Capital y de las Acciones:

La compañía se establece con el capital autorizado que determina la escritura de constitución. La compañía puede aceptar suscripciones y emitir acciones hasta por el monto de ese capital. Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la Junta General de accionistas y,

luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el Registro Mercantil correspondiente.

Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto. Las acciones ordinarias confieren todos los derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas. Las acciones preferidas no tendrán derecho a voto, pero podrán conferir derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía. El monto de las acciones preferidas no podrá exceder del cincuenta por ciento del capital suscrito de la compañía.

Derechos y Obligaciones de los Accionistas:

Los fundadores y promotores son responsables, solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajesen para constituir la compañía, salvo el derecho de repetir contra ésta una vez aprobada su constitución. Son de su cuenta y riesgo los actos y gastos necesarios para la constitución de la compañía. Si no llegare a constituirse por cualquier causa, no pueden repetirlos contra los suscriptores de acciones, y estarán obligados a la restitución de todas las sumas que hubieren recibido de éstos.

Son derechos fundamentales del accionista, de los cuales no se le pueden privar:

1. La calidad de socio.
2. Participar en los beneficios sociales en igualdad de tratamiento para los accionistas de la misma clase.
3. Participar en la distribución del acervo social, en caso de liquidación de la compañía.
4. Intervenir en las Juntas Generales y votar cuando sus acciones le concedan el derecho a voto, según los estatutos.
5. Integrar los órganos de administración o de fiscalización de la compañía si fueren elegidos en la forma prescrita por la ley y los estatutos.
6. Gozar de preferencia para la suscripción de acciones en el caso de aumento de capital.
7. Impugnar las resoluciones de la Junta General y demás organismos de la compañía en los casos y en la forma establecida en los Arts. 215 y 216 de la Ley de Compañías.

8. Negociar libremente sus acciones.

De la Junta General:

La Junta General formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La Junta General tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

Es de competencia de la Junta General:

1. Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía.
2. Conocer anualmente las cuentas, el balance y los informes que le presentaren los administradores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente.
3. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales.
4. Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones.
5. Resolver acerca de la amortización de las acciones

6. Acordar todas las modificaciones al contrato social.

7. Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía; nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerar las cuentas de liquidación.

Las Juntas Generales de accionistas son ordinarias y extraordinarias. Las Juntas Generales ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía. Las Juntas Generales extraordinarias se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria. La Junta General, sea ordinaria o extraordinaria, será convocada por la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para su reunión, señalando el lugar, día y hora y el objeto de la reunión. Toda resolución sobre asuntos no expresados en la convocatoria será nula.

De los Administradores:

Los administradores son nombrados por la Junta General de Accionistas y ostentan la representación legal de la compañía.

Los administradores son responsables:

1. De la verdad del capital suscrito y de la verdad de la entrega de los bienes aportados por los accionistas.
2. De la existencia real de los dividendos declarados.
3. De la existencia y exactitud de los libros de la compañía.
4. Del exacto cumplimiento de los acuerdos de las Juntas Generales.
5. En general, del cumplimiento de las formalidades prescritas por la Ley para la existencia de la compañía.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

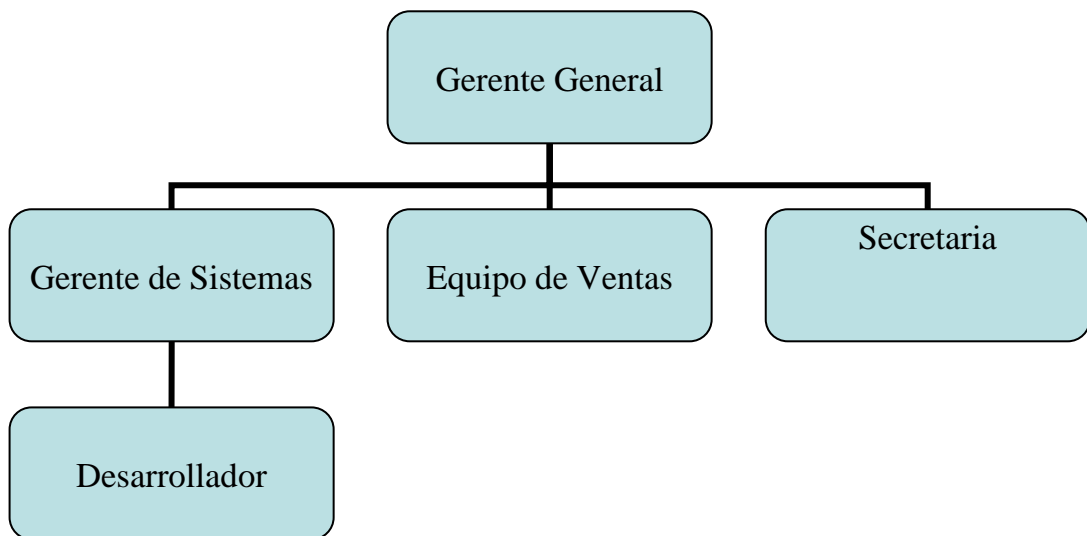


Figura 3.1 Estructura Organizacional

4.4 ANÁLISIS DE CARGOS

Gerente General

Es el encargado de responder ante la Junta de accionistas por el desenvolvimiento de la empresa, tiene como mínimo poseer el título de Ingeniero en Computación o de Sistemas. También es recomendable que posea una Postgrado en Administración de empresas con 2 a 3 años de experiencia en comercialización de software.

Debe de ser una persona enérgica, trabajadora, que conozca el ámbito donde se desenvuelve el sector de trabajo, con habilidad para dirigir proyectos de diversa índole, capacidad de organización y liderazgo.

Tiene como responsabilidad manejar los fondos del negocio, responder ante los accionistas por los muebles y bienes del mismo, presentar todos los documentos contables necesarios, definir políticas de manejo de personal, y de atención al cliente, velar por el cumplimiento de los contratos, optimizar los recursos a su disposición y en general vigilar la supervivencia autónoma de la empresa.

Entre sus funciones principales constan, establecer políticas de

comunicación y comercialización, diseñar y desarrollar nuevos productos y servicios, evaluar el desarrollo del personal, evaluar la credibilidad de la empresa entre sus clientes, diseñar alternativas de ventas, crear un ambiente cómodo de trabajo, y ejercer la representación legal de la compañía.

Gerente de sistemas

Es el encargado de responder ante el gerente general por el desenvolvimiento de los desarrolladores y su trabajo, tiene como mínimo poseer el título de Ingeniero en Computación o de Sistemas. Y deberá tener al menos 1 año de experiencia manejando grupos de desarrolladores. Es recomendable que posea fuertes conocimientos técnicos, de ser posible reconocidos por medio de diversas certificaciones y cursos.

Debe de ser una persona de gran iniciativa, con habilidad de liderazgo, comunicativo, accesible, y trabajador. Involucrado con la misión y visión de la empresa, con facilidad de palabra, y que posea un buen manejo de las relaciones públicas, tanto con sus subordinados como con los clientes.

Tiene como responsabilidad manejar a su equipo de trabajo, responder ante el gerente general por el desarrollo de los productos y

servicios a cargo de su departamento, planificar con sus subordinados tiempos de ejecución de entrega de tareas, destinar los recursos necesarios para la elaboración de las mismas. También delegar el proceso de creación a uno de los desarrolladores, teniendo siempre pendiente el perfil de los mismos. Monitorear el estado de avance de este proceso. Actualizarse en las nuevas tendencias y tecnologías, y por tanto actualizar a los desarrolladores. Definir la factibilidad de los productos o servicios a crear y mantener conversaciones con el cliente para brindar confianza en la personalización de los proyectos.

Entre sus funciones principales constan, hacer cumplir las políticas empresariales, supervisar el desarrollo de los productos y servicios, establecer planes de capacitación, vigilar los tiempos de ejecución de los desarrolladores, planificar las demostraciones y entregas de los proyectos, evaluar al personal a su mando, y reportar cualquier novedad a la gerencia general.

Desarrollador

Es el encargado de responder ante el Gerente de Sistemas por el desarrollo de los productos y servicios, tiene como mínimo poseer el título de Tecnólogo en Sistemas. Y deberá tener al menos 1 año de experiencia desarrollando Software. Es indispensable que posea

certificaciones Web, y que tenga experiencia desarrollando portales. De ser posible se espera posea fuertes conocimientos en herramientas de Diseño Gráfico.

Debe de ser una persona de inteligente, ágil mentalmente, trabajadora y proactiva, incentivadora, y crítica. Comprensiva, investigadora y con deseos de superación. Además de poseer buenas relaciones interpersonales, y ser puntual.

Tiene como responsabilidad diseñar, programar y desarrollar los productos que le solicite el Gerente de sistemas, cumplir con las fechas estipuladas para la culminación de los plazos de entrega de las tareas, capacitarse para realizar las mismas, realizar la valoración costo-desarrollo para estimar el costo de un producto o servicio y presentar reportes de sus acciones.

Entre sus funciones principales constan, evaluar el desenvolvimiento de sus tareas, diseñar y corregir las fallas en el diseño de los productos y servicios, analizar la disponibilidad de tiempo para los proyectos, y realizar las pruebas respectivas en conjunto con el cliente y el gerente de sistemas.

Equipo de Ventas

Popularmente conocidos como vendedores, tiene que tener como mínimo algún curso o capacitación en ventas. Deberá poseer al menos 1 año de experiencia en venta de software, y deberá manejar su cartera de clientes. Es conveniente además que sea instruido en formación tecnológica.

Debe de ser una persona trabajadora, investigadora, profesional, con buen manejo de su imagen, y con amplios deseos de superación. Con muy buenas relaciones interpersonales y carismático.

Entre sus responsabilidades está mencionar el curso de las visitas que realice, especificar el trato a tener con determinados clientes, consultar con el Gerente General diferentes planes de financiamiento y descuentos, y en general reportar los posibles contratos que se puedan ofertar.

Entre sus funciones principales constan, evaluar el prototipo de cliente a vender, elaborar un calendario de visitas a posibles instituciones, seguir los procesos de contratación de productos o servicios, y mantener informado al Gerente General de cualquier posible cliente.

Secretaria

Trabaja bajo la supervisión del Gerente General, y en caso de no

existir este cargo ella, asumirá alguna de las funciones del mismo. Cumple dos papeles, el primero de fungir de secretaria de la empresa, y el segundo es de apoyar las acciones que tome su superior. Deberá ser como mínimo Bachiller especializada en Secretariado Bilingüe, que posea conocimientos Básicos de contabilidad, y manejo de los paquetes informáticos de Office.

Debe de ser una persona responsable, trabajadora y colaboradora, puntual y de buena imagen, con muy buena ortografía y caligrafía, y con mucha iniciativa y visión.

Entre sus responsabilidades se encuentran adquirir los utensilios de uso común en la oficina, contestar llamadas telefónicas, coger recados, mantener una agenda general de la empresa, y mantener actualizados los archivos de clientes y personal.

Entre sus funciones principales constan, atender y satisfacer necesidades del cliente, llevar el control de egresos e ingresos y de caja chica, además de realizar citas de negocios.

4.5 ORGANIZACIONES DE APOYO

El Outsourcing (Manejo de servicios o personal por medio de tercerizadoras) es en la actualidad uno de los elementos básicos para manejar una empresa, con este proceso se busca destinar ciertas tareas a otras compañías, por lo que es un desembolso de efectivo que está fuera de los pagos de honorarios.

Bajo de idea del outsourcing, D.I.M.E. tiene previsto tercerizar los servicios de contador, de limpieza, y de asesoría jurídica. Aquí un detalle de estos roles y cuál sería su función :

Contabilidad

En lo que se refiere a la contabilidad se necesita llevar toda la actividad económica y financiera, estos incluye la preparación y documentación de todos los estados financieros, auditoria y supervisión de los mismos, conciliación de cuentas bancarias, y declaración de impuestos y otros trámites ante el S.R.I. Además de encargarse de reportar el estado de las utilidades y beneficios hacia el empleado.

Limpieza

Se requieren una o dos personas que realicen el aseo de toda la oficina, limpieza de baños, aspiración de alfombras, etc. Se espera que esta limpieza se realice dos veces a la semana en horarios fuera de oficina. Y se espera contratarlos a partir del primer trimestre de operaciones.

Asesoría Jurídica

En lo que se refiere a asesoría jurídica hablamos del manejo de contratos, permisos de funcionamiento, reclamos ante entidades judiciales, y contestar o presentar demandas.

4.6 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Misión

Crear y distribuir productos de primer nivel, con calidad y excelencia, que contribuyan al desarrollo de empresas o instituciones, así como también contribuir al país con proyectos sociales que impliquen tecnología e investigación.

Visión

Ser empresa pionera en el desarrollo de investigación social que permita compartir los recursos tecnológicos disponibles actualmente para ponerlos al servicio de los sectores necesitados. Al cabo de tres años esperamos cautivar al 45% del mercado de las instituciones no gubernamentales, sin fines de lucro, e instituciones estatales.

Objetivos Organizacionales

- Asegurar una rentabilidad anual de al menos 18% que permita una situación financiera cómoda.
- Lograr una satisfacción entre los clientes del 90%.
- Lograr proyectos de alta índole, a nivel nacional e internacional.
- Capacitar a nuestros empleados con las nuevas tecnologías.
- Al cabo de los tres años de ejercicio laboral aplicar hacia una certificación de calidad.

Principios o Valores Organizacionales

Dentro de la cultura organizacional aspiramos a rescatar ciertos valores que son necesarios, a fin de mantener claras las políticas y generar un ambiente adecuado de trabajo:

Calidad

Este es quizás el factor más importante pues a través de la calidad de nuestros productos, generamos un ciclo de confianza entre nuestros clientes, y cumpliremos con las expectativas generadas al crear un nuevo producto.

Ética empresarial

La empresa y sus empleados se manejarán apegados a la moral, respetando las leyes y políticas de la empresa, y alejados de la corrupción y deterioro social.

Motivación

Siempre es conveniente motivar a nuestros empleados, esta se realizará tanto de forma económica como moral, ya sea enviándolos a seminarios de actualización u obteniendo beneficios por volúmenes de ventas.

Compromiso

El objetivo de la empresa es de la generar lucro, por ello es que se espera que los miembros de la misma se comprometan con la misión, visión y objetivos de la compañía.

Análisis FODA

Fortalezas:

- Continua búsqueda de instituciones que tengan un fin social para nuestros productos y servicios a ofertar.
- Experiencia de nuestro equipo de trabajo para solucionar cualquier problema.
- Desarrollo de servicios y productos innovadores.

Oportunidades:

- Desarrollo de múltiples productos con fines sociales, que beneficiaran a la mayor parte de la población ecuatoriana.
- Nula, o casi ninguna relación comercial entre estas instituciones que forman parte de nuestro nicho de negocios, y otras empresas.
- Entrada a la Tecnologías de la Información y Comunicación de dichas instituciones, con los subsiguientes beneficios que implica.

Debilidades:

- Falta de recursos de muchas de las instituciones sin fines de lucro y no gubernamentales.
- Falta de seriedad de las instituciones estatales.
- Poca experiencia de los vendedores de nuestros productos y servicios a ofertar.

Amenazas:

- Empresas de servicios informáticos, que ofertan estos servicios, y que pueden ofertar los mismos a las instituciones que buscamos captar.
- El pirateo de CD's y aplicaciones, que puede poner en riesgo, el normal desenvolvimiento de la estrategia de venta de las instituciones que deseen un producto.
- Poca predisposición de muchas de estas organizaciones a innovar sus formas de comunicación.

- El desarrollo de software por parte de estudiantes y personas con conocimientos, que ofertan a muy poco valor sus esfuerzos laborales, lo que incide en una competencia injusta.

Estrategias Organizacionales

- Capacitación de personal en la tecnología actual.
- Crear paquetes de promociones para empresas.
- Otorgar incentivos económicos a vendedores y desarrolladores por realización y contratos.
- Diseñar los procesos organizacionales dentro del marco de la norma ISO 9001:2000.

CAPÍTULO 5

5. ANÁLISIS ECONÓMICO

El capital inicial se ha calculado en \$20.000, los cuales serán obtenidos de la siguiente forma:

	Aporte	Porcentaje de Acciones
Socio Emprendedor	\$10.000,00	50%
Nuevos Socios	\$10.000,00	50%

Tabla 4. Aporte de los Socios al Capital de D.I.M.E.

Aclarando que el socio emprendedor contribuye con \$4000 por concepto de la idea y desarrollo del emprendimiento más \$6000 en efectivo, las diferentes inversiones y costos que deben realizarse para la ejecución y operación están a continuación:

5.1 Inversión en Activos Fijos

En el cuadro se detalla la inversión de los activos fijos, que D.I.M.E. pagará al contado.

Presupuesto inversion activos fijos			
Equipos			
Comp. Of.	2	900	1.800
Subtotal			1.800
Muebles y Enseres			
Teléfonos	3	8	24
escritorio	4	80	320
Silla	10	45	450
Archivador	2	25	50
Calculadora	2	10	20
Acond. De aire	1	350	350
Biblioteca	1	70	70
Varios	1	120	120
Subtotal			1.404
Software			
Programas	1	750	750
Idea & Desarrollo			4.000
Total			7.954

Tabla 5. Presupuesto de Inversión en Activos Fijos

5.2 Gastos de Arranque

Para los gastos de arranque, existen valores que necesitamos cancelar a fin de establecer legalmente la compañía. Entre estos gastos figuran la escritura de Constitución, Publicación por prensa, afiliación a la Cámara de Comercio, honorarios de Abogados, Permisos de Bomberos, Permisos de funcionamiento municipal, instalación de línea telefónica, entre otros. Los cuales llegan a un valor aproximado de \$750.

5.3 Inversión en Capital de Trabajo

Para tener un margen de seguridad grande en el funcionamiento del emprendimiento considero oportuno calcular el capital de trabajo necesario para los primeros meses de funcionamiento de la microempresa.

De acuerdo a los recursos disponibles contamos para este propósito con \$12046 que servirá para asegurar el funcionamiento de los primeros 6 meses y la atención a cualquier imprevisto.

Detalle		Gasto Mensual	Gasto Año 1
Transporte	\$	30,00	360,00
Papelería	\$	40,00	480,00
Personal	\$		15.817,93
Arriendo	\$	180,00	2.160,00
Servicios públicos	\$	110,00	1.320,00
Gastos de Constitución	\$		646,00
Permisos de funcionamiento	\$		76,00
Afiliación a la Cámara de Comercio	\$		80,00
Cimentación	\$		150,00
Total	\$	360	21.089,93

Tabla 6. Gastos en Capital de Trabajo durante un Año

5.4 Presupuesto de Ingresos

Se obtiene de detallar la información de las ventas de nuestros productos y servicios, y del pago de impuestos, tanto de IVA como de Retenciones en la fuente.

Presupuesto de ingresos

Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 año	2 año	3 año	
A.-Cd Interactivo de Educación Sexual																
Se vende	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	2	-	-	1
Precio unit	-	-	-	1.200	-	-	-	-	450	-	-	-	825	-	-	1.000
Subtotal	-	-	-	1.200	-	-	-	-	450	-	-	-	1.650	-	-	1.000
A.-Cd De Publicidad																
Se vende	-	1	-	2	-	1	1	-	1	1	-	2	9	15	22	
Precio unit	-	600	-	550	-	700	600	-	600	600	-	500	593	650	700	
Subtotal	-	600	-	1.100	-	700	600	-	600	600	-	1.000	5.200	9.750	15.400	
A.- Cd de información o Documentación Educativa																
se vende	-	-	1	-	1	-	-	-	1	-	2	1	5	7	10	
Precio unit	-	-	850	-	800	-	-	-	900	-	750	800	820	850	900	
Subtotal	-	-	850	-	800	-	-	-	900	-	1.500	800	4.850	5.950	9.000	
Servicios																
B.- Desarrollo de Sitios Web Informáticos																
Se oferta	-	1	1	-	2	-	2	-	1	-	3	1	11	19	23	
Precio Unit	-	400	500	-	400	-	400	-	450	-	450	600	457	500	600	
Subtotal	-	400	500	-	800	-	800	-	450	-	1.350	600	4.900	9.500	13.800	
B,- Desarrollo de Sitios Web Avanzados																
Se oferta	-	-	1	-	2	-	-	1	2	1	-	1	8	19	23	
Precio Unit	-	-	850	-	800	-	-	1.000	900	800	-	900	875	850	1.000	
Subtotal	-	-	850	-	1.600	-	-	1.000	1.800	800	-	900	6.950	16.150	23.000	
Ventas brutas	-	1.000	2.200	2.300	3.200	700	1.400	1.000	4.200	1.400	2.850	3.300	23.550	41.350	62.200	
IVA 12%	-	120	264	276	384	84	168	120	504	168	342	396	2.826	4.962	7.464	
RF 1%	-	10	22	23	32	7	14	10	42	14	29	33	236	414	622	
Ventas netas	-	1.110	2.442	2.553	3.552	777	1.554	1.110	4.662	1.554	3.164	3.663	26.141	45.899	69.042	
Total Prod. O Serv.													35	60	79	
Vent.conta 60%	-	666	1.465	1.532	2.131	466	932	666	2.797	932	1.898	2.198	15.684	27.539	41.425	
Venta pla.40%	-	444	977	1.021	1.421	311	622	444	1.865	622	1.265	1.465	10.456	18.359	27.617	
recp.cartera	-	-	444	977	1.021	1.421	311	622	444	1.865	622	1.265	8.991	20.912	26.263	
Ing. Efectivos	-	666	1.909	2.509	3.152	1.887	1.243	1.288	3.241	2.797	2.520	3.463	24.675	48.452	67.688	
Cuent por cobrar	-	444	977	1.021	1.421	311	622	444	1.865	622	1.265	1.465	10.456	7.903	9.257	

Tabla 7. Presupuesto de Ingresos

5.5 Presupuesto de Gastos de Personal

D.I.M.E. contará con personal especializado en sus diferentes áreas de trabajo, y tercerizará los servicios de contabilidad y generales (mensajería, limpieza entre otros).

Se contratará a todo el personal necesario, hemos creído conveniente manejar la compañía con los siguientes puestos: Gerente General, Gerente de Sistemas, Desarrollador; el vendedor, y la Asistente Administrativa quien además de secretaria se encargará de asuntos contables.

Además es de recalcar, que la limpieza es un servicio que adquiriremos desde el primer trimestre, así como también los servicios contables, pero no se da el caso con los servicios jurídicos, a los que trataremos de acudir sólo cuando sea indispensable, asumimos que sería tres veces al año.

Habrá un incremento de salarios anuales, conforme determine el Estado Ecuatoriano, para el efecto efectuamos un estimado de un porcentaje incluido en la tabla posterior.

Plan de Personal									
Personas	Salario								
	Mensual			Anual					
	Sueldo	IESS	Rol	13er (Dic)	14to (Abr)	Reserva	IESS	Rol	
Personal Directivo									
Gerente Gel	\$400,00	\$37,40	\$362,60	\$400,00	\$160,00	\$362,60	\$448,80		\$4.351,20
Gerente Sis	\$250,00	\$23,38	\$226,63	\$250,00	\$160,00	\$226,63	\$280,50		\$2.719,50
Personal Operativo									
Desarrollad	\$200,00	\$18,70	\$181,30	\$200,00	\$160,00	\$181,30	\$224,40		\$2.175,60
Secretaria	\$110,00	\$10,29	\$99,72	\$110,00	\$160,00	\$99,72	\$123,42		\$1.196,58
Personal de Ventas									
Vendedor	\$100,00	\$9,35	\$90,65	\$100,00	\$160,00	\$90,65	\$112,20		\$1.087,80
Totales	\$1.060,00	\$99,11	\$960,89	\$1.060,00	\$800,00	\$960,89	\$1.189,32		\$11.530,68

	Primer Año
Sueldo	\$11.530,68
13er Sueldo	\$971,67
14to Sueldo	\$200,00
Aportación al IESS	\$1.189,32
Aporte Patronal	\$1.285,67
Reserva (Sept)	\$640,59
Total	\$15.817,93

Los valores para los años posteriores incluyen un aumento del 6%

Tabla 8. Presupuesto de Gastos de Personal del año 1

5.6 Depreciaciones y Amortizaciones

El método de depreciación que se utilizará por D.I.M.E. es de línea recta, y se divide en una depreciación de equipos y software a 3 años, y en una depreciación de muebles y enseres a diez años.

Presupuesto de Depreciaciones y Amortizaciones							
Detalle	Periodo	Tasa de Deprec. / Amort.	Valor Actual	Ajuste	Base Deprec. / Amort.	Deprec. / Amort.	Ajuste Deprec. / Amort.
1.- Equipos	0		\$1.800,00		\$1.620,00	\$0,00	\$0,00
	1	33,33%	\$1.836,00	\$36,00	\$1.652,40	\$550,80	\$0,00
	2	33,33%	\$1.872,72	\$36,72	\$1.685,45	\$561,82	\$11,02
	3	33,33%	\$1.910,17	\$37,45	\$1.719,16	\$573,05	\$22,47
2.- Muebles y enseres	0		\$1.404,00		\$1.263,60	\$0,00	\$0,00
	1	10,00%	\$1.432,08	\$28,08	\$1.288,87	\$128,89	\$0,00
	2	10,00%	\$1.460,72	\$28,64	\$1.314,65	\$131,46	\$2,58
	3	10,00%	\$1.489,94	\$29,21	\$1.340,94	\$134,09	\$5,26
3.- Software	0		\$750,00		\$675,00	\$0,00	\$0,00
	1	33,33%	\$765,00	\$15,00	\$688,50	\$229,50	\$0,00
	2	33,33%	\$780,30	\$15,30	\$702,27	\$234,09	\$4,59
	3	33,33%	\$795,91	\$15,61	\$716,32	\$238,77	\$9,36

Realizado con una amortización y depreciación al 90% con un ajuste del 2%

Tabla 9. Depreciaciones y Amortizaciones

5.7 Presupuesto de materia primas o insumos

Lo que se utilizaría como materia prima son los CD's valor que está integrado en el presupuesto de Administración como papelería.

5.8 Presupuesto de Gastos de Operación

Presupuesto de Gastos de Operación				
Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Arriendo	\$180.00	\$2,160.00	\$2,289.60	\$2,426.98
Servicios públicos	\$110.00	\$1,320.00	\$1,320.00	\$1,452.00
Gastos de Constitución		\$646.00	\$0.00	\$0.00
Permisos de funcionamiento		\$76.00	\$80.56	\$85.39
Afiliación a la Cámara de Comercio		\$80.00	\$0.00	\$0.00
Depreciación equipos y muebles		\$679.69	\$693.28	\$707.15
Amortización		\$229.50	\$234.09	\$238.77
Cimentación		\$150.00		
Extras		\$ 210.00	\$ 350.00	\$ 400.00
Total		\$5,551.19	\$4,967.53	\$5,310.29

Se calcula un incremento de costos del 6% por año

Tabla 10 Presupuesto de Gastos de Operación

5.9 Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas

Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas				
Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	\$30,00	\$ 360,00	\$ 400,00	\$ 480,00
Papelería	\$40,00	\$ 480,00	\$ 500,00	\$ 550,00
Transporte	\$30,00	\$ 360,00	\$ 400,00	\$ 480,00
Asesorías Contabilidad		\$ 720,00	\$ 840,00	\$ 960,00
Asesorías Limpieza		\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 260,00
Asesorías Jurídicos		\$ 480,00	\$ 500,00	\$ 540,00
Total		\$2.640,00	\$2.880,00	\$3.270,00

Tabla 11. Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas

5.10 Análisis de Costos

Análisis de Costos							
	1er. Trim.	2do. Trim.	3er. Trim.	4to. Trim.	Año 1	Año 2	Año 3
1.- Costos fijos							
Arriendo	\$ 540,00	540,00	540,00	540,00	2.160,00	2.289,60	2.426,98
Servicios públicos	\$ 330,00	330,00	330,00	330,00	1.320,00	1.320,00	1.452,00
Gastos Personal	\$ 3.180,00	3.380,00	3.820,59	4.151,67	14.532,26	17.836,15	18.906,32
Aporte Patronal	\$ 321,42	321,42	321,42	321,42	1.285,67	1.362,81	1.444,58
Gastos de Constitución	\$ 646,00	0,00	0,00	0,00	646,00	0,00	0,00
Permisos de Funcionamiento	\$ 76,00	0,00	0,00	0,00	76,00	80,56	85,39
Afiliación a la Cámara de Comercio	\$ 80,00	0,00	0,00	0,00	80,00	0,00	0,00
Depreciación equipos y mueble	\$ 0,00	0,00	0,00	679,69	679,69	693,28	707,15
Amortización	\$ 0,00	0,00	0,00	229,50	229,50	234,09	238,77
Papelería	\$ 120,00	120,00	120,00	120,00	480,00	500,00	550,00
Total Costos fijos					21.489,12	24.316,50	25.811,19
2.- Costos variables							
Asesoría Contabilidad	\$ 180,00	180,00	180,00	180,00	720,00	840,00	960,00
Asesoría Limpieza	\$ 60,00	60,00	60,00	60,00	240,00	240,00	260,00
Asesoría Jurídica	\$ 120,00	120,00	120,00	120,00	480,00	500,00	540,00
Gastos de Publicidad	\$ 180,00	180,00	0,00	0,00	360,00	400,00	480,00
Gasto Transporte	\$ 90,00	90,00	90,00	90,00	360,00	400,00	480,00
Total Costos variables	\$				1.200,00	1.300,00	1.500,00
Costo Total	\$				22.689,12	25.616,50	27.311,19
Número Prod. O Servicios					35	60	79
Costo Prod. Serv. Promedio					\$ 648,26	\$ 426,94	\$ 345,71
Costo variable unit. Pro.					\$ 34,29	\$ 21,67	\$ 18,99
Precio promedio unitario					\$ 672,86	\$ 689,17	\$ 787,34
Margen unitario promedio					\$ 638,57	\$ 667,50	\$ 768,35
Punto equilibrio					\$ 33,65	\$ 36,43	\$ 33,59
PE en valores					\$ 22.131,38	\$ 25.105,80	\$ 26.782,75

Tabla 12. Análisis de Costos

CAPÍTULO 6

6. ANÁLISIS FINANCIERO

En este capítulo se verifica que el proyecto innovativo tenga una factibilidad financiera, se analiza el impacto que tienen los ingresos y egresos, y se estima la utilidad que permita que la empresa sea viable.

Las proyecciones han sido realizadas a un plazo de 3 años, aunque a partir de ahí se realizará a priori otra evaluación a fin de estimar los valores que redunden en un nuevo análisis financiero.

6.1 Flujo de Caja Proyectado

En este flujo de caja apreciamos la disponibilidad del dinero a partir del segundo año de una manera más desenvuelta lo que nos va a permitir mayor capacidad de decisión para diferentes proyectos que requieran una inversión.

Flujo de caja									
Detalle	Mes 0	1er. Trim.	2do. Trim.	3er. Trim.	4to. Trim.	Año 1	Año 2	Año 3	
Caja inicial		\$4.046,00	\$807,78	\$2.273,36	\$2.300,35	\$4.046,00	\$4.308,87	\$22.866,32	
Ingresos por ventas contado		\$2.131,20	\$4.129,20	\$4.395,60	\$5.028,30	\$15.684,30	\$27.539,10	\$41.425,20	
Recuperación de Cartera		\$444,00	\$3.418,80	\$1.376,40	\$2.508,60	\$8.991,00	\$20.912,40	\$26.262,60	
Total Ingresos		\$6.621,20	\$8.355,78	\$8.045,36	\$9.837,25	\$28.721,30	\$52.760,37	\$90.554,12	
Idea	\$4.000,00								
Inversiones activos fijos	\$7.954,00								
Arriendo		\$540,00	\$540,00	\$540,00	\$540,00	\$2.160,00	\$2.289,60	\$2.426,98	
Servicios públicos		\$330,00	\$330,00	\$330,00	\$330,00	\$1.320,00	\$1.320,00	\$1.452,00	
Gastos de Personal		\$3.180,00	\$3.380,00	\$3.820,59	\$4.151,67	\$14.532,26	\$17.836,15	\$18.906,32	
Aporte Patronal		\$321,42	\$321,42	\$321,42	\$321,42	\$1.285,67	\$1.362,81	\$1.444,58	
Gastos de Constitución		\$646,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$646,00	\$0,00	\$0,00	
Permisos de Funcionamiento		\$76,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$76,00	\$80,56	\$85,39	
Afiliación a la Cámara de Comercio		\$80,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$80,00	\$0,00	\$0,00	
Papelería		\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$480,00	\$500,00	\$550,00	
Asesorías		\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$1.000,00	\$480,00	\$500,00	\$540,00	
Publicidad		\$180,00	\$180,00	\$0,00	\$0,00	\$360,00	\$400,00	\$480,00	
Transporte		\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$90,00	\$360,00	\$400,00	\$480,00	
IVA		\$120,00	\$924,00	\$372,00	\$1.014,00	\$2.430,00	\$4.762,56	\$7.163,76	
RF		\$10,00	\$77,00	\$31,00	\$84,50	\$202,50	\$442,37	\$ 596,98	
Total egresos	\$11.954,00	\$5.813,42	\$6.082,42	\$5.745,01	\$7.651,58	\$24.412,43	\$29.894,05	\$34.126,01	
Neto disponible	-\$11.954,00	\$807,78	\$2.273,36	\$2.300,35	\$2.185,67	\$4.308,87	\$22.866,32	\$56.428,11	
Aporte de socios	\$10.000,00								
Aporte de emprendedor	\$6.000,00								
Caja Final	\$4.046,00	\$807,78	\$2.273,36	\$2.300,35	\$2.185,67	\$4.308,87	\$22.866,32	\$56.428,11	

Estimado bajo valores de IVA del 12% y de RF del 1%

Tabla 13. Flujo de Caja Proyectado

6.2 Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados revela un gran aumento de la utilidad neta a partir del segundo año, con lo cual estaríamos recuperando el capital de inversión mediando el tercer año.

Estado de Resultados			
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas Netas	\$26.140,50	\$45.898,50	\$69.042,00
Gastos de personal	\$15.817,93	\$19.198,97	\$20.350,90
Gastos de operación	\$5.551,19	\$4.967,53	\$5.310,29
Gasto administrativos	\$2.640,00	\$2.880,00	\$3.270,00
Gastos	\$24.009,12	\$27.046,50	\$28.931,19
Utilidad antes de Impuesto	\$2.131,38	\$18.852,00	\$40.110,81
Reparto de Utilid. Trbj.	\$319,71	\$2.827,80	\$6.016,62
Utilidad Grabable	\$1.811,67	\$16.024,20	\$34.094,19
Impuesto a la renta	\$452,92	\$4.006,05	\$8.523,55
Utilidad neta	\$1.358,76	\$12.018,15	\$25.570,64

El reparto de Utilidades a Trabajadores es 15%

El impuesto a la renta es 25%

Tabla 14. Estado de Resultados proyectado

6.3 Balance General Projectado

Balance General				
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Activo				
Activo corriente				
Caja y bancos	\$4.046,00	\$4.308,87	\$22.866,32	\$56.428,11
Crédito Tributario			\$28,87	
Cuentas por Cobrar		\$10.456,20	\$7.903,20	\$9.257,40
Sub Total Activos Corrientes	\$4.046,00	\$14.765,07	\$30.798,38	\$65.685,51
Activo fijo				
Equipos	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00
Depreciación		\$550,80	\$1.123,63	\$1.719,16
Ajuste por inflación		\$36,00	\$72,72	\$110,17
Muebles y Enseres	\$1.404,00	\$1.404,00	\$1.404,00	\$1.404,00
Depreciación		\$128,89	\$262,93	\$402,28
Ajuste por inflación		\$28,08	\$56,72	\$85,94
Software	\$750,00	\$750,00	\$750,00	\$750,00
Amortización		\$229,50	\$468,18	\$716,32
Ajuste por inflación		\$15,00	\$30,30	\$45,91
Idea	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00
Sub Total Activos Fijos	\$7.954,00	\$7.123,89	\$6.259,00	\$5.358,26
Total Activos	\$12.000,00	\$21.888,96	\$37.057,38	\$71.043,77
Pasivo				
IVA por pagar		\$396,00	\$199,44	\$300,24
RF por pagar		\$33,00		\$25,02
Impuesto de Renta por Pagar		\$452,92	\$4.006,05	\$8.523,55
Participación a Trabajadores		\$319,71	\$2.827,80	\$6.016,62
Total Pasivos	\$0,00	\$1.201,63	\$7.033,29	\$14.865,43
Patrimonio				
Capital (Aporte Socios)	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00	\$10.000,00
Capital (Aporte Emprendedor)	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
Utilidad o perdida		\$1.358,76	\$12.018,15	\$25.570,64
Total Patrimonio	\$12.000,00	\$20.687,34	\$30.024,09	\$56.178,34
Total Pasivo y Patrimonio	\$12.000,00	\$21.888,96	\$37.057,38	\$71.043,77

Tabla 15. Balance General Projectado

CAPÍTULO 7

7. ANÁLISIS DE RIESGOS

7.1 Riesgos del Mercado

Tal como lo escribimos en las posibles amenazas a nuestro negocio, existen tres riesgos, que podrían incidir el éxito de la empresa, y su posterior liquidación.

El primero es la proliferación de CD's piratas, ante lo cual tenemos previsto métodos de control, basados en contraseñas o en algoritmos de protección.

El segundo es el ingreso al mercado de personal subcontratado, estudiantes o personas independientes, que ofrecen sus servicios a precios módicos ante los cuales es muy difícil competir.

Y el tercero es la poca aceptación de nuestro producto, por ser nuevo y hecho "en casa", o por el ingreso al mercado de una empresa como nueva, formada por jóvenes emprendedores. Por lo general, la cultura tenemos acarrea la desconfianza de las personas que no conocen de

tecnología. Ante esto es conveniente contar con un gerente general que conozca el medio, y adopte políticas para contrarrestar este riesgo.

7.2 Riesgos Técnicos

Los riesgos técnicos tienen que ver con la falta de capacitación, de innovación y de desarrollo de nuestros empleados.

La compañía buscará siempre mantener actualizados los canales de información y modernización.

Es importante que se explique correctamente al cliente los alcances de los proyectos que desarrollemos, pues podría haber confusiones, que produzcan comentarios que limiten la clientela de la empresa.

7.3 Riesgos Económicos

Es de nuestro interés analizar con cautela el dimensionamiento económico de nuestro proyecto, para esto en el cuadro siguiente se presenta el flujo de caja neto del emprendimiento bajo la premisa de liquidación del negocio al final de los tres años.

Flujo de Caja neto				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidad Bruta		2131,38	18852	40110,8
Depreciación		679,69	693,28	707,15
Amortización		229,5	234,09	238,77
1,- Flujo fondos netos		3041	19779	41057
Inversiones en activos fijos	7954			
Inv. En capital de trabajo	12046			
2,- Inversión Neta del período	20000			
3,- Liquidación del negocio				7509
4,- Flujos caja Total netos	-20000	3041	19779	48565,72
Balance del proyecto	-20000	-17989	922	49534
TIR	65%			
VAR (20%)	44.374,75			
Ganancia	24374,75			

Tabla 16. Flujo de Caja Neto

7.4 Riesgos Financieros

Si se toma en cuenta que el socio con el 50% de las acciones, sólo aportará con 10.000 dólares, la dificultad es encontrar el o los socios, que deseen aportar el resto del capital necesario para que la empresa se desarrolle.

Si en momento dado no se logra en el transcurso de 9 meses de creación de este plan de negocios, uno o varios socios, se deberá recurrir a un préstamo en alguna de las entidades bancarias de nuestra ciudad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo de nuestro emprendimiento nos ha permitido constatar que efectivamente la enseñanza de Educación Sexual en nuestro país adolece de muchas falencias. Por una parte no existen programas o proyectos educativos a nivel de escuelas y colegios donde se enseñe en forma sistemática estos temas ni tampoco existe a nivel familiar una orientación adecuada. Sigue siendo un tabú para la mayoría de padres y educadores.

La educación sexual debe de ser un tema que conste en los programas de educación, especialmente en los niveles de adolescencia. Los jóvenes necesitan información correcta para ayudarles a protegerse a si mismos. Esto disminuiría, en gran medida, los embarazos prematuros y las enfermedades transmitidas sexualmente.

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) es indispensable para mejorar notablemente la enseñanza de la Educación sexual. Pues, poco a poco son cada vez mas los hogares, las escuelas y colegios que tienen las facilidades de uso de un computador e Internet y estas herramientas poseen la ventaja enorme de poder acceder rápido a la información.

Aunque es muy necesario y conveniente que el profesor guíe el proceso educativo, sin embargo no debemos olvidar que las TIC's permiten individualizar la enseñanza, lo que es conveniente para el aprendizaje del tema sexual. Por lo que, sabiendo que los alumnos pueden seguir su propio camino buscando conocimientos que les interesen usando estas nuevas herramientas, la formación y orientación correcta y oportuna del profesor y de los padres es muy conveniente. Nuestro primer prototipo, el CD presentado es el primer paso.

Es fundamental que las autoridades que tienen la responsabilidad educativa de niños y adolescentes entiendan a profundidad el problema de la educación sexual y haciendo uso de la computación y las TIC's en general implementen programas educativos sólidos, continuos y bien dirigidos. Sería muy conveniente establecer alianzas con las universidades para generar proyectos educativos que vayan en esta dirección.

Con el primer producto de nuestra empresa, realizamos demostraciones a jóvenes de diferentes estatus, y edades, llevándonos unas claras enseñanzas de que se puede mejorar en la segunda versión del CD; por lo demás estuvieron de acuerdo en que el CD es interesante y que explica de forma detallada y concisa temas delicados que podrían considerarse "tabúes".

Económicamente hablando el cálculo y análisis arrojan un TIR (Tasa interna de retorno) de 70%, lo que es aceptable en un mercado donde los retornos esperados están alrededor del 20%. El VAN (Valor Actual Neto) asciende a 24.374 y el balance del emprendimiento indica que luego de 2.52 años se logra recuperar la inversión.

En este sentido se recomienda que nuestros futuros clientes observen en la computación una vía de solución y adaptación de sus necesidades de comunicación, y por ende impulsar proyectos educativos a gran escala fortaleciendo así la enseñanza, y generando opciones de progreso.

BIBLIOGRAFIA

Tesis Consultadas :

*** “Plan de negocios para una empresa que comercializará y construirá dispositivos contadores de personas basados en tecnología digital y sensores infrarrojos”**

Autor : Juan Carlos Bucheli Bermúdez

Año: 2005

*** “Plan de Negocios de una Empresa de Desarrollo de Aplicaciones y Servicios para Dispositivos Móviles”**

Autores : Edwin Federico Boza Gaibor, Emilia Vanessa Díaz Meneses,

Joel Gustavo Reinoso Bravo

Año : 2005

Libros :

*** Innovación Empresarial – Rodrigo Varela – Segunda Edición**

Multimedia :

* **Plan de Negocios AVP** - Alejandro V. Pekarek – Versión 2003

Sitios Web :

<http://www.gestiopolis.com/dirgp/emp/bizplan.htm>

<http://www.dinero.com.ve/plandenegocios.html>

<http://www.monografias.com/trabajos15/plan-de-negocios/plan-de-negocios.shtml>

<http://www.emagister.com/como-realizar-tesis-grado-cursos-660371.htm>

Informe Técnico

1. Manual de Usuario

Pasos para ingresar al CD.

Al ingresar el CD al computador este inmediatamente lo reconocerá y lo reproducirá automáticamente, de no ser así, pulse clic derecho sobre la unidad lectora de CD, y escoja la opción explorar, luego de lo cual se procederá a dar doble clic sobre el icono de inicio del CD. Representado por el dibujo a la derecha.



Pantalla de Inicio .

La pantalla de inicio es donde se encuentran los múltiples menús que ofrece nuestro CD. Veremos representados aquí los siguientes temas:

- El confesionario
- Métodos Anticonceptivos
- Despertar Sexual
- Infecciones de Transmisión Sexual
- Derechos sexuales de niños y adolescentes

- Opción Sexual
- Acerca del CD
- Glosario

La pantalla de inicio se podrá apreciar de la siguiente manera :



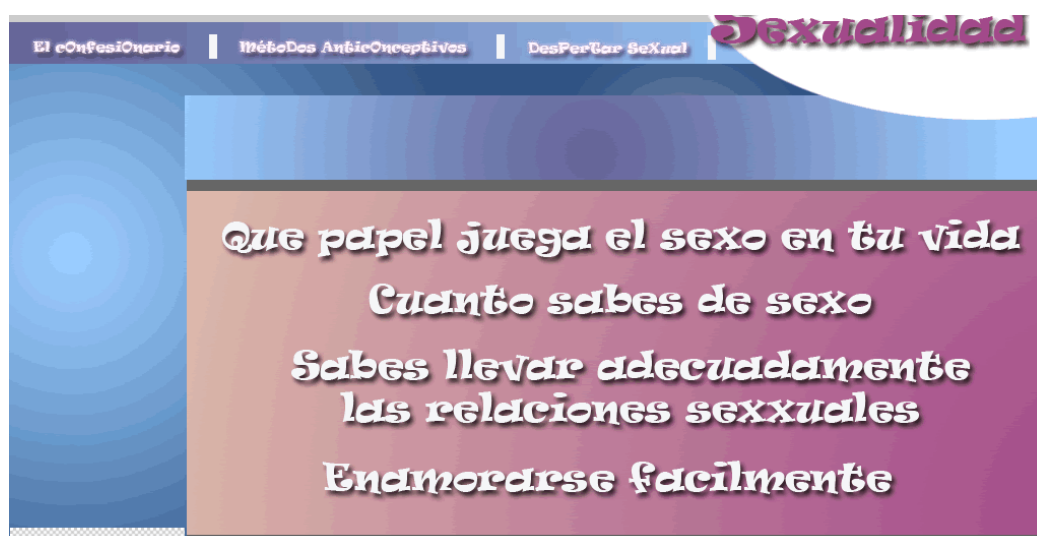
El confesionario

En el confesionario dispondremos de tres sub menús divididos en :

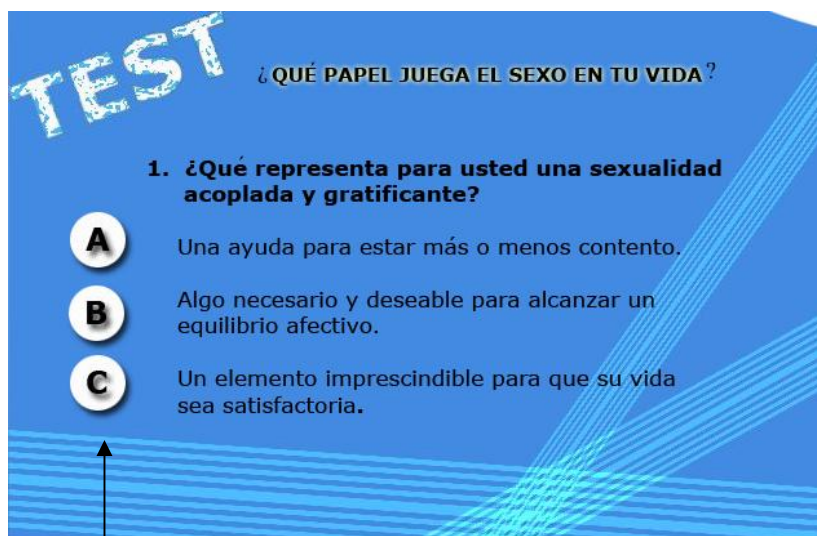
- Test
- Lecturas
- Anécdotas



En la sección de **Test** podemos encontrar variadas preguntas que nos llevarán a diferentes resultados acerca de nuestra personalidad y a la vez responderán inquietudes sexuales de los adolescentes. He aquí el compendio de los mismos:



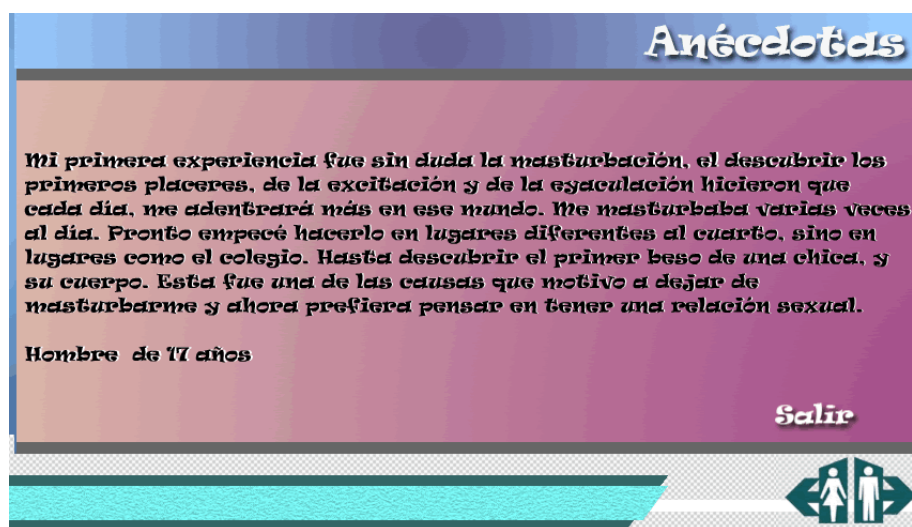
Y una muestra de cómo se manejan los test a continuación :



Escogemos una alternativa con lo que proseguiremos a la próxima pregunta

Por supuesto luego de llevar a cabo todo el test, se presentara un resumen del resultado final según la puntuación obtenida.

En la sección de **anécdotas** podrán leerse algunas historias personales de chicos y chicas, y sus referencias en cuanto a sexo se refieren.



Hay alrededor de unas 10 historias de jóvenes, de diferentes edades y diferentes estratos sociales, esto es con el fin de identificar a cada joven con una historia.

En la siguiente sección, **Lecturas**, se podrán apreciar diferentes escritos sobre tópicos diversos que van desde higiene personal hasta cambios en la pubertad.



De estas lecturas la forma de avanzar es similar a las anteriores utilizando las imágenes de hombre y mujer para avanzar y retroceder respectivamente.

Métodos Anticonceptivos

Esta sección del CD es una de las más importantes, pues en ella recae gran responsabilidad sobre la incidencia directa que tenga sobre los jóvenes. Por ende esta dividida en 2 partes. Tanto como para hombres como para mujeres.



Se puede apreciar el menú principal para las opciones de métodos anticonceptivos masculinos :



Una vez dentro de cualquiera de los ítems, tendremos una ventana donde se aprecia:

The screenshot shows a web interface with a blue header containing three tabs: 'Material', 'Ventajas y Desventajas', and 'Preguntas'. The 'Ventajas y Desventajas' tab is active. The main content area is purple and titled 'Condón Masculino'. It lists 'Ventajas' (Advantages) and 'Desventajas' (Disadvantages). A 'Sub-Items' box points to the 'Ventajas y Desventajas' tab. A 'Barra de desplazamiento' (scroll bar) is highlighted with a text box explaining its function. A 'Regresar' (Return) button is located at the bottom right.

Sub-Items

Material | **Ventajas y Desventajas** | **Preguntas**

Condón Masculino

Ventajas

- El condón protege tanto al hombre como a la mujer de las enfermedades sexuales.
- Son relativamente baratos.
- Facilidad de uso.
- Simplicidad de desechar.
- Facilidad de ubicación. (Se los encuentra en cualquier farmacia).
- Disponibilidad de marcas y modelos.
- Previenen y minimizan la eyaculación precoz.
- Son de uso generalizado, generalmente se pueden usar para cualquier tamaño de pene

Desventajas

Barra de desplazamiento, indica continuación de la explicación.

Regresar

En tanto que en el menú femenino veremos :

The screenshot shows a web interface with a purple header. The left side is labeled 'Hombres' with a red male symbol. The right side is labeled 'Mujeres' with a green female symbol. Below the header is a menu of contraceptive options for women.

Hombres | **Mujeres**

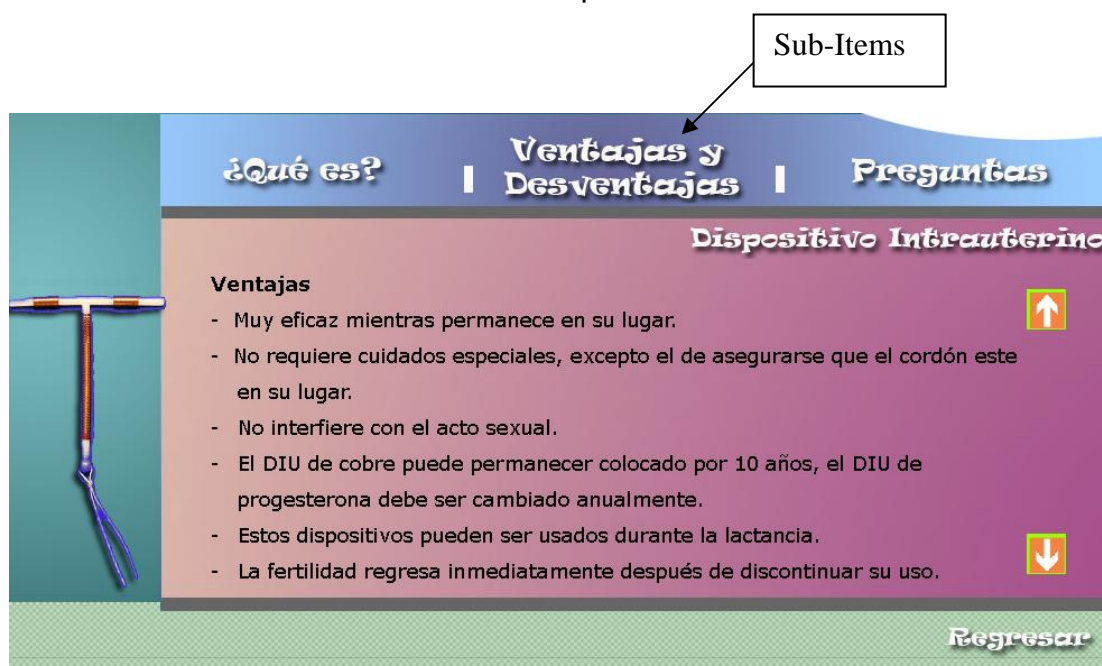
píldora
 Inyecciones

Morplant
 Dispositivo Intrauterino

Espermicidas
 Ligaduras

Condón
 Coito Interrumpido

Y así mismo una vez seleccionado cualquier método del menú observamos :



The screenshot shows a software interface for an IUD. At the top, there are three menu options: '¿Qué es?', 'Ventajas y Desventajas', and 'Preguntas'. The 'Ventajas y Desventajas' option is selected, and a box labeled 'Sub-Items' points to it. Below the menu, the title 'Dispositivo Intrauterino' is displayed. On the left, there is an image of an IUD. The main content area is titled 'Ventajas' and contains a list of six points. At the bottom right, there is a 'Regresar' button.

Sub-Items

¿Qué es? | **Ventajas y Desventajas** | **Preguntas**

Dispositivo Intrauterino

Ventajas

- Muy eficaz mientras permanece en su lugar.
- No requiere cuidados especiales, excepto el de asegurarse que el cordón este en su lugar.
- No interfiere con el acto sexual.
- El DIU de cobre puede permanecer colocado por 10 años, el DIU de progesterona debe ser cambiado anualmente.
- Estos dispositivos pueden ser usados durante la lactancia.
- La fertilidad regresa inmediatamente después de discontinuar su uso.

Regresar

Despertar Sexual

Esta sección del CD nos resume las diversas situaciones de la autocomplacencia especialmente motivada en la pubertad. Por lo que es un referente de qué sucede en esa etapa, cómo afrontarla y de que manera influye en el desarrollo psico-sexual del joven .

En la ventana principal de esta sección vemos:

The screenshot shows a web page with a blue header containing three menu items: 'Abstinencia', 'Masturbación o Autoerotismo', and 'R. sexuales protegidas'. Below the header is a main content area with a purple background. The title 'Masturbación o Autoerotismo' is at the top right of this area. Below the title are two sections: '¿Qué es la masturbación?' and '¿Por qué masturbarse?'. The first section contains a paragraph of text. To the right of the text are two small yellow icons: an upward arrow and a downward arrow. Below the main content area is a navigation bar with three items: 'M. Masculina', 'M. Femenina', and '¿? comunes'. Under 'M. Masculina' is the word 'Frecuencia', and under 'M. Femenina' is the word 'Mitos'. There are two callout boxes with arrows pointing to the page: one pointing to the 'Sub-Items' label above the header, and another pointing to the 'Menú Principal' label below the navigation bar. A third callout box points to the 'Frecuencia' text, stating it is a scroll bar indicator.

Sub-Items

Abstinencia Masturbación o Autoerotismo R. sexuales protegidas

Masturbación o Autoerotismo

¿Qué es la masturbación ?

Para los hombres, la masturbación es el acto de estimular manualmente el pene para producir placer. Para los adultos y adolescentes más grandes, la masturbación generalmente termina con la eyaculación, en la cual el líquido que contiene los espermatozoides, semen, es expulsado desde el pene. La eyaculación usualmente es acompañada por el orgasmo, el cuerpo entero lo siente (para la mayoría de la gente), es tan poderoso y placentero que no se puede comparar con ninguna otra sensación que el cuerpo humano pueda experimentar.

¿ Por qué masturbarse ?

Si lo has hecho antes, conoces la respuesta a esta pregunta! Además de sentirse

M. Masculina M. Femenina ¿? comunes

Frecuencia Mitos

Barra de desplazamiento, indica continuación de la explicación.

Menú Principal

Infecciones

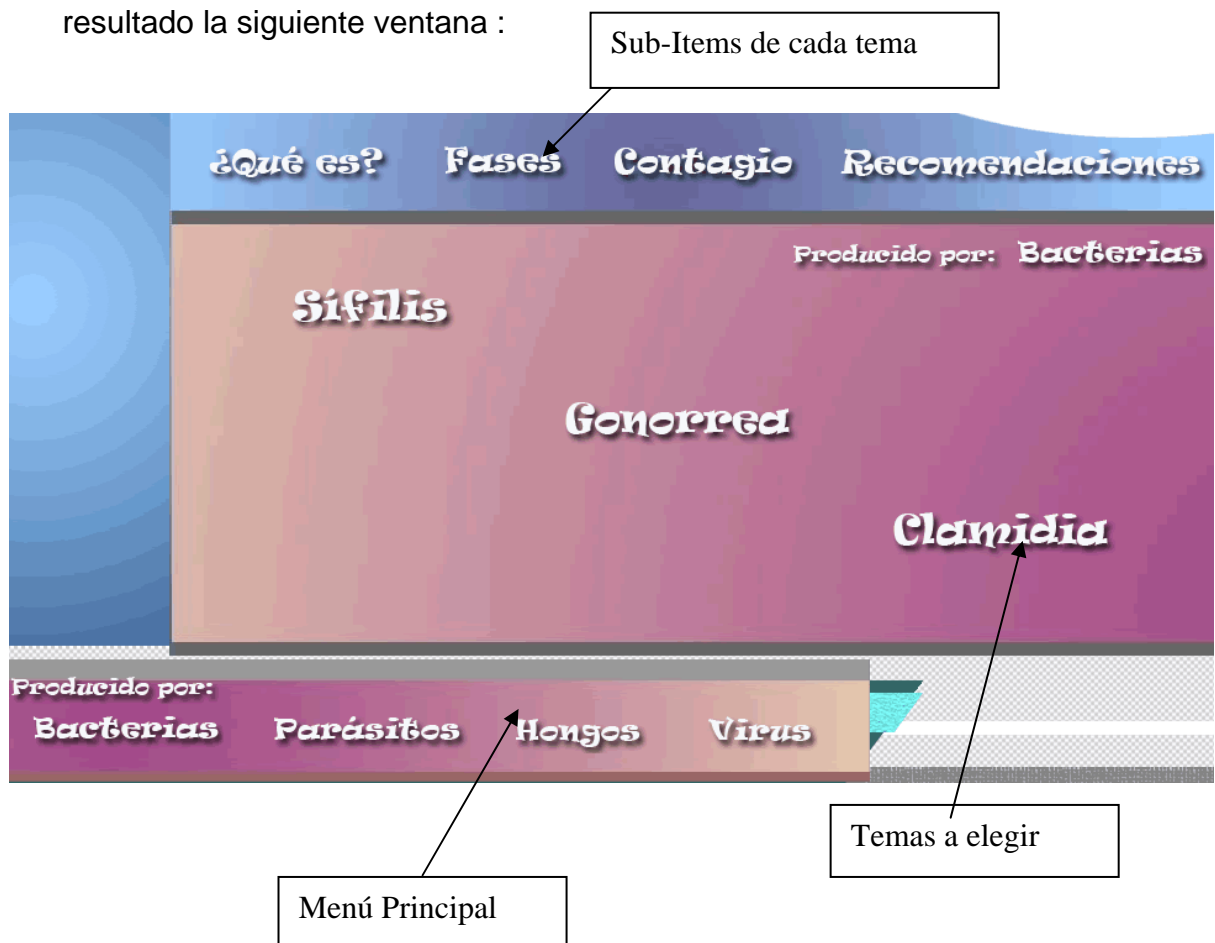
Esta sección es sumamente importante para la prevención de las ETS (Enfermedades de Transmisión Sexual), Para este efecto se separó a las infecciones por grupos, siendo estos Bacterias, Parásitos, Hongos y Virus.

De estos grupos sobresalen las infecciones que pueden acabar con la vida, como son el Sida, Hepatitis, etc.

La pantalla a continuación de infecciones nos muestra :



Donde seleccionamos cualquiera de las anteriores categorías. Dando como resultado la siguiente ventana :



Y eligiendo el tema respectivo accederemos a esta ventana :

Desarrollo de cada tema

The screenshot shows a web page with a navigation bar at the top containing the following tabs: "¿Qué es?", "Fases", "Contagio", and "Recomendaciones". The "Contagio" tab is selected. The main content area is titled "Gonorrea" and contains the following text:

La gonorrea se transmite por el sexo anal o vaginal sin protección con una pareja infectada. A veces se transmite por el sexo oral, pero no por besar. La gonorrea también se puede transmitir de una mujer embarazada a su bebé recién nacido durante el parto. Si cualquier persona en la pareja tiene gonorrea, es más fácil también infectarse con el VIH, el virus que causa SIDA. La abstinencia de la actividad sexual es la manera más segura de evitar infectarse con la gonorrea, es decir no tener el sexo anal, oral o vaginal.

La segunda manera más segura de evitarla, es limitar el sexo a una pareja no infectada quien solo tiene el sexo con usted, monogamia mutua. Se deberían usar condones correctamente y consistentemente para los que deciden ser activos sexualmente, para disminuir la transmisión. Evite el sexo si usted

On the left side of the page, there is a small image of a person's mouth with the caption "ORGANITA CON GONORREA". A scroll bar is visible on the right side of the text area, with an upward arrow at the top and a downward arrow at the bottom.

Barra de desplazamiento, indica continuación de la explicación.

Derechos sexuales

Explicamos y detallamos los derechos sexuales de los cuales gozan todos los seres humanos.

The screenshot shows a web page titled "Derechos sexuales". The main content area contains the following text:

1.- Derecho a la vida
Este derecho humano lo tienen por igual las mujeres y hombres, a lo largo de todas las etapas de su vida, pero en el tema de los derechos sexuales y reproductivos, se refiere, particularmente, al derecho de las mujeres a no morir o poner en riesgo su vida por situaciones evitables relacionadas con el embarazo, parto o su vida sexual:

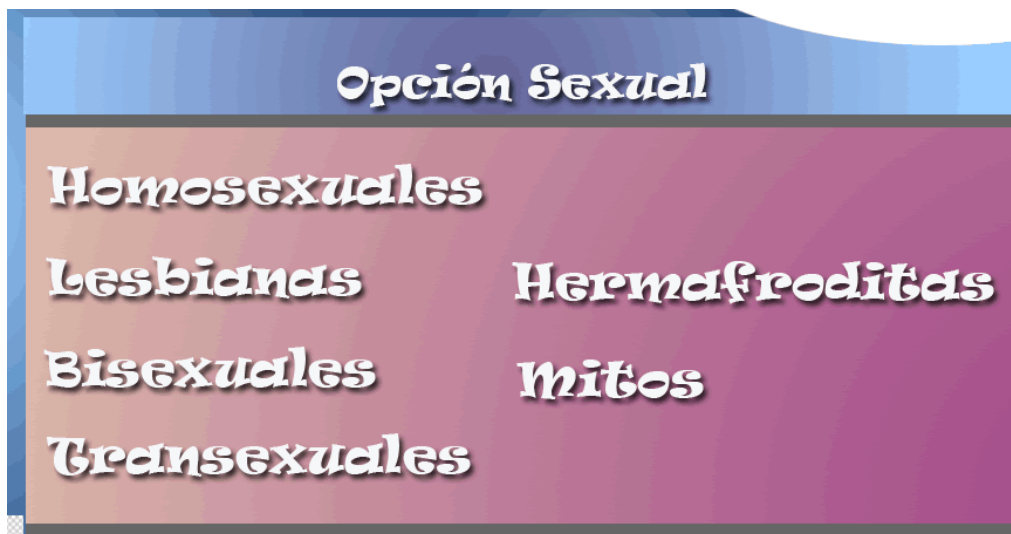
- Un aborto realizado en condiciones inseguras. (por personal no capacitado o en un lugar inadecuado)
- Un embarazo antes de los 16 años o después de los 35 años. (mas de 5 y/o hasta 3 cesáreas) o demasiado seguidos (1 año)
- Vivir situaciones de violencia (doméstica o sexual)

A scroll bar is visible on the right side of the text area, with an upward arrow at the top and a downward arrow at the bottom.

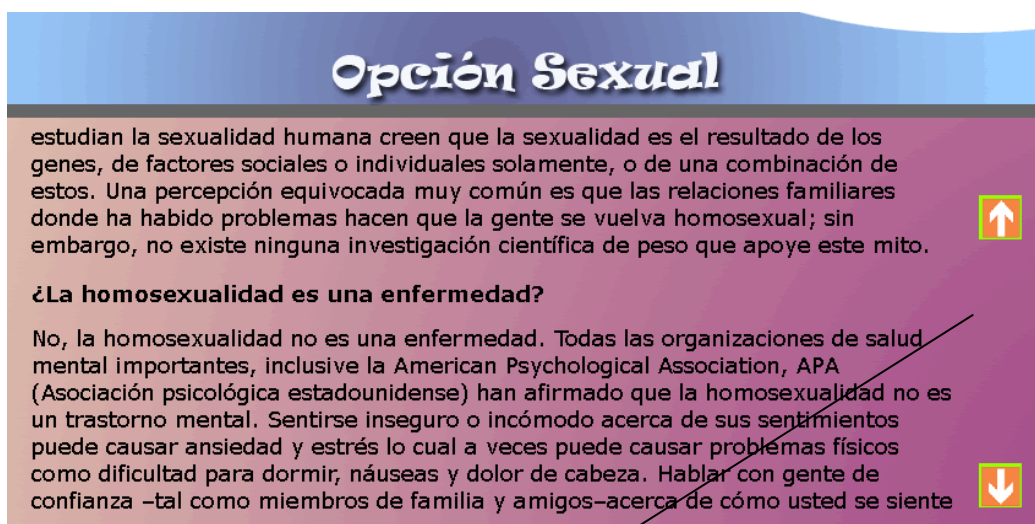
Barra de desplazamiento, indica continuación de la explicación.

Opción Sexual

Esta parte del CD explica las diferentes alternativas sexuales existentes.



Al escoger cualquiera de las opciones anteriores tendremos :



Barra de desplazamiento, indica continuación de la explicación.

CD

En esta sección ubicamos a los colaboradores y creadores del CD.



Glosario

Breve explicación de algunas palabras que pueden resultar ajenas al propio vocabulario de los jóvenes.

de cuello uterino.

Cistitis : La cistitis es una inflamación de la vejiga que causa una sensación de ardor al orinar, sangre en la orina, dolor, fiebre u otros síntomas.

Micción : La micción es un complejo proceso por el que la vejiga urinaria se vacía de orina cuando está llena.

VIH .- VIH acrónimo de (Virus de la Inmunodeficiencia Humana), el agente causante del Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA).

Aborto : Aborto es la interrupción del embarazo de la mujer, en el lapso que va desde la concepción hasta el inicio del nacimiento.

Barra de desplazamiento, indica continuación de la explicación.