

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



**“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL
CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO), EN LA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE
LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR”**

INFORME FINAL PRESENTADO POR:

- *Milton Alcides Magaña Herrera*
- *Dina Consuelo Torres Guzmán*
- *Migdalia Maribel Torres Guzmán*

Para Optar al Grado de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FEBRERO, 2003

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTRO AMERICA



© 2001, DERECHOS RESERVADOS

Prohibida la reproducción total o parcial de este documento,
sin la autorización escrita de la Universidad de El Salvador

SISTEMA BIBLIOTECARIO, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

| | | |
|--|---|---|
| Rectora | : | Dra. María Isabel Rodríguez |
| Secretario General | : | Lcda.. Margarita Muñoz Vela |
| Decano de la Facultad de Ciencias Económicas | : | Msc. Roberto Enrique Mena |
| Secretario de la Facultad De Ciencias Económicas | : | Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras |
| Asesor | : | Msc. Manfredo Riffhofen Castro Guzmán |
| Tribunal Examinador | : | Lic. Rafael Arístides Campos Lic. Mario Adalberto Machón Msc. Manfredo R. Castro Guzmán |

Febrero de 2003

San Salvador,

El Salvador,

Centro América

AGRADECIMIENTOS

Mis mas sinceros agradecimientos a **Dios todo Poderoso** y a la **Virgen Santísima** por ayudarme a concluir una de las metas más importantes de mi vida; a mis padres **José Santos** y **Blanca Estela** quienes con mucho sacrificio y esfuerzo me dieron la oportunidad de superarme, a mi esposo **Ricardo Osmin** y a mi hijo **Emerson Alejandro** quienes de forma muy especial me dieron su amor, apoyo y comprensión en los últimos años de mi carrera; a mi hermana y compañera **Migdalia** por su ayuda incondicional; a mi asesor, **Msc. Manfredo Guzmán** por su colaboración; a **Karla Cárcamo** por su apoyo y contribución, y a mis demás familiares y amigos que de una u otra forma participaron en la realización de este trabajo.

Dina Consuelo Torres Guzmán.

Agradezco de todo corazón, primeramente a **Dios** por ser apoyo y guía para poder alcanzar este triunfo académico; a nuestra madre la **Virgen María** por su intercepción; y estar siempre conmigo, a mis padres **José Santos** y **Blanca Estela** por ayudarme a hacer realidad este sueño con su apoyo y su cariño; a mis hermanas **Dina Consuelo**, **Gloria Ninfa**, **María Elena** que de una forma u otra me dieron una palabra de apoyo y a mis compañeros de trabajo de investigación y amigos que contribuyeron a este logro.

Migdalia Maribel Torres Guzmán.

Por que ni en la enfermedad misma que trauma, **Dios** todopoderoso no abandona a nadie, mis más sinceros agradecimientos a él por su bondad y compasión. A mi **madre**, por ser humilde siempre y por tenerme en sus oraciones apoyándome todo el tiempo, gracias **Madre bendita** por enseñarme a perdonar a los que nos ofenden. A mi padre **Daniel**, mi gratitud por su respaldo incondicional y enseñarme el valor de que las cosas nunca son fáciles, siempre nos van a costar. A **Patricia** mi hermana, por que me ha entendido y perdonado por no dedicarle el tiempo que se merece junto a sus hijos. A mis demás hermanos: **Ernesto**, un ejemplo como un padre; **Guillermo** un guía espiritual y **Daniel** por tesonero (JUST DO IT), a todos ellos por su apoyo moral de siempre y muy necesario en mi vida y en este proyecto.

Gracias a mi esposa **Irma Daysi**, por comprenderme y apoyarme, a mis queridos y especiales hijos: **Marcelo Daniel** por su comprensión de niño, y a **Milton Ernesto**, por su calidad humana al darme su apoyo en una verdadera dimensión, para que les sirva de inspiración este trabajo en su formación profesional constante.

A mis compañeras de tesis, **Dina**, **Migdalia** y **Karla**, por acompañarme en este proyecto con dedicación y comprensión en todo momento. A mis profesores y compañeros, por aprender de todos ellos todo el tiempo de mi carrera. A todos muchas gracias de forma muy sincera.

Milton A. Magaña Herrera

INDICE

| | |
|-------------------|-----|
| RESUMEN..... | i |
| INTRODUCCION..... | iii |

CAPITULO I GENERALIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y MARCO TEORICO DE LOS INFOCENTROS Y DEL PLAN DE NEGOCIOS.

A. FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

| | |
|---|---|
| 1. ANTECEDENTES..... | 1 |
| 2. SITUACION ACTUAL..... | 4 |
| 3. LEY ORGANICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR..... | 6 |

B. INFOCENTROS

| | |
|---|----|
| 1. EVOLUCION..... | 7 |
| 2. DEFINICION DE INFOCENTROS..... | 8 |
| 3. PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LOS INFOCENTROS..... | 10 |
| 3.1.PRINCIPIOS..... | 10 |
| 3.2 OBJETIVOS..... | 10 |
| 4. ASOCIACION INFOCENTROS..... | 10 |
| 5. COMPONENTES DE UN INFOCENTRO ESTANDAR..... | 12 |
| 6. DISEÑO DEL LOCAL..... | 12 |
| 7. SERVICIOS QUE OFRECEN LOS INFOCENTROS..... | 13 |
| 8. SOPORTE DE LA ASOCIACION INFOCENTROS A LA RED..... | 16 |
| 9. QUE ES UNA FRANQUICIA INFOCENTROS..... | 17 |

C. PLAN DE NEGOCIOS

| | |
|--|----|
| 1. CONCEPTO DE PLAN DE NEGOCIOS..... | 20 |
| 2. OBJETIVOS..... | 20 |
| 3. COMPONENTES..... | 22 |
| 3.1. RESUMEN EJECUTIVO..... | 22 |
| 3.2. INTRODUCCION AL PLAN DE NEGOCIOS..... | 23 |

| | |
|---|----|
| 3.3. ANALISIS E INVESTIGACION DEL MERCADO..... | 23 |
| 3.3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO..... | 24 |
| 3.3.2. DEFINICION Y NATURALEZA DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS..... | 24 |
| 3.3.3. ANALISIS DE LA DEMANDA..... | 24 |
| 3.3.4. PROYECCION DE LA DEMANDA..... | 24 |
| 3.3.5. ANALISIS DE LA OFERTA..... | 25 |
| 3.3.6. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA..... | 26 |
| 3.3.7. ANALISIS DE PRECIOS..... | 26 |
| 3.3.8. UBICACION..... | 27 |
| 3.4. ANALISIS FODA..... | 27 |
| 3.5. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA..... | 28 |
| 3.6. ESTRATEGIAS..... | 29 |
| 3.7. FACTORES CRITICOS DE EXITO..... | 30 |
| 3.8. PLAN DE MERCADEO..... | 31 |
| 3.8.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS..... | 31 |
| 3.9. RECURSOS E INVERSIONES..... | 33 |
| 3.10. FACTIBILIDAD TECNICA..... | 33 |
| 3.11. FACTIBILIDAD LEGAL Y AMBIENTAL..... | 34 |
| 3.12. FACTIBILIDAD ECONOMICA..... | 34 |
| 3.13. FACTIBILIDAD FINANCIERA..... | 34 |
| 3.14. ANALISIS DE SENSIBILIDAD..... | 35 |
| 3.15. DIRECCION Y GERENCIA..... | 35 |
| 3.16. CONCLUSIONES..... | 36 |
| 3.17. ANEXOS..... | 36 |
| 4. PROMOCION Y GESTION..... | 36 |
| 5.FUENTES DE FINANCIAMIENTO..... | 36 |

CAPITULO II INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE LA PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO), EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

| DESCRIPCION | PAGINA |
|--|---------------|
| A. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION..... | 38 |
| 1.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION..... | 38 |
| 2.TIPO DE INVESTIGACION..... | 39 |
| 3.TIPO DE DISEÑO..... | 39 |
| 4.FUENTES DE INFORMACION PARA LA OBTENCION DE DATOS..... | 39 |
| a)DATOS PRIMARIOS..... | 39 |
| b)DATOS SECUNDARIOS..... | 40 |
| 5.DETERMINACION DEL UNIVERSO | 40 |
| a)MUESTRA..... | 41 |
| b)CENSO..... | 42 |
| 6.PROCESAMIENTO Y PRESENTACION DE LA INFORMACION..... | 42 |
| 7.ALCANCES Y LIMITACIONES..... | 42 |
| 8.DIAGNOSTICO DE LA INVESTIGACION..... | 44 |
| 8.1 RESULTADOS Y ANALISIS DE LA INVESTIGACION..... | 44 |
| 8.2 ANALISIS FODA..... | 83 |
| 8.3 ANALISIS FODA (CRUCES DE VARIABLES)..... | 88 |
| 9.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 90 |

**CAPITULO III PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL
 FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE INFORMACION E
 INVESTIGACION, (INFOCENTRO), EN LA FACULTAD DE
 CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE
 EL SALVADOR.**

| DESCRIPCION | PAGINA |
|---|---------------|
| A. RESUMEN EJECUTIVO..... | 96 |
| B. JUSTIFICACION DEL PLAN DE NEGOCIOS | 98 |
| 1. FINALIDAD | 99 |
| 2.VISION..... | 100 |
| 3.MISION..... | 100 |
| 4.OBJETIVOS | 100 |
| C. ANALISIS E INVESTIGACION DE MERCADO..... | 101 |
| 1. PRECIO..... | 101 |
| 2. DEMANDA..... | 102 |
| 3. OFERTA..... | 103 |
| 3.1 DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS OFERTADOS..... | 103 |
| 4. MERCADO POTENCIAL..... | 104 |
| D. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA..... | 105 |
| E. PLAN DE MERCADEO..... | 109 |
| 1. SERVICIOS..... | 109 |
| 2. PRECIO..... | 110 |
| 3. PLAZA..... | 110 |
| 4. PROMOCION..... | 111 |
| F. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO | 111 |
| 1. FACTIBILIDAD TECNICA..... | 111 |
| 1.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO | 111 |

| | |
|---|-----|
| 1.2 TAMAÑO DEL PROYECTO | 112 |
| 1.3 INGENIERIA DEL PROYECTO | 113 |
| 1.3.1 MAQUINARIA Y EQUIPO DEL PROYECTO..... | 113 |
| 1.3.2 DISTRIBUCION EN PLANTA | 114 |
| 2. FACTIBILIDAD LEGAL Y AMBIENTAL | 115 |
| 2.1 LEY GENERAL DE EDUCACION | 115 |
| 2.2 NUEVA LEY ORGANICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR . | 116 |
| 2.3 ESTATUTOS DE LA ASOCIACION INFOCENTRO..... | 117 |
| 2.4 LEY DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA | 118 |
| 2.5 LEY DEL IVA..... | 119 |
| 2.6 LEY ORGANICA DE ADMINISTRACION FINANCIERA DEL ESTADO | 119 |
| 3. FACTIBILIDAD ECONOMICA | 120 |
| 3.1 DEPRECIACION | 121 |
| 3.2 MANTENIMIENTO | 121 |
| 3.3 CAPITAL DE TRABAJO | 122 |
| 3.4 DETERMINACION DE LOS INGRESOS | 123 |
| 4. FACTIBILIDAD FINANCIERA | 124 |
| 4.1 FLUJO DE EFECTIVO | 124 |
| 4.2 VALOR ACTUAL NETO | 125 |
| 4.3 TASA INTERNA DE RETORNO | 125 |
| 4.4 RAZON COSTO BENEFICIO | 126 |
| G. ANALISIS DE SENSIBILIDAD..... | 127 |
| H. DIRECCION Y GERENCIA | 128 |
| I. RECURSOS E INVERSIONES | 131 |

| | |
|--|-----|
| J. FUENTES DE FINANCIAMIENTO | 131 |
| K. FACTORES CRITICOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO | 134 |
| L. PLAN DE IMPLEMENTACION | 136 |
| BIBLIOGRAFIA | 137 |
| GLOSARIO | |
| ANEXOS | |

LISTA DE ANEXOS

- 1- Encuesta dirigida a estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.
- 2- Guía de entrevista estructurada (efectuado a encargados del proyecto INFOCENTRO)
- 3- Análisis y tabulados de los resultados de la investigación
- 4- Manual de descripción de puestos
- 5- Mobiliario y equipo a utilizar para el Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.
- 6- Gastos e instalaciones eléctricas del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)
- 7- Gasto de papelería y suministros para oficina del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)
- 8- Consumo de teléfono del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)
- 9- Consumo anual de agua potable del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)
- 10- Consumo de energía eléctrica del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)
- 11- Costo de Personal del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)
- 12- Detalle de Ingresos
- 13- Distribución en planta del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)
- 14- Fuentes cooperantes

RESUMEN

La investigación surge ante la necesidad que se tiene en la actualidad dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, al no contarse con un Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), que utilice sistemas y tecnologías informáticas para mejorar la competitividad de alumnos y docentes.

El presente Plan de Negocios contiene toda la información necesaria para evaluar y poner en marcha un proyecto de este tipo, por lo que éste contribuirá en gran medida para el funcionamiento de un INFOCENTRO.

Entre los objetivos que se buscaron en la investigación, están los de presentar una propuesta de un Plan de Negocios para que se instale un Centro de esta naturaleza, con el apoyo de fuentes cooperantes y que tengan sentido financiero para lograr su sostenibilidad.

La importancia de un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO radica en que constituye un pilar de desarrollo, ya que permite el acceso a la información al incrementarse las oportunidades de los individuos, teniendo un gran impacto en el proceso enseñanza-aprendizaje al mejorar la calidad de la educación a través del uso de herramientas informáticas.

En la metodología que se ha utilizado para obtener la información se tomó como base a los estudiantes activos inscritos en el ciclo I 2002 por escuela, incluyendo ambos géneros, así como a los docentes de la Facultad que laboran a tiempo completo y medio tiempo.

Conforme a los resultados obtenidos en la investigación, los alumnos y docentes encuestados, confirmaron en su gran mayoría que es necesaria la instalación de un Centro de este tipo, en apoyo a la educación.

Se concluyó además que existe una demanda insatisfecha dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y que sus autoridades deben gestionar ante potenciales cooperantes identificados que se presentan en este documento para obtener así el apoyo financiero que se requiere para su implementación.

INTRODUCCION

La presente propuesta de un Plan de Negocios para el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO) en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, permitirá contribuir a los esfuerzos para formar profesionales de alta calidad, a través de la actualización continua de conocimientos por medio de la utilización de tecnologías educativas.

En el primer capítulo se incluye una breve reseña histórica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, así como la evolución, definición, principios y objetivos de los INFOCENTROS, incluyendo los componentes de un Infocentro estándar. Además, se detalla el concepto de un Plan de Negocios, sus objetivos y cada uno de sus componentes.

Por otra parte el capítulo II contempla la metodología de la investigación en donde se tomaron como base a los estudiantes y docentes de la Facultad, el procesamiento y presentación de la información, alcances y limitaciones de la misma, así como los resultados y análisis en donde se destaca que existe una demanda insatisfecha por parte de estudiantes y docentes de dicha Facultad, por lo que urge la instalación de un lugar donde existan servicios con acceso e intercambio de información y comunicación que permitan mayor calidad de educación.

El capítulo III describe un resumen ejecutivo de la investigación, en donde se detallan los objetivos, necesidades y oportunidades que posee esta iniciativa.

Así mismo, se incluye un apartado de la justificación de este proyecto, la cual contempla su finalidad, visión, misión y objetivos específicos.

Este proyecto contiene de forma coherente el análisis e investigación de mercado, la descripción de los servicios a ofrecer, el estudio de la competencia y el respectivo plan de mercadeo. Por otra parte, se establece la factibilidad técnica, legal, ambiental, económica y financiera, con su respectivo análisis de sensibilidad.

Es importante destacar que esta propuesta incluye además componentes importantes para la implementación del proyecto, los cuales son, entre otros: la dirección y gerencia que administrará de forma óptima los recursos involucrados en el proyecto y más importante aún la consecución de recursos por medio de fuentes de financiamiento, en este caso, como la propuesta lo explica, a través de una donación por medio de fuentes cooperantes.

Vale señalar que los factores críticos para la implementación del proyecto están expuestos en la parte final de este plan, así como una propuesta de implementación para que las autoridades correspondientes la tomen de referencia para iniciar esfuerzos que permitan la ejecución de esta iniciativa.

CAPITULO I

GENERALIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y MARCO TEORICO DE LOS INFOCENTROS Y DEL PLAN DE NEGOCIOS

A. FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

1. ANTECEDENTES

La Facultad de Ciencias Económicas inicia sus actividades el 15 de Mayo de 1947, surgiendo como respuesta a las exigencias del sistema empresarial existente en esa época, ya que se logra incorporar a la estructura educativa de las teorías económicas que habían permanecido latentes en las diversas actividades del que hacer económico¹.

El objetivo que se perseguía con el surgimiento de la Facultad de Economía y Finanzas era transmitir a las nuevas generaciones, a través de la cultura y el arte, el conocimiento de las necesidades que hasta esa época habían surgido en materia económica, en el sentido de preparar profesionales que se incorporarían a la sociedad salvadoreña para transferir los conocimientos de las ciencias económicas.

Las condiciones económicas imperantes en el país, exigían la preparación de profesionales que estuvieran capacitados en el área económica, preparados para dirigir las empresas y lograr más eficiencia en las mismas; es así como, en Abril de 1959, se promovió la fundación de la carrera de Administración de Empresas, dando oportunidad a que los nuevos estudiantes pudiesen elegir entre dos carreras que, a partir de esa fecha, ofrecían la Licenciatura en Economía y la Licenciatura en Administración de Empresas.

¹ GONZALEZ RAMIREZ, JOSE ORLANDO. Estudio de Factibilidad para la instalación de un Infocentro en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. Junio 2000, Pág. 1

En 1960, se estudia y se adopta un nuevo plan de estudios de carácter transitorio, que presentaba en forma separada las dos carreras. Este plan establecía que ambos harían dos años de materias comunes y para 1962 los estudiantes que estuvieran al nivel de 3° año debían decidir la carrera a estudiar y separarse.

A principios de 1968, se crea la escuela de Contaduría Pública debido a la necesidad de formar profesionales en el área contable orientados a ayudar a los sectores productivos del país.

En 1970, la Facultad de Ciencias Económicas implanta un plan de estudios con el cual se perseguía formar a los profesionales con conocimientos generales de las materias principales; pero, con dominio de materias de pre-especialización para convertirlos, con los estudios de post-gradados, en especialistas.

En Junio de 1971, se suprimen las áreas comunes, por lo cual fue creado el plan de estudios 1971, llamado también "Miniplan 71". Para estos años hasta principios de los ochenta, la Universidad enfrenta situaciones de cierre, provocados por la situación de guerra vivida en el país.

En 1984, la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas aprobó el restablecimiento del Instituto de Investigaciones Económicas (INVE), que fue fundado en 1957 y clausurado por no cumplir con sus objetivos en 1963, a fin de impulsar de nuevo la investigación orientada al desarrollo económico político y social del país.

Por lo antes expuesto, se puede plantear que la Facultad de Ciencias Económicas, desde su creación, ha tenido que realizar esfuerzos encaminados hacia la formación de profesionales que no sólo estén orientados a servir de insumo para a las empresas, sino también que se orienten con una visión empresarial. Cabe mencionar que los esfuerzos no terminan allí, ya que para los

inicios de los noventas se realizan esfuerzos encaminados a reformar el plan de estudios vigente desde 1973.

Para inicios de 1994, los esfuerzos mencionados con anterioridad se constituyen en una realidad, debido a que se implementa un nuevo plan de estudios en las diferentes carreras ofrecidas por la Facultad. En los nuevos planes se incluyen una serie de asignaturas encaminadas a mejorar la calidad profesional de los graduados.

Entre las asignaturas incluidas se encuentran: materias de sustentación técnica, tales como computación I y II, para lo cual se creó el Laboratorio de Cómputo, cuya finalidad es capacitar a estudiantes en el manejo de Software utilitarios tales como: Windows 3.11, Microsoft Word 5.0, Microsoft Excel 6.0, Sistema operativo (DOS), sistema de administración de bases de datos, Microsoft FOX PRO para Windows entre otros. Estos tienen su fundamento en el sentido que las empresas e instituciones tanto del sector privado como público incorporan algunos adelantos tecnológicos de acuerdo a su capacidad.

Además, se introduce la enseñanza de Inglés, debido a que el estudiante necesita conocimientos de este idioma, por las exigencias de las nuevas corrientes económicas en el mundo; no obstante que estos conocimientos pueden adquirirse de manera personal, se considera que si la Universidad de El Salvador proporciona a la sociedad personas más capacitadas, contribuirá al proceso de desarrollo económico-social del país.

Así como las asignaturas antes mencionadas, se encuentran otras que proveen a los futuros graduados de aquellos conocimientos que los hará capaces de enfrentar no sólo las necesidades actuales, sino que también las transaccionales y futuras.

2. SITUACION ACTUAL

A pesar de los esfuerzos realizados por la Facultad, existen una serie de factores que en nuestros días inciden en que los estudiantes y docentes no desarrollen sus actividades con mayor eficiencia, entre los cuales se pueden mencionar:

- ◆ La falta de utilización de tecnologías de información que contribuyan al proceso de enseñanza-aprendizaje. Con la introducción de las materias de Computación en el Plan 1994 y con la reciente actualización del equipo informático, los estudiantes obtienen conocimientos generales para el uso de estas herramientas; aunque falta ponerlas más a la disposición del proceso enseñanza-aprendizaje; es decir, contar con tecnologías de información para que sean utilizadas en la promoción del conocimiento y la innovación continua en cuanto al manejo y movilidad de la información, para que de esta manera estudiantes de la Facultad tengan los conocimientos actualizados y requeridos al momento de incorporarse al mercado laboral y empresarial.

En la actualidad, no se cuenta con software actualizado ni acceso a Internet.

- ◆ La poca asignación presupuestaria que tiene la Universidad de El Salvador y, por ende, la Facultad de Ciencias Económicas, es otro aspecto que restringe la creación y/o ejecución de proyectos y programas encaminados a la transferencia de conocimientos, como parte del proceso de enseñanza-aprendizaje.
- ◆ De igual forma, se puede considerar que los bajos salarios ofrecidos en la actualidad a los docentes, conduce a que éstos busquen otras alternativas de ingresos. Esto provoca que los mismos emigren a universidades privadas, las que son una opción para satisfacer necesidades económicas de docentes universitarios.

- ◆ Métodos didácticos utilizados por el docente universitario. Aunque la metodología magistral ha dado muy buenos resultados, la docencia debe ser óptima desde todo punto de vista, con el propósito de convertir a los estudiantes en verdaderos aprendedores y emprendedores. Actualmente, los cambios tecnológicos que se están dando en la sociedad (lo cual involucra a la Universidad) inducen a que las tecnologías sean utilizadas como herramientas de aprendizaje; por lo que la Universidad de El Salvador, y específicamente la Facultad de Ciencias Económicas puede y debe aprovechar los cambios tecnológicos para mejorar los procesos didácticos que en su seno se desarrollan.
- ◆ La falta de casos prácticos para el proceso de enseñanza-aprendizaje. Algunos docentes utilizan el desarrollo de "casos prácticos" en las materias que imparten; pero, mucho ayudaría mantener convenios entre la Facultad y otras organizaciones nacionales e internacionales, en donde se aborden casos específicos, para que estudiantes y docentes aporten sus conocimientos y experiencias, a fin de presentar alternativas que sean opciones para la solución de los problemas.

Así mismo, los docentes de la Facultad no reciben capacitaciones sobre el uso de tecnologías de información, ni tienen acceso a las mismas para adquirir e intercambiar información de diferente índole, educación a distancia, vídeo conferencias, seminarios y eventos de alto nivel y acceso a información en general, que le permitan ser más productivo en el desarrollo de sus actividades.

3. LEY ORGANICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

De acuerdo a la Constitución de la República, la educación superior se rige por una ley especial, gozando la Universidad de El Salvador de autonomía de los aspectos docente, administrativo y económico.

El artículo 60 de la ley de Educación Superior establece que la Universidad de El Salvador se regirá por su ley orgánica y demás disposiciones internas².

En este sentido, la ley orgánica de la Universidad de El Salvador establece los principios y fines generales en que se basará la organización y el funcionamiento de la Universidad de El Salvador.

De acuerdo a esta ley, los gobiernos de las facultades estarán integrados por una Junta directiva, la cual entre sus atribuciones tiene las de administrar, custodiar y promover el desarrollo del patrimonio de la Facultad³.

Por otra parte, esta ley cuenta con un Reglamento General, el cual, de acuerdo al capítulo I en sus disposiciones preliminares, Art. 1, tiene como objetivo desarrollar y complementar las disposiciones básicas y generales de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador en lo referente a la misma organización y funcionamiento⁴.

B. INFOCENTROS

Con relación a nuestro trabajo de investigación, se hace necesario y útil documentar la naturaleza del proyecto INFOCENTROS en El Salvador, por lo que se presentan los antecedentes, definición, principios y objetivos, así como los servicios y componentes que ofrece un Infocentro estándar, entre otros.

² LEY ORGANICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, pág. 1

³ IBIDEM, CAPITULO 3, SECCION 6ta. pág. 11

⁴ Reglamento General de la Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador, Mayo de 2001.



© 2001, DERECHOS RESERVADOS

Prohibida la reproducción total o parcial de este documento,
sin la autorización escrita de la Universidad de El Salvador

SISTEMA BIBLIOTECARIO, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

1. EVOLUCION

El Internet surgió hace más de veinte años como un experimento de investigación militar de la defensa estadounidense. A partir de entonces compañías y organizaciones a nivel mundial, empezaron a construir redes privadas que pudieran comunicarse entre sí.

Desde entonces el Internet está revolucionando la comunicación, los conocimientos, los negocios y la conducta de muchas personas y empresas en todo el mundo.

El crecimiento que tiene el uso del Internet a nivel mundial es exponencial, en los últimos tres años la red mundial ha crecido a una tasa del 65% por ciento anual, de manera tal que a enero del año 2000 había más de 200 millones de usuarios alrededor del mundo. Este número representa tan sólo el 5% del total de la población mundial; lo que arroja una idea general del potencial de crecimiento del uso de Internet a corto plazo⁵.

Por otra parte, de acuerdo a la asociación INFOCENTROS, los usuarios de Internet a nivel mundial tan sólo un 6% corresponden a América Latina, de los cuales un 90% son personas con altos ingresos y sólo un 10% corresponde a personas con bajos ingresos⁶. Esta cifra es preocupante y si a esto le añadimos que Internet, acompañado del desarrollo científico y tecnológico introduce al mundo entero en un proceso de globalización que va a propiciar enormes retos para países como El Salvador, es fundamental concluir que quien no tenga acceso a Internet o a la tecnología de la información se enfrenta a dificultades para competir dentro de la economía global, y El Salvador, que cuenta con apenas once líneas telefónicas por cada cien habitantes y con un número no representativo de personas que tienen acceso a

⁵ DOCUMENTO ASOCIACION INFOCENTROS, FRANQUICIAS INFOCENTROS, pág. 1

⁶ IBIDEM, pág. 1

una computadora, se enfrenta a serias limitaciones tecnológicas que generan un atraso cada vez mayor agrandando la brecha que ya existe entre los países desarrollados y el nuestro. Tal como se menciona en el informe de Naciones Unidas del año 1999, "Las desigualdades entre ricos y pobres en el mundo siguen creciendo. Dos de las grandes esperanzas para reducir esas distancias, Internet y la globalización; están por el momento consiguiendo el efecto contrario al agravar la brecha "Es sobre esta problemática que nace el concepto del Proyecto Infocentros, el cual es en síntesis "una acción de la sociedad civil que le permite a la comunidad estudiantil, empresarial, rural y en general a todos los salvadoreños, tener un fácil acceso a herramientas, información, conocimiento y oportunidades de negocio que sólo pueden obtenerse a través de la red mundial de Internet"⁷.

2.DEFINICION DE INFOCENTROS

De acuerdo a la dirección electrónica "www.infocentros.org.sv" un Infocentro se puede definir desde diferentes puntos de vista.

2.1. POR SU INFRAESTRUCTURA:

Un Infocentro es un local debidamente equipado con una red que interconecta computadoras, scanner, impresoras, equipos de red, y también con un aula de capacitación con proyector, pantalla y pizarra acrílica.

2.2.DE ACUERDO A LOS SERVICIOS

Es un lugar donde se ofrecen una gran variedad de servicios a sus usuarios, que van, desde la conectividad, la capacitación, el desarrollo y publicación de información, hasta la cultura y el entretenimiento, entre otros.

⁷ DOCUMENTO ASOCIACION INFOCENTROS, FRANQUICIAS INFOCENTROS, Pág. 1

2.3.COMO UNA ALTERNATIVA DE CONECTIVIDAD

Ofrece a sus usuarios la posibilidad de conectarse a las redes Internet locales o mundiales, sin necesidad de contar con una computadora ni línea telefónica en casa y de una forma mucho más económica y efectiva. Es también un lugar donde se puede recibir capacitación en diversas áreas y donde poder trabajar con documentos y papelería. Además es un lugar donde obtener software y donde desarrollar y publicar contenidos y aplicaciones.

2.4.COMO CENTROS DE INVESTIGACION

Permiten que los investigadores de todo el país trabajen de manera relacionada, intercambiando datos y comunicándose. Esto por supuesto sólo es posible en el contexto de una red distribuida de Infocentros y no de unos pocos aislados. El proyecto Infocentros prevé la instalación de por lo menos cien Infocentros a nivel nacional.

2.5.COMO CENTROS DE CAPACITACION.

En las aulas de éstos se pueden impartir numerosos cursos y conferencias, así como desarrollar eventos especiales. Las instituciones que administren los Infocentros deben aprovechar sus ventajas tecnológicas a fin de mejorar la forma como llevan a cabo sus programas de capacitación de acuerdo al sector. Por ejemplo, si una institución trabaja con la pequeña y micro empresa, puede desarrollar seminarios de Calidad Total, Reingeniería, Planeamiento Estratégico etc. desde un solo punto de la red Infocentros y transmitirlos simultáneamente, por vídeo conferencia, a los otros cien, lo que le permitirá llegar a muchas más personas y a menor costo. Los INFOCENTROS constituyen un pilar de desarrollo, ya que permite democratizar el acceso a la información y mejorar las oportunidades de los individuos, teniendo un gran impacto en el proceso enseñanza-aprendizaje de los Centro Educativos al

mejorarse la calidad de la educación con el uso de herramientas informáticas las instituciones y las naciones.

3. PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DE LOS INFOCENTROS

La Dirección del proyecto INFOCENTROS en El Salvador, han establecido principios y objetivos por los cuales se deben impulsar los INFOCENTROS.

3.1. PRINCIPIOS

- Proyecto de Nación.
- Producción y acceso generalizado a la información y aplicaciones relevantes para el desarrollo.
- Participación de toda la sociedad civil extendida.
- Orientar el Proyecto Infocentro en una gestión eficiente para el autosostenimiento de cada uno.

3.2. OBJETIVOS

- Generación de una organización de carácter participativo.
- Desarrollo de un sistema nacional de contenidos y aplicaciones TECOCI (Tecnologías Computarizadas de Comunicación e Información)
- Desarrollo e implementación de una red nacional de 100 INFOCENTROS.

4. LA ASOCIACION INFOCENTROS

La Asociación Infocentros, administradora del Proyecto Infocentros, comienza a operar en febrero del año 2000 con la misión de aportar al desarrollo nacional democratizando el acceso al conocimiento y propiciando la generación, publicación e intercambio de información⁸.

La Asociación Infocentros es una institución privada sin fines de lucro abierta a la participación de toda la sociedad, cuyo fin primordial es desarrollar una red de al menos 100 Infocentros, distribuidos en todo el país de manera tal que se

⁸ CONECTANDONOS AL FUTURO, Estrategia para la creación de una sociedad de aprendizaje en El Salvador. Año 2000.

genere una red de distribución nacional apoyada en una plataforma electrónica que funcione a través del Internet.

La Asociación es dirigida por una Junta Directiva conformada por un grupo de profesionales de gran trayectoria nacional.

Las operaciones de la Asociación dependen de una Dirección Ejecutiva, la cual coordina las siguientes áreas:

4.1. AREA DE OPERACIONES, la cual se encarga de proveer a todos los Infocentros de una plataforma de redes y del equipo y demás recursos necesarios para que la operatividad tanto de la Asociación como de los Infocentros camine de forma eficiente manteniendo los estándares de calidad exigidos.

4.2. AREA DE APLICACIONES, cuya función es crear y desarrollar nuevos productos y servicios, que satisfagan las necesidades de la población salvadoreña.

4.3. AREA DE FORMACION CULTURAL, que tiene como función primordial lograr acercamientos concretos con la comunidad de cada Infocentro.

4.4. AREA DE EDUCACION, quien es la encargada de capacitar y entrenar a todo el personal involucrado en la administración de la asociación, de los Infocentros y desarrollar productos educativos para la comunidad.

4.5. AREA COMERCIAL Y DE COMUNICACIONES, la cual está encargada de la publicidad, promociones y estrategias de ventas necesarias para el logro de las proyecciones de cada Infocentro.

4.6. AREA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS que desarrolla la logística necesaria para el adecuado funcionamiento de la Asociación y de los Infocentros.

La Asociación Infocentros tiene como proyección el desarrollo de al menos cien Infocentros de los cuales diez son propios y los restantes serán otorgados en concepto de Franquicia. Actualmente se encuentran operando desde Octubre del año 2000 cinco Infocentros propios, ubicados en San Miguel, Ahuachapan, Santa Ana, Soyapango y en la Zona de San Benito en San Salvador.

Al mes de Junio del 2001 se encuentran ya operando quince Infocentros más con lo cual se totalizan 25 Infocentros en toda el área nacional.

5.COMONENTES DE UN INFOCENTRO ESTANDAR

Cada Infocentro estándar cuenta con un promedio de 20 a 25 computadoras de última generación conectadas a Internet a través de una conexión dedicada de alta velocidad. También cada uno cuenta con un aula para capacitaciones con espacio para albergar un promedio de 12 a 20 personas.

Cada Infocentro deberá estar equipado con los siguientes elementos informáticos y de comunicaciones: Conectividad a Internet a través de un proveedor local del servicio; infraestructura de red local; servidor Central que da servicio a la red de cada Infocentro; computadoras personales de última generación; impresores; Equipo de reproducción de CDS; cámaras digitales; proyector de multimedia, audífonos y micrófonos.

La configuración definitiva de los servicios que ofrece un Infocentro a sus usuarios así como el tamaño recomendado estará en función de las necesidades locales.

6.DISEÑO DEL LOCAL

El modelo de un Infocentro puede concebir distintos tipos de diseños, sin embargo, en reglas generales, un Infocentro debería contar con las siguientes áreas principales:

6.1.AREA ABIERTA DE COMPUTADORAS PERSONALES, la cual se refiere a aquella donde se encuentran ubicadas la mayor parte de computadoras disponibles para navegar por Internet o utilizar diferentes aplicaciones.

6.2.AREA PRIVADA DE COMPUTADORAS PERSONALES O CABINAS PRIVADAS, son cubículos individuales que permiten al usuario tener una mayor privacidad. Estas cabinas son usadas para video conferencia o voz sobre Internet.

6.3.AREA DE CAPACITACION, es el aula donde se realizan los cursos, charlas y conferencias. Alberga a un número de participantes que va desde 12 hasta 20 personas. El aula debe estar equipada con equipo de proyección, pizarra y computadoras.

6.4.AREA DE SERVICIOS VARIOS, es la zona donde se prestan los servicios de fotocopiado, anillado, impresión, grabado de información en diskette o CDS, etc. Puede formar parte del área de recepción o ser un espacio adicional.

6.5.AREA DE VENTA DE PRODUCTOS VARIOS, se refiere a la zona en la que se encuentran los mostradores de los diferentes productos que el Infocentro vende o distribuye. Entre éstos se incluyen libros, revistas, software, diskettes, CDS, accesorios, etc.

6.6.AREA DE RECEPCION DE USUARIOS Y CONTROL DE USO DE LOS RECURSOS DEL INFOCENTRO.

6.7.AREA DE SERVIDORES, la cual debe ser un espacio idóneo para mantener los servidores en optimas condiciones de seguridad y mantenimiento.

7.SERVICIOS QUE OFRECEN LOS INFOCENTROS

Los Infocentros brindan una serie de productos y servicios enfocados a satisfacer las necesidades de su comunidad, éstos pueden variar de acuerdo a la composición de la población de cada ubicación en la cual sirve el Infocentro.

Un Infocentro estándar puede contar con los servicios y productos que se describen a continuación:

7.1.SERVICIO DE NAVEGACION Y ALQUILER DE COMPUTADORAS PERSONALES

Para prestar el servicio de navegación por Internet las computadoras cuentan con tecnología de ultima generación con conexión permanente a Internet, beneficiando así el uso de Buscadores y Herramientas de Internet, que facilitan la comunicación con familiares y amigos, la actualización de conocimientos y la entrada al comercio electrónico entre otros.

Adicionalmente, los Infocentros cuentan con cámaras digitales, audífonos, micrófonos, y otros elementos que hacen más grata e integral la visita de cada uno de nuestros usuarios.

Así también las computadoras están equipadas con sistemas que permiten el uso de aplicaciones útiles como procesadores de texto, paquetes para hacer presentaciones, hojas de cálculo y otros.

7.2.SERVICIO DE ASISTENCIA A USUARIOS

Como parte del servicio a clientes se cuenta con personal altamente capacitado para dar soporte al usuario en la utilización de cada uno de nuestros servicios; tales como, soporte en la búsqueda de información especializada o asistencia en el uso de herramientas de software o de hardware y cualquier otra asesoría que ayude al usuario en el logro de sus objetivos haciendo más fácil y provechosa su visita.

7.3.CAPACITACIONES

Entre los servicios más importantes que los Infocentros ofrecen es la capacitación a personas y empresas.

Estos cursos están orientados a capacitar al usuario en programas de gran utilidad, para todos los niveles. Todas las capacitaciones son completamente prácticas ofreciendo siempre el refuerzo teórico necesario para la aplicación de los conocimientos adquiridos.

En la actualidad los Infocentros imparten programas para estudiantes y cualquier persona interesada en cursos prácticos como "Introducción a la Computación", "Herramientas de Internet", "Comercio Electrónico" y programas de Microsoft Office como Word y Excel.

7.4.SERVICIO DE CURSOS INTERACTIVOS O EN LINEA

Este servicio brinda a las personas la oportunidad de capacitarse a través de cursos interactivos, teniendo como beneficios la comodidad de hacer su propio horario y adecuarse a su propio ritmo de aprendizaje.

Las computadoras en los Infocentros cuentan con las características necesarias para ser utilizadas en este tipo de capacitaciones así como en el desarrollo de video conferencias.

7.5.SERVICIO DE SALA DE CONFERENCIAS

Cada uno de los Infocentros cuenta con una sala para conferencias o capacitaciones, en la cual se puede atender de 12 a 20 personas en un ambiente moderno y agradable.

Estas salas están equipadas con cómodos pupitres, pizarra de plumón, conexión permanente a Internet, cañón de proyección, aire acondicionado y disponibilidad de software para aplicaciones, brindando así un espacio ideal para la presentación de proyectos, aprendizaje y formación.

7.6.SERVICIO DE DISEÑO Y ALOJAMIENTO DE PAGINAS WEB

En los Infocentros se brinda el servicio de WEB HOSTING o alojamiento de páginas Web en sus servidores, ya sea para personas naturales o para micro, pequeña, mediana y la gran empresa.

Adicionalmente para aquellas empresas que no cuentan con un Sitio Web, se ofrecen los servicios técnicos especializados que le crean su propio sitio, con todos los accesos y servicios que se soliciten, haciendo posible la publicidad de la empresa que lo requiera en el mundo del comercio electrónico.

Por otro lado se cuenta con Plantillas para desarrollo de Páginas Web que permiten a la micro y pequeña empresa tener presencia en Internet de una forma sencilla y práctica. De esta forma, se prevé el desarrollo de un directorio a nivel nacional de empresas en línea.

7.7.OTROS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Cada Infocentro cuenta con el equipo necesario y el personal capacitado para poder atender a los usuarios en sus necesidades de:

Impresiones en blanco y negro y a color, escaneados, fotocopias, anillados y laminaciones, envíos de Fax, grabado de información en CDS o diskettes, venta de productos varios (libros, software, diskettes, CDS, etc.)

8.SOPORTE DE LA ASOCIACION INFOCENTROS A LA RED

8.1.INVESTIGACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Esta industria se encuentra en constante evolución y mantenerse al día puede resultar sumamente costoso y a veces casi imposible por la cantidad de novedades e innovaciones que aparecen cada vez con mayor frecuencia y tienen impacto en las tecnologías que se utilizan.

El formar parte de la cadena de Infocentros le permite acceder al conocimiento de las nuevas tecnologías sin tener que realizar una inversión importante en investigación y desarrollo ya que la Asociación Infocentros, le entrega como parte del soporte los nuevos productos que resulten de su labor de investigación y prueba de los mismos.

8.2.CAPACITACION Y ENTRENAMIENTO

Una de las ventajas más importantes de formar parte de la Red de Infocentros es que puede acceder a cursos y programas de capacitación permanentes tanto para el dueño de la franquicia como para su personal, lo cual le permite mantenerse al día y a su recurso humano entrenado bajo estándares de calidad muy avanzados.

8.3.CAMPAÑA PUBLICITARIA Y SOPORTE PROMOCIONAL PERMANENTE

Uno de los aspectos fundamentales de formar parte de la Red de Infocentros es que la marca tiene una mayor presencia en el mercado lo cual facilita el posicionamiento de su negocio en la mente de los clientes.

Al formar parte de la Red se beneficia del diseño de campañas de publicidad de mayor impacto y de estrategias promocionales más

efectivas. Asimismo, se participa en campañas globales sólidamente estructuradas para transmitir un mensaje creativo y claramente enfocado al mercado.

8.4.SOPORTE TECNICO Y DE OPERACIONES

La estructura organizativa de la Asociación Infocentros, permite disponer de profesionales altamente calificados que lo asesoran para que se pueda maximizar la rentabilidad de la operación. La sistematización de los procesos y operaciones cotidianas garantizarán un sistema comprobado de administración eficaz. Asimismo, ofrecen que los usuarios se mantendrán actualizados en los aspectos técnicos que requieren de una gestión comercial moderna para mantener la ventaja competitiva en los negocios.

9.QUE ES UNA FRANQUICIA INFOCENTROS

Las franquicias son uno de los sistemas de distribución de bienes y servicios más efectivos en la actualidad; el concepto se basa en combinar el impulso empresarial y la ambición del pequeño empresario con la experiencia y el conocimiento de una compañía más grande. El resultado es una alianza provechosa para ambas partes⁹.

En cuanto al riesgo de la inversión, en comparación con la adquisición de un negocio independiente, comprar una franquicia no es solo una inversión en un establecimiento, sino también en la compañía franquiciante, en este caso la Asociación Infocentros; con la expansión de la red de Infocentros, la franquicia individual generará mayores beneficios.

Las estadísticas indican que un 80% de los negocios aperturados con marca propia fracasan de manera tal que solo un 20% de los mismos continúan funcionando después de cinco años. Por otro lado, un 90% de los negocios administrados en concepto de

⁹ IBIDEM, pág. 2

franquicia tienen éxito y siguen funcionando después del quinto año.

Al adquirir una franquicia se forma parte de un equipo, y se integra una red completa que estará en expansión. Como miembro del equipo, se trabaja junto en construir la imagen de ventas de la organización y reducir los gastos comunes.

9.1.BENEFICIOS DE LA FRANQUICIA INFOCENTROS

La Red de Infocentros ha sido diseñada para convertirse en el medio más importante de acceso a Internet mediante el desarrollo de una red nacional organizada que puede servir como punto de distribución de productos y servicios tanto físicos como en línea a través del Internet.

La Red de Infocentros aprovecha la unión de esfuerzos para un bien común y le permite acceder a las siguientes ventajas:

9.2.ALIANZAS ESTRATEGICAS AL SERVICIO DE LOS INFOCENTROS FRANQUICIADOS

Como parte importante de los beneficios que el franquiciado de Infocentros va a obtener, al acceder a alianzas estratégicas que la Asociación tiene para lograr resultados de ventas mucho más exitosos en cada Infocentro. Dichas alianzas aseguran el uso de los servicios de los Infocentros en nichos de mercado específicos.

También se obtendrán beneficios por medio de alianzas con proveedores autorizados en el suministro de recursos necesarios en la operación de un Infocentro.

9.3.PODER DE COMPRA DE LA ASOCIACION TRASLADADO AL FRANQUICIATARIO

Uno de los resultados más importantes de la estandarización es que se establecen equipos, materiales y procedimientos estándar, lo cual permite incrementar el volumen de compra. Al incrementar el volumen de compra se puede negociar mejores condiciones de

pago y descuentos especiales con los proveedores autorizados, los cuales se trasladan al franquiciado, lo que le permite reducir sus costos de adquisiciones y los riesgos de obsolescencia de los equipos que adquiere.

9.4.ESTANDARIZACION DE OPERACIONES

Al formar parte de la Red de Infocentros, se puede acceder a un sistema comprobado de hacer negocios, que se encuentra sistematizado en un Manual de Operaciones en el cual se resumen las mejores prácticas que se utilizan actualmente en los Infocentros.

El establecimiento de un estándar para la red de Infocentros permite establecer los criterios de diferenciación de un Infocentro con un local independiente de similar naturaleza, ya que todos los Infocentros tendrán el mismo estándar de alta calidad de atención y servicio.

9.5.ACCESO A LA RED PRIVADA (INTRANET)

Al ingresar a la Red de Infocentros se puede intercambiar ideas de negocio exitosas con otras personas emprendedoras que desarrollan su Infocentro en otros territorios y que comparten su éxito en beneficio del fortalecimiento de toda la cadena.

Asimismo, se puede acceder a una Intranet privada donde se puede intercambiar información con los demás miembros de la Red y con las diferentes áreas de soporte de la Asociación, comparar los niveles de venta con otros Infocentros y acceder a información privilegiada que le permitirá estar siempre al día con los últimos avances del Internet.

9.6.ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO DEL MERCADO

El Internet es una industria que mundialmente esta en continuo crecimiento y desarrollo. Más aún en países como el nuestro se

encuentra apenas despegando, lo cual representa una ventaja de inversión inigualable sobre otros tipos de industria.

C. PLAN DE NEGOCIOS

1. CONCEPTO DE PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un proyecto o negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento de potenciales cooperantes o socios, y sirve como guía para quienes están al frente del nivel organizativo tomador de decisiones responsables de implementarlo, como las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas.

En este documento se interpreta el entorno de la actividad del proyecto, y se evalúan los resultados que se obtendrán. Se definen las variables involucradas en el proyecto y presenta la asignación óptima de recursos para implementarlo.

Conceptualmente "es un procedimiento para enunciar en forma clara y precisa los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados, y en resumen la visión del empresario sobre el proyecto"¹⁰

2. LOS OBJETIVOS.

Ninguna organización que tendría que tomar las decisiones con relación a un proyecto de esta naturaleza, y que pretenda competir dentro del mercado de la oferta respecto a servicio que utilizan sistemas y tecnologías de información, puede pasar por alto la tarea de imaginar y prever escenarios futuros. El plan de negocios muestra en un documento el o los escenarios más

¹⁰ VARELA, RODRIGO, PH. D. INNOVACION EMPRESARIAL, Arte y Ciencia en la creación de empresas, 2da. Edición 2001, Pearson Educación de Colombia. Ltda

probables con todas sus variables, para facilitar un análisis integral y una presentación a otras partes involucradas en el proyecto.

Los objetivos que justifican la elaboración del plan de negocios difieren: a) el tipo de proyecto que se esté planificando, b) según el momento de la organización interesada en ejecutarlo.

Las razones por las que se realiza un plan de negocios son: a) Tener el documento de presentación de un proyecto a potenciales cooperantes, socios o representantes de una organización que se interesen en invertir y ejecutarlo, b) Asegurarse de que el proyecto tenga sentido financiero y que sea operativo, antes de su puesta en marcha, c) Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto, d) Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo, e) Guiar la puesta en marcha del proyecto.

En las organizaciones interesadas en la ejecución de este tipo de proyecto, donde las decisiones suelen estar fuertemente concentradas en pocas personas, la elaboración de un plan de negocios tiene una ventaja adicional: permite establecer una distancia entre criterios particulares y por ende divergentes en relación a los grandes objetivos y las decisiones del proyecto tomadas sobre la base de información y análisis.

Durante la elaboración del plan debe tenerse en cuenta qué se quiere lograr con él (¿la aprobación de una idea?, ¿un buen análisis para uno mismo?, ¿conseguir recursos?), considerando cuál es la información que le interesa a quien lo recibirá y de qué se le intenta convencer.

3.COMONENTES.

El plan de negocios comprende todos los aspectos de un proyecto, entre ellos: Resumen Ejecutivo, Introducción, Análisis e Investigación de Mercado, Análisis FODA, Estudio de La Competencia, Estrategias, Factores Críticos de Éxito, Plan de Mercadeo, Recursos e Inversiones, Factibilidad Técnica, Factibilidad Legal y Ambiental, Factibilidad Económica, Factibilidad Financiera, Análisis Sensitivo, Dirección y Gerencia, Conclusiones, Anexos.

3.1. RESUMEN EJECUTIVO

Es un breve análisis de los aspectos más importantes de un proyecto, que se ubica delante de la presentación, con el propósito de que sea lo primero que leen las personas interesadas en el proyecto, y a partir de su contenido pormenorizado, les permita de forma comprensible entender los alcances, componentes y su factibilidad, entre otros.

Debe describir en pocas palabras el producto o servicio, el mercado, la estructura a proponer de la organización, los factores críticos de éxito del proyecto, resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

El resumen ejecutivo varía dependiendo de la naturaleza de la empresa o negocio, así; se describe el servicio a proporcionar y la tendencia del sector en el que se enmarca. Se incluye el tipo de promoción que se aplicara, cifras sobre las ventas proyectadas, consideraciones de tipo legal si las hubiera, y cualquier otra información que se considere importante conocer con el fin de comprender las operaciones del negocio .¹¹

¹¹ PEGGY, Lambing y CHARLES Kuehl “ Empresarios Pequeños y medianos” Prentice Hall, Hispanoamericana, México, 1ra. Edición 1998, pág. 137

3.2. INTRODUCCION AL PLAN DE NEGOCIOS

Antes de comenzar el desarrollo se debe contextualizar el plan, describiendo:

a)Cuál es el proyecto o estructura organizativa que se desarrollará.

b)Quiénes realizan la presentación del plan y para qué.

c)Si se trata de un proyecto por implementar y su readecuación a las circunstancias actuales, debe contener cuál es su misión y su trayectoria.

d)Cuál es la fecha de presentación y si existe un plazo para la aprobación del plan dentro de las modalidades organizativas tomadoras de decisiones.

e)Cuál es el enfoque con que se preparó el plan.

3.3.ANALISIS E INVESTIGACION DE MERCADO

Pocos errores son tan graves como lanzar un producto o servicio sin conocer en profundidad el mercado.

La investigación de mercado se utiliza para conocer la oferta (cuáles son las organizaciones o negocios similares y qué beneficios ofrecen) y para conocer la demanda (quiénes son y qué quieren los consumidores). En sus resultados se fundamenta gran parte de la información de un plan de negocios: cuáles son las necesidades insatisfechas del mercado, cuál es el mercado potencial, qué buscan los consumidores, qué precios están dispuestos a pagar, cuántos son los clientes que efectivamente comprarán, por qué comprarán, qué otros productos o servicios similares compran actualmente.

3.3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

a)Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos y/o servicios existentes b)Determinar la cantidad de bienes y servicios que los consumidores estarían dispuestos a consumir c)Conocer los precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio.

3.3.2 DEFINICION Y NATURALEZA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Comprende la descripción exacta del producto que se elaborará o el servicio que se pretende ofrecer al mercado consumidor, tomando como base las características que un usuario pretende encontrar en el producto o servicio.

Los productos por su naturaleza pueden ser de diferentes tipos: duraderos, de consumo intermedio o final, esta clasificación dependerá del uso que se le dé al producto y/o servicio.

3.3.3 ANALISIS DE LA DEMANDA

La demanda se define como la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para la satisfacción de sus necesidades, a un precio determinado y en un espacio o lugar dado. Su análisis constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia que tiene en los resultados del negocio que se implantará con la aceptación del proyecto.

Por otra parte, entre los aspectos a considerar para efectuar el análisis de la demanda se detallan los siguientes:

3.3.4 PROYECCION DE LA DEMANDA

Existen muchos procedimientos para la proyección de la demanda que van, desde las simples estimaciones o aproximaciones a nivel gráfico, hasta complicados modelos de regresión que independientemente de su complejidad son herramientas cuya confiabilidad depende de la cantidad y calidad de la información disponible; entre éstos pueden mencionarse: "los métodos

subjetivos como Delphi, la investigación de mercados (aplicado al proyecto), consenso de panel y pronósticos visionarios"¹²

y "los métodos estadísticos como el de los Mínimos Cuadrados, Medios Móviles y de las Ecuaciones no Lineales"¹³. En cualquiera de los casos, es importante estimar la demanda futura, pues proporciona la tendencia que ésta seguirá en el tiempo al determinar los volúmenes de ventas en cantidades y valores que se producirán en un momento dado.

3.3.5. ANALISIS DE LA OFERTA

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores están dispuestos a ofrecer a su mercado objetivo a un precio determinado y en un tiempo, espacio o lugar dado.

El principal propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que los bienes o servicios se ponen a disposición del mercado actualmente o que se estima ofrecer

en el futuro, tomando en cuenta los siguientes datos: número de productores, localización, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los productos, etc, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información de fuentes primarias, secundarias, estadísticas, etc.

Se asume que estas variables son influenciadas por las leyes económicas de la oferta y la demanda, en un mercado con vendedores y consumidores debidamente informados.

Cuando existe información estadística resulta relativamente fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de

¹² SAPAG CHAIN, NASSIR Y OTROS, Preparación y evaluación de Proyectos, 3ra. Edición, Mc Graw Hill, Colombia, 1991, Pág. 78 y 79.

¹³ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de proyectos, 4ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, Pág. 21.

la demanda, y aquí la investigación de campo servirá para formar un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda.

Cuando no existen estadísticas o estas no son confiables, lo cual es frecuente, la investigación de campo queda como el único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda.

3.3.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Se define como la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros sobre la cual se ha determinado que ningún producto actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Los economistas introducen el concepto de brecha alimentaria cuando hay una distancia en el equilibrio de oferta y demanda de un bien o servicio; cuyo tratamiento requiere técnicas especiales.

El estudio de mercado debe reflejar una idea clara al productor, del riesgo que incurrirá al penetrar a un mercado dado; al obtener la demanda potencial insatisfecha por medio de una simple diferencia año con año entre los datos proyectados de oferta y demanda se asegura al fabricante que su producto será consumido por el mercado hacía el cual está dirigido.

3.3.7 ANALISIS DE PRECIOS

El precio es la cantidad de dinero que se ofrece a cambio de una mercadería o servicio determinado, o que el cliente está dispuesto a pagar por la interacción entre la oferta y la demanda. Es necesario que para el análisis se tome en cuenta los costos de producción, evaluar la conveniencia de incurrir en costos de comercialización, operación y evaluar los precios existentes en el mercado.

En cualquier mercado, las políticas seguidas en la fijación de precios son una parte muy importante de la producción y comercialización de productos y servicios.

Los sistemas para fijar precios se analizan de tres maneras diferentes, dependiendo de 3 factores económicos: costos, demanda y competencia u otras variables subjetivas como especulación.

3.3.8. UBICACION

Uno de los primeros pasos para escoger un sitio es describir la ubicación ideal mediante la preparación de dos listas: Los criterios indispensables y los deseables.

Los criterios indispensables son aquellos que deben satisfacerse, si la ubicación no tiene los criterios requeridos, el sitio no puede considerarse adecuado para establecer el negocio. En contraste, los criterios deseables son aquellos que le gustaría tener pero que no son esenciales para el éxito del negocio.¹⁴

Vale mencionar que cada industria tiene factores de ubicación que le son distintivos, por ejemplo factores que

le son importantes para un sitio de venta al detalle con frecuencia son irrelevantes para una empresa de fabricación.

3.4. ANALISIS FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica que se utiliza para conocer la situación presente de un proyecto a emprender. Es una estructura conceptual que identifica las amenazas y

¹⁴ PEGGY LAMBING Y CHARLES KUEHL, EMPRESARIOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS, La Mercadotecnia. Pag.165

oportunidades que surgen del ambiente y las fortalezas y debilidades internas de la organización.

La matriz FODA es una herramienta que se utiliza para la elaboración de estrategias mediante un análisis sistemático que facilita la adecuación de las amenazas y oportunidades externas, con las fortalezas y debilidades internas de una organización¹⁵

El propósito fundamental de este análisis es potenciar las fortalezas de la organización tomadora de decisiones para:

Aprovechar fortalezas y oportunidades, Contrarrestar amenazas, Corregir debilidades.

3.5. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

Otro factor a considerar en el plan de negocios debe incluir un benchmarking de la competencia; es decir, una planilla con los competidores más importantes, cada uno de ellos con una evaluación en aspectos claves, tales como:

Descripción De Producto/Servicio, Precios, Estructura, Recursos Humanos, Costos, Tecnología, Imagen, Proveedores.

Cualquier negocio tiene competidores, sean estos directos o indirectos. El hecho que se tenga competencia es una buena señal, porque prueba que hay un mercado para el producto o servicio que queremos ofrecer. El objetivo no es evitar la competencia, sino mejorar su oferta, ya sea en la calidad del producto, servicio, precio, atención al cliente, servicio post-venta y otros factores de máxima relevancia para el cliente.¹⁶

¹⁵ BOLETIN DE LA ASOCIACION SALVADOREÑA DE PROFESIONALES EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS, ASPAE, Marzo de 1996, Pág. 10

¹⁶IVONNE SANCHEZ Y GONZALO CANTARERO, "MBA de bolsillo, Guía de Consulta para la Gestión Eficaz de una Empresa", Ediciones Martínez Roca, S.A., Barcelona España, 1998, pág. 379, pág. 373

De acuerdo con la evaluación que se realice, se determina si es factible convivir con la competencia y si es necesario neutralizarla o si algún competidor puede transformarse en socio a través de fusión o alianzas estratégicas.

3.6 ESTRATEGIAS

La estrategia es necesaria para enmarcar el rumbo del proyecto. Aun cuando las condiciones mercadotecnicas cambien, la institución sabrá cómo proceder si tiene una estrategia bien definida.

La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector y que sea sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia. De acuerdo a Michael Porter, existen dos tipos básicos de ventaja competitiva: El Liderazgo en costos y la diferenciación¹⁷.

Basándose en los objetivos delineados en las secciones anteriores del plan, a los recursos y a los estudios del mercado y de la competencia, puede definirse una estrategia que sea la más adecuada para el negocio en cuestión.

Por Ejemplo Hay que tomar en cuenta la madurez del sector y de la etapa del ciclo de vida del servicio o producto que se quiere ofrecer para poder adoptar diferentes estrategias.

Dentro de la entrada y penetración del servicio o producto a un mercado, se puede considerar diferentes modalidades, ser el primero en entrar, entrar cuando todavía haya pocos competidores

¹⁷ Porter E. Michael, Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un desempeño superior, Edic. 1997, pág. 21

o entrar más tarde cuando la competencia sea más intensa. Cada una de estas posibilidades de las formas de entrada tiene sus ventajas y desventajas¹⁸

Puede considerarse preferiblemente la entrada a un mercado y posicionarse con un nicho de mercado específico, suficientemente atractivo en tamaño y poder adquisitivo. Este tipo de estrategia debe de ser adoptada, si otros competidores más fuertes, no encuentran suficientemente atractivo dedicar recursos económicos en captar este nicho de mercado.

Esta estrategia puede resultar muy favorable, ya que se puede adquirir una alta lealtad de parte de nuestros clientes.

3.7. FACTORES CRITICOS DE EXITO

Si bien un proyecto es el resultado de una infinidad de variables, siempre pueden identificarse algunos factores que, por el tipo de emprendimiento o por características particulares del mercado, determinarán que el negocio funcione.

Los potenciales interesados en ejecutar un tipo de proyecto, estarán interesados en conocer indicadores que les permitan evaluar el desarrollo del negocio una vez en marcha. En ese sentido, a partir de la investigación se retomarán aquellos factores o aspectos claves que los evaluadores del proyecto tomen en cuenta para reunir los recursos y las capacidades necesarias que permitan orientar acciones para implementar el proyecto.

Como ejemplo, aspectos específicos de la investigación de mercado como la demanda insatisfecha, el precio y otros factores importantes como la organización idónea del proyecto, aspectos

¹⁸IVONNE SANCHEZ Y GONZALO CANTARERO, "MBA de bolsillo, Guía de Consulta para la Gestión Eficaz de una Empresa", Ediciones Martínez Roca, S.A., Barcelona España, 1998, pág. 379

económicos financieros relevantes, se plantearan de forma puntual ante la administración correspondiente.

3.8. PLAN DE MERCADEO

El Plan de mercadeo es la instrumentación de la estrategia de mercadeo. Sólo tiene sentido si previamente ha sido definido el posicionamiento de la organización y el objetivo al que apunta.

Una vez explicitadas las decisiones estratégicas, el plan de mercadeo debe producir respuestas convincentes a cuatro preguntas fundamentales:

a)Producto/servicio: ¿Cuáles son los beneficios que la organización o el producto/servicio generará para los potenciales clientes?

b)Precio: ¿A qué precio se va a ofrecer el producto/servicio y cuánto influye el precio en la decisión de compra de los potenciales clientes?

c)Plaza: ¿Cómo y en qué lugar se va a vender el producto/servicio?

d)Promoción: ¿De qué manera se va a comunicar el producto/servicio, de modo tal que los clientes potenciales se enteren de su existencia y deseen comprarlo?

3.8.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO Y VENTAS

En Primer lugar se deben de detallar los objetivos de la campaña de mercadeo. Cada situación y momento que atraviesa la empresa requiere de un objetivo específico, entre los que se pueden mencionar: 1. La introducción en el mercado de un nuevo producto o servicio, 2. El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio, o el nombre de una marca, 3. La recuperación o incremento de nuestra cuota de mercado, etc.

3.8.1.1.EL MENSAJE

Una vez que se define el objetivo que quiere lograrse debe de determinarse cómo lo vamos a transmitir a nuestro público objetivo y qué vía de comunicación se utilizará.

El mensaje es utilizado para destacar las ventajas o atributos de un producto o servicio, Ejemplos: "Nuestro precio es el más competitivo", "si no está satisfecho le devolvemos el dinero", "Ofrecemos el servicio más rápido". En otros casos se dirigen directamente a su nicho de mercado:, "Somos especialistas en cualquier tipo de asesoría", etc. Vale indicar que algunos mensajes se dirigen o identifican a un tipo de mercado: "Somos la solución de la generación del futuro".

Hay cuatro elementos que pueden influir en él publico objetivo como:

a)Producto o servicio: Las características, atributos y aspectos tangibles de nuestro producto o servicio.¹⁹

b)Precio: El dinero que pueden ahorrar adquiriendo nuestro producto o servicio.

c)Distribución/Localización: La accesibilidad y comodidad que implica adquirir.

d)Comunicación: La cantidad de canales de comunicación disponibles a la hora de obtener información acerca de nuestro producto o servicio.²⁰

¹⁹ IBIDEM, pág. 378

²⁰ IBIDEM, pág. 378

3.9. RECURSOS E INVERSIONES.

El plan de negocios debe mostrar cuáles son los recursos (técnicos, humanos, económicos, materiales, financieros y otros) necesarios para poner en marcha el proyecto y dónde se obtendrán, especificando las necesidades de inversión.

Los rubros que deben describirse dependen de las particularidades de cada proyecto, pero algunos de los que normalmente forman parte de cualquier proyecto son:

Inmuebles, Selección y contratación de personal, Instalaciones, Maquinarias, Franquicias, Capacitación y entrenamiento, Publicidad y promoción, Capital de trabajo.

Este último punto es fundamental: el capital de trabajo es el que necesitará la empresa para mantenerse en funcionamiento hasta comenzar a generar ingresos y para cubrir las brechas temporales entre los pagos y las cobranzas.

Si la presentación del Plan de Negocios se realizara en algún momento para obtener recursos de potenciales interesados en ejecutar un proyecto, estos estarán interesados en conocer cuál es el aporte que este brindará, para evaluar y definir su compromiso.

3.10. FACTIBILIDAD TECNICA.

A través de la evaluación que demuestre que el proyecto es posible de poner en práctica y de sostenerse, de acuerdo con los objetivos del plan. Se deben proporcionar evidencias de que se ha planificado cuidadosamente.

3.11. FACTIBILIDAD LEGAL Y AMBIENTAL

Se considerarán aspectos relativos a la normativa Legal que rige a la Universidad de El Salvador, así como a la Facultad de Ciencias Económicas. De igual forma elementos que se consideren importantes en relación al medio ambiente y que tengan un impacto en relación al proyecto, serán incluidos con el propósito de darle una sustentabilidad a la implementación del Plan de Negocios.

3.12 FACTIBILIDAD ECONOMICA.

Sin obtener un impacto en la mejora del proceso enseñanza aprendizaje y la utilidad económica, el proyecto no sobreviviría. Debe mostrarse que el proyecto presentado es factible económicamente y sobrevivirá, dada la naturaleza, su importancia y el impacto que traerá consigo. Lo que significa que los aportes y razones de quienes se interesen en realizarlo están justificados por la utilidad que generará.

En términos sencillos, la rentabilidad de un proyecto estará determinada por la utilidad, en este caso el proceso enseñanza aprendizaje y por la ganancia o rentabilidad que producirá, por lo que estará determinado por la diferencia entre lo que se compra y lo que se vende, después de descontar todos los gastos que demandan los procesos internos y externos del proyecto.

3.13. FACTIBILIDAD FINANCIERA.

Para esta evaluación se tiene el flujo de fondos, que sintetiza numéricamente en períodos de tiempo todos los valores desarrollados a lo largo del plan de negocios. Su preparación requiere la elaboración de una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto en cuestión, y ordenarlos en forma cronológica.

Debe presentarse además un análisis del flujo de fondos acompañado con una serie de herramientas financieras o criterios de evaluación de los proyectos de inversión.

El flujo de fondos refleja una cantidad de supuestos sobre el comportamiento de las variables. El análisis de sensibilidad es una técnica que permite evaluar el impacto de las modificaciones de los valores de las variables más importantes sobre los beneficios y, consecuentemente, sobre la tasa de retorno.

Algunos indicadores financieros que deben incluirse al analizar el plan de negocios son los siguientes:

Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR), Relación Costo Beneficio (C/B), Punto de Equilibrio (P.E.)

3.14. ANALISIS DE SENSIBILIDAD.

En todo proyecto se trabaja con algunos factores sobre los que se tiene poder de decisión (variables controlables), y otros que se pueden realizar estimaciones (variables no controlables).

Entre las variables controlables incorporadas al plan están: Precio, Producto, Promoción, Plaza.

Las principales variables no controlables en un proyecto son: Competencia, Consumidores, Entorno económico, político, legal, medio ambiente etc.

3.15. DIRECCION Y GERENCIA.

Para tomar una decisión acerca de un proyecto no solamente hay que tener en cuenta los factores técnicos, económicos y de mercado, sino también quiénes son sus dirigentes. Un excelente proyecto puede fracasar si está en manos de personas inadecuadas o inexpertas.

Por consiguiente, debe contemplarse quiénes dirigirán el proyecto, en el caso que se trate de la iniciación de un proyecto, debe contener quiénes serían los directivos del proyecto, Quiénes serían los socios, Quiénes serían los responsables de ponerlo en marcha en la modalidad que se defina, entre otras propuestas que se someterían a consideración.

3.16. CONCLUSIONES.

Las conclusiones contienen un factor subjetivo, porque su autor realiza una interpretación de los hechos. Este es el lugar apropiado para convencer al destinatario del plan de negocios de realizar aquello que se espera de él (Aprobarlo, gestionarlo, venderlo, invertir, coinvertir, reformularlo, etc.)

3.17 ANEXOS.

Los anexos son y se ubican después de las conclusiones e incluyen datos de soporte.

4. PROMOCION Y GESTION

Si bien la promoción en términos mercadológicos se orienta a desarrollar campañas publicitarias, promoción de ventas, etc., a fin de vender productos y servicios en un mercado objetivo; sin embargo, es importante señalar que a partir de la elaboración del plan de negocios y del contenido expuesto en el marco teórico, éste brindara lineamientos de cómo proceder a vender o promover la ejecución del proyecto por medio de la figura del Plan de Negocios, para convencer de forma atractiva y estratégica a potenciales interesados.

5. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Generalmente en el lenguaje económico y la teoría sobre el Plan de Negocios, se trata del financiamiento del negocio para pequeñas y medianas empresas.

Se identifican las opciones de financiamiento que refiere a aquellos financiamientos de tipo reembolsables, pero también pueden ser de tipo no reembolsables para nuestro caso, tomando en cuenta la naturaleza del proyecto que se quiere desarrollar, de carácter educativo dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.

A continuación se mencionan algunas fuentes de financiamiento³⁰

- Préstamos bancarios
- Programas de financiamiento de Gobierno, que pueden ser federales, estatales y locales.
- Financiamiento de capital, que incluye:
 1. Fondos personales
 2. Inversiones privadas
 3. Socios
 4. Empresas de Capital de riesgo
 5. Ventas de acciones

³⁰ PEGGY Y CHARLES, LAMBING Y KUEHL, *Empresarios Pequeños y Medianos, costos de inicio y de financiamiento*, pag. 207. Editorial Prentice Hall, 1998, México.

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE LA PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UN CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO), EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

A. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Para obtener la información pertinente se tomaron como base los estudiantes activos inscritos en el ciclo I de 2,002 por escuela, de ambos géneros y a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas que laboran a tiempo completo y medio tiempo.

1.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

GENERAL:

Proponer un Plan de Negocios que contribuya al funcionamiento de un Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.

ESPECIFICOS:

- Demostrar que la actualización del estudio de factibilidad técnico, económico, financiero y legal promoverá su puesta en marcha.
- Proponer las mejores alternativas organizativas para su funcionamiento.
- Promover el acceso electrónico de información relevante en el área empresarial de las Ciencias Económicas.

2. TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de Investigación o estudio es correlacional ya que se establece el grado de relación entre las variables en estudio, en este caso se analiza la relación entre la propuesta del Plan de Negocios y el Funcionamiento del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), en la Facultad de Ciencias Económicas.

3. TIPO DE DISEÑO

La Investigación realizada es no-experimental, de tipo transeccional correlacional, ya que los sujetos de análisis pertenecen a un nivel de grupo ya establecido, es decir a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador. los datos se recolectaron en tiempo único.

4. FUENTES DE INFORMACION PARA LA OBTENCION DE DATOS

a) DATOS PRIMARIOS

-ESTUDIANTES

la fuente de información principal y el tipo de muestra utilizada es el Muestreo Estratificado, ya que éste ha permitido establecer las clases de manera que las unidades de muestreo tiendan a ser homogéneas dentro de cada clase y así controlar la proporción de cada extracto de la muestra global sin dejar al azar, es decir están estratificados de acuerdo a la carrera que estudien ya sea Administración de Empresas, Contaduría Pública o Economía.

-DOCENTES

De acuerdo a la información brindada en las Escuelas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, el total de docentes es de 92, debido a que es una

población pequeña, se procedió a realizar un censo de la siguiente manera:

Del total de docentes se tomaron en cuenta los que laboran a tiempo completo y medio tiempo ya que es importante la permanencia de los mismos en la Facultad, es decir 72 docentes.

-ENCARGADOS DE INFOCENTROS

Se realizaron entrevistas con personal de la Asociación INFOCENTROS de El Salvador a fin de conocer aspectos relevantes sobre sus objetivos, funcionamiento y otra información relevante.

-COMPETENCIA

Se realizaron entrevistas con personal de diferentes INFOCENTROS (Zacamil y Centro de Gobierno), en donde se obtuvo información sobre los servicios, horarios precio y equipos utilizados entre otros.

b)DATOS SECUNDARIOS

OFERTA

Se han realizado entrevistas con personal de varios Ciber Cafés que están alrededor de la Universidad de El Salvador, con el propósito de conocer servicios, precios, horarios, frecuencia de la demanda.

INVESTIGACION BIBLIOGRAFICA

A través de ésta se obtuvo información secundaria la cual sustenta el trabajo, ya que se relaciona al tema.

5. DETERMINACION DEL UNIVERSO

Las unidades de análisis en esta investigación fueron los estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias Económicas, así como algunas personas del proyecto INFOCENTRO en el área metropolitana de San Salvador.

a) MUESTRA

De acuerdo a la inscripción Ciclo I de 2,002 en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, proporcionado por el Centro de Computo de la misma, el total de alumnos inscritos es de 6,050.

Tomando de base la fórmula de muestreo simple para poblaciones finitas tenemos:

FORMULA:

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

Donde:

n: Número de elementos

σ : Nivel de Confianza

p: Probabilidad a favor

q: Probabilidad en contra

N: Población Total

e: Error de estimación

Por lo que tenemos:

n: ?

σ : 1.96

p: 0.50

q: 0.50

N: 6,050

e: 0.10

Sustituyendo en la fórmula tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 6,050 (0.50)(0.50)}{(0.10)^2 (6,050-1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

n: 95

Muestreo Estratificado = $\frac{\text{Muestra Probabilística Simple de Estudiantes}}{\text{Total de Estudiantes}}$

$$ME = 95/6,050 = 0.01570$$

Entonces:

DISTRIBUCION DE LA MUESTRA

| Carrera | No. De Estud. | Factor | Total |
|----------------|----------------------|---------------|--------------|
| Empresas | 2,817 | 0.0157 | 44 |
| Contaduría | 2,664 | 0.0157 | 42 |
| Economía | 569 | 0.0157 | 9 |
| TOTAL | 6,050 | | 95 |

b) CENSO

De acuerdo a la información brindada en las Escuelas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, el total de docentes es de 92, debido a que es una población pequeña, se procedió a realizar un censo de la siguiente manera:

Del total de docentes se tomaron en cuenta los que laboran a tiempo completo y medio tiempo ya que es importante la permanencia de los mismos en la Facultad, es decir 72 docentes a tiempo completo y a medio tiempo

6. PROCESAMIENTO Y PRESENTACION DE LA INFORMACION

Para el procesamiento de la información se utilizaron programas informáticos, específicamente: Microsoft Excel 2000.

Para el caso de la presentación de los datos obtenidos se utilizaron instrumentos tales como:

- Tablas de Frecuencia
- Gráficos de Barra

7. ALCANCES Y LIMITACIONES

ALCANCES

Para la recolección de datos por medio de la encuesta se procedió a pasar los cuestionarios tanto para estudiantes y docentes, tomando en cuenta algunos criterios como los siguientes:

- Accesibilidad por alumnos y docentes
- Distribución de horas para cubrir estudiantes que trabajan y estudian, así como aquellos que solo estudian.
- En el caso de los docentes su jornada laboral.
- En el caso de los estudiantes se logró cumplir al pasar la totalidad de cuestionarios, de acuerdo a la muestra establecida, aunque no con una igual proporción para cada carrera.
- Se desarrollaron los cruces de variables tanto para alumnos como para docentes.

LIMITACIONES

- En el caso de los docentes, se logró cubrir una parte representativa, es decir 40 docentes, 14 de medio tiempo y 16 de tiempo completo.

8. DIAGNOSTICO DE LA INVESTIGACION

8.1 RESULTADOS Y ANALISIS DE LA INVESTIGACION

ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

GENERALIDADES

SEXO

Análisis

Al caracterizar a los estudiantes por género, puede apreciarse una mayor participación de las mujeres en la Facultad de Ciencias Económicas (55.79%); la mujer ha adquirido mayores niveles de participación en muchas áreas, en este caso, al involucrarse en estudios de las Ciencias Económicas.

Para el género masculino sólo corresponde un 44.21% de los estudiantes encuestados.

OCUPACION

Análisis

En términos generales, es importante apreciar que 66.32% de cada 100 estudiantes se dedican a trabajar y a estudiar, solamente un 33.8% estudian; de alguna manera el 66% obtienen un ingreso mínimo para hacerle frente a sus necesidades entre ellas, la formación a través del aprendizaje, en la Facultad de Ciencias Económicas.

CARRERA QUE ESTUDIA**Análisis**

Hay una fuerte demanda a la carrera de Administración de Empresas, con un valor porcentual de 46.32%. En un segundo orden se encuentra la carrera de Contaduría Pública con 44.21% y finalmente de economía el 9.47%. Lo que indica una tendencia de las preferencias de las diferentes carreras que ofrece la Facultad de Ciencias Económicas.

¿ES USTED ESTUDIANTE ACTIVO DE ESTA FACULTAD?**Análisis**

De los estudiantes encuestados el 97.89% son activos, solamente el 2.11% no están activos (llegan de oyentes a las clases no inscritas)

PREGUNTAS DE INVESTIGACION**Objetivo**

Conocer qué porcentaje de estudiantes han utilizado los servicios de Internet, para identificar la demanda que este servicio tendría en el INFOCENTRO.

Pregunta

1. ¿Ha utilizado usted los servicios de Internet?

Interpretación

La gran mayoría de estudiantes está familiarizado con los servicios de Internet, lo que indica que se está fomentando cada vez más el uso de los sistemas y tecnologías de información.

Objetivo

Conocer el nivel de experiencia en Internet, para determinar el conocimiento que tienen los estudiantes de la Facultad.

Pregunta

2. ¿Tiene usted experiencia en acceder a Internet?

Interpretación

De esta respuesta podemos decir que la mayoría de los estudiantes tienen algún nivel de experiencia en el uso de Internet, la cual dado el avance tecnológico y los cambios dinámicos de las tecnologías, se hace necesario mejorar la experiencia misma, es decir, adaptarse a los cambios de éstas tecnologías.

Objetivo

Investigar qué motivos tienen los estudiantes para utilizar Internet.

Pregunta

3. ¿Por qué motivo utiliza usted Internet?

Interpretación

Se ha encontrado un hallazgo muy significativo para efecto de la investigación. Si bien el uso de tecnologías informáticas como Internet se hace para los efectos de comunicación, cultura general y diversión, la investigación en el marco de la población estudiantil de la Facultad de Ciencias Económicas cobra especial relevancia para éstos, ya que la gran mayoría concibe que la utilización de Internet es para tales fines.

Cabe señalar, que la mayoría de los Centros de Estudios Universitarios del país desde hace algunos años han puesto herramientas tecnológicas a disponibilidad de los estudiantes para fines de investigación, lo cual sin duda alguna contribuye a los procesos de enseñanza - aprendizaje.

Objetivo

Determinar en qué lugares existe más demanda, para utilizar los servicios de Internet.

Pregunta

4. ¿En qué lugar(es) utiliza los servicios de Internet?

Interpretación

Existe una debilidad o vacío dentro de la Facultad de Ciencias Económicas al no ofrecérseles un lugar a los estudiantes, en donde por medio de la conectividad a través de tecnologías informáticas puedan tener acceso a información en diferentes áreas y niveles. Ante esta situación, es muy significativo observar que la gran mayoría hacen uso de los Ciber Cafés que se encuentran en los alrededores de la Universidad de El Salvador y otros lugares en San Salvador.

Objetivo

Conocer la oferta de los diferentes servicios para los cuales los alumnos han utilizado Internet y observar la incidencia, en la parte que corresponde a la investigación.

Pregunta

5. ¿Cuál (es) de los siguientes servicios ha utilizado usted?

Interpretación

En esta respuesta, se puede confirmar que los estudiantes de la Facultad utilizan los servicios de Internet para efectos de investigación, dado que el énfasis en relación a los servicios se hace en la búsqueda especializada de información. Si bien existen otros servicios de comunicación como el Correo electrónico, videoconferencias, capacitaciones; así como otros paralelos como fotocopias, anillados, escaneo de documentos, entre otros, la búsqueda especializada de información dada la naturaleza de la Universidad de El Salvador y en este caso de la

Facultad de Ciencias Económicas, es la prioridad y al mismo tiempo el objetivo hacia el cual se orientarían los esfuerzos de esta investigación para la instalación de un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Objetivo

Conocer como califican los estudiantes, la calidad de los diferentes lugares que ofrecen Internet

Pregunta

6. ¿Cómo considera usted los servicios que brindan estos sitios?

Interpretación

En promedio, podemos observar que la evaluación que hacen los estudiantes en relación a los servicios que brindan los Ciber Cafés, los Infocentros, la Biblioteca e incluso aquellos que tienen acceso en sus trabajos o en casa es buena o muy buena. Esto nos indica que un servicio de mejor calidad y con precios accesibles puede ser demandado por los estudiantes al ofrecérseles una opción como el Centro de Información e Investigación.

Es importante que se tomen en cuenta las recomendaciones, comentarios y/o consideraciones que los estudiantes formularon, relativa a como visualizaron las instalaciones y los servicios que ellos necesitarían tener en un Centro de Información e Investigación, INFOCENTRO, en la Facultad.

Objetivo

Conocer los precios de la competencia, para la fijación de un precio competitivo.

Pregunta

7. ¿Qué precios ha pagado usted por hacer uso de estos servicios?

Interpretación

Respecto a los precios de la competencia, es decir los precios que los estudiantes han pagado por los servicios de navegación, los énfasis están dados en un primer lugar dentro de los Ciber Cafés y pagos realizados por hora, seguido por los Infocentros, también efectuando los pagos por hora. Cabe mencionar que esta competencia tiene en la actualidad un precio promedio de ¢ 10.00 por hora, es decir \$ 1.14, precio promedio que se tendrá que tomar como referencia para hacer las estimaciones financieras de está investigación.

Objetivo

Identificar si la investigación es una área importante para los alumnos al utilizar sistemas de información y tecnologías informáticas.

Pregunta

8. ¿Considera usted que el acceso a sistemas de información utilizando tecnologías informáticas como Internet, facilitan la investigación?

Interpretación

En esta pregunta se reitera que existe una demanda insatisfecha por todos los alumnos de la Facultad, al no contar con herramientas informáticas que faciliten la investigación.

Es evidente que esta demanda insatisfecha puede cubrirse con la instalación de un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, dentro de la Facultad de Ciencias Económicas.

Objetivo

Conocer la demanda de la Facultad respecto a un servicio tecnológico, para promover el proceso de formación aprendizaje.

Pregunta

9. ¿A su criterio, es necesario que la Facultad ofrezca un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación?

Interpretación

Se reitera la necesidad por todos los alumnos encuestados de contar con un servicio tecnológico dentro de ésta. Ante un ambiente de competencia, y en este caso dado el hecho de que la mayoría de las Universidades ofrecen ya estas herramientas, así como servicios de este tipo a través de Ciber Cafés e Infocentros de los cuales hacen uso los alumnos de la Facultad, es necesario que se instale un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Objetivo

Investigar la demanda efectiva de la población estudiantil de la Facultad de Ciencias Económicas para que se cree un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

10. ¿Utilizaría usted el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en caso de crearse?

Interpretación

Al tenerse una demanda insatisfecha y una oferta adecuada de éstos servicios fuera de la Universidad, se puede afirmar que al crearse un Centro de Información e Investigación dentro de la Facultad, los servicios ofrecidos, con seguridad serían utilizados por los estudiantes.

Objetivo

Conocer la demanda potencial que se utilizaría en el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad.

Pregunta

11. De las siguientes opciones, señale ¿Con qué frecuencia utilizaría usted el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?

Interpretación

La utilización de un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, la realizarían los estudiante dentro de horas por semana, horas diarias, y horas mensuales, dependiendo de las modalidades de horarios de servicios que el Centro ofrecería a los estudiantes una vez éste se instale. Cabe mencionar que con una población estudiantil sólo dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de 6,050 estudiantes, las opciones en cuanto a horarios que se definan serían cubiertas dada la proporcionalidad que existe en las frecuencias en las que fueron consultados los alumnos.

Objetivo

Investigar los beneficios que el estudiante percibe al crearse un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

12. ¿Cuáles beneficios cree usted que le otorgaría el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?

Interpretación

El beneficio fundamental para los alumnos es el acceso a la información en general, y dada la naturaleza de la Facultad, es evidente que en gran proporción tal y como se mencionó anteriormente sería para los efectos de investigación, es decir

búsqueda especializada de información en materias relevantes de las Ciencias Económicas.

Otro de los principios que se deben de tomar en cuenta dentro de la administración de Empresas, es el de la gestión basada en el factor tiempo, lo cual en gran medida se logra mediante la adopción de herramientas tecnológicas, en este caso por medio de la instalación de un Centro de Información e Investigación en la Facultad.

Cabe mencionar que éstas tecnologías que permiten la comunicación a distancia, también tienen un papel que jugar en los aspectos relativos a la capacitación, área importante que la comunidad estudiantil debe aprovechar en un mundo cada vez más competitivo.

Objetivo

Investigar los servicios que demanda la población estudiantil si se creara un Centro de Información e Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

13. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que brindara el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO en la Facultad?

Interpretación

Al instalarse un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, dentro de la Facultad, los estudiantes se inclinan porque se les otorgue el servicio de búsqueda especializada de información y de comunicación por medio del correo electrónico.

En un segundo plano, servicios relacionados a formación aprendizaje como las videoconferencias, seminarios,

capacitaciones y educación a distancia en general. Los servicios colaterales que ofrecen éstos Centros también han sido demandados por los alumnos para que se ofrezcan entre ellos: anillados, fotocopiados, lo cual traería beneficios económicos adicionales para la administración y sostenibilidad de un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Objetivo

Investigar las áreas en las cuales demandan capacitación los estudiantes al utilizarse un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

14. En qué áreas le gustaría que se impartieran capacitaciones en el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Interpretación

Las capacitaciones permanentes en la actualidad son indispensables para lograr mayor competitividad en todos los niveles de una Organización. Dado el Giro de nuestro Centro de Estudios, los estudiantes muestran interés en capacitaciones en áreas especializadas.

En ese orden, es interesante que se tome muy en cuenta que el área de las finanzas, mercadeo, idiomas, son sólo una muestra de los intereses de los alumnos para que se impartan capacitaciones; los cuales podrían ofrecerse e impartirse a través del Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

También hay que resaltar que por la naturaleza y visión de la Universidad de El Salvador, las áreas del cooperativismo y Asociatividad son un enfoque permanente que deben darse por medio de las capacitaciones de forma constante para generar una cultura que contribuya al desarrollo nacional, y en este caso

aprovechando las tecnologías y sistemas de información que podría tener un INFOCENTRO.

Objetivo

Determinar la forma de pago que más le gustaría al estudiante realizar al utilizar un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

15. ¿Qué forma de pago le gustaría hacer por el uso del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Interpretación

La forma más adecuada de acuerdo a la investigación y tomando en cuenta al mismo tiempo la competencia en cuanto al pago por el uso de los servicios es por hora. Sin embargo hay que mencionar que si bien éste es el énfasis, una vez instalado un Centro de este tipo dentro de la Facultad podría ofrecer diferentes modalidades de pago para promocionar los servicios.

Objetivo

Conocer los precios que están dispuestos a pagar los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

16. En los siguientes rangos por hora, mes y semestre ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Interpretación

¢10.00 Colones por hora o \$1.14, es el precio de referencia que se tomará para los efectos de ésta investigación tomando en cuenta los servicios ofrecidos por la competencia. De esto dependerá la factibilidad técnica, económica y financiera del proyecto.

Objetivo

Analizar qué días de la semana demandarían más los estudiantes para utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

17. ¿Qué días utilizaría usted los servicios del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Interpretación

De lunes a Viernes serían los días en los cuales se utilizarían más los servicios del Centro de Información e Investigación. De igual forma los días sábados tanto en el turno de la mañana como por la tarde éstos serían demandados aunque no en igual proporción que de los días de semana. Nuevamente la utilización de horarios, dependerá en gran medida de las formas y/o modalidades que se ofrezcan una vez instalado el Centro.

Objetivo

Conocer los horarios en que los alumnos están dispuestos a utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad.

Pregunta

18. ¿En qué horarios utilizaría usted los servicios del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Interpretación

Existe una proporcionalidad de uso de los diferentes horarios que se plasmaron en el cuestionario; Sin embargo la mayor proporción esta dada de 5.00 de la tarde a 8.00 de la noche, por lo que podría inferirse que también la población estudiantil que estudia y trabaja utilizaría los servicios que se ofrezcan en el INFOCENTRO.

ENCUESTA DIRIGIDA A DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

GENERALIDADES

SEXO

Análisis

Sobre la Encuesta realizada a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, el 82.5 % de éstos pertenecen al sexo masculino, el 17.5 % restante corresponde al sexo femenino.

ESCUELA

Análisis

Con relación a las Escuelas, el 42.5 % de los docentes pertenecen a la Escuela de Administración de Empresas, el 32.5 % a la Escuela de Contaduría Pública y solamente el 25 % a la Escuela de Economía.

TITULO

Análisis

Con relación a los títulos que han obtenido los docentes, el 42.5 % poseen título en Administración de Empresas, 17.5 % en Contaduría Pública y 10 % en Economía. Del total de los docentes encuestados, un 30 % son profesionales en otras carreras, entre ellas ingeniería, ciencias sociales, etc.

JORNADA LABORAL

Análisis

Respecto a la jornada laboral, los docentes de tiempo completo representan el 65 % del total de encuestados, el 35 % restante son de medio tiempo.

PREGUNTAS DE LA INVESTIGACION A DOCENTES

Objetivo

Conocer que porcentaje de docentes han utilizado los servicios de Internet, para identificar la demanda que este servicio tendría en el INFOCENTRO.

Pregunta

1.¿Ha utilizado Ud. Servicios de Internet?

Interpretación

La mayoría de los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas, en una gran proporción han utilizado los servicios de Internet, lo cual indica que de alguna forma conocen de las ventajas que ofrecen los sistemas y tecnologías de información. Es un grupo muy pequeño el que no ha utilizado estas tecnologías, las cuales al ponerse a disposición dentro de la Facultad podrían incidir en su uso.

Objetivo

Conocer el nivel de experiencia en Internet, para determinar el conocimiento que tienen los docentes de la Facultad.

Pregunta

2.¿Tiene experiencia en acceder a Internet?

Interpretación

Puede apreciarse que la experiencia de los docentes para acceder a Internet no es excelente, ya que la mayor proporción de los

encuestados la evalúan como buena, seguidamente, una cuarta parte considera que es poca su experiencia en la utilización de estas tecnologías. Lo anterior nos puede indicar que la utilización de Internet por parte de los docentes no es frecuente, y por otra parte, puede inferirse que en alguna medida no han sido capacitados para adquirir una mejor experiencia en el uso de tecnologías informáticas.

Objetivo

Investigar qué motivos tienen los docentes para utilizar Internet

Pregunta

3.¿Por qué motivo utiliza Ud. Internet?

Interpretación

Los principales motivos por los cuales los docentes utilizan Internet son Investigación, Comunicación y Cultura General, dada la naturaleza de la docencia dentro de la Facultad. Podemos afirmar, que las actividades de los docentes y específicamente su responsabilidad hacia éstas, conducen a que utilicen sistemas tecnológicos que les permitan acceder a información, con énfasis en las razones que se mencionan anteriormente.

Por otra parte la utilización de Internet, les agiliza la gestión de su trabajo dentro de la Facultad al utilizar estas tecnologías.

Objetivo

Determinar en qué lugares existe más demanda, para utilizar los servicios de Internet.

Pregunta

4. ¿En que lugar(es) utiliza los servicios de Internet?

Interpretación

La mayoría de los docentes tienen acceso a Internet en sus viviendas, de donde se les facilita cumplir con sus tareas. Por otra parte, la Biblioteca de la Universidad de El Salvador a través del Centro de Cómputo, es otro medio que utilizan para los efectos de investigación utilizando Internet.

Un grupo muy pequeño hace uso de estas tecnologías en sus respectivos trabajos, así como en Infocentros y Ciber Cafés donde se ofrecen estos servicios.

Objetivo

Conocer la oferta de los diferentes servicios para los cuales los docentes han utilizado Internet y observar la incidencia en la parte que corresponde a la Investigación

Pregunta

5. ¿Cuál(es) de los siguientes servicios ha utilizado Ud.?

Interpretación

Los servicios que utilizan los docentes son la búsqueda especializada de información, Correo electrónico, las capacitaciones y los seminarios, lo que demuestra que esta herramienta contribuye al proceso de autoformación aprendizaje en el campo de la docencia, y ayuda a la mejora individual de la docencia. Por consiguiente al proceso de formación de los alumnos.

Por otra parte, de instalarse un Centro de Información e Investigación en la Facultad, otros servicios adicionales a los mencionados serían utilizados por los docentes, entre ellos

están: escaneo de documentos, impresiones, fotocopias, anillado y empastado, entre otros.

La instalación de un Centro de Información e Investigación implicaría la oferta de estos servicios, por consiguiente se estaría satisfaciendo las necesidades que en la actualidad no le son suplidas a los docentes de esta Facultad.

Objetivo

Conocer como califican los docentes, la calidad de los diferentes lugares que ofrecen Internet.

Pregunta

6.¿Cómo considera Ud. Los servicios que brindan estos sitios?

Interpretación

Se puede apreciar que la calidad de los servicios que los docentes han recibido en los diferentes lugares donde accesan a Internet, no es muy buena por lo general. Esto implica que sin duda alguna la oferta de estos servicios con una mejor calidad dentro de la Facultad de Ciencias Económicas a través de un Centro de Información e Investigación, llenaría las expectativas de los usuarios, en este caso de los docentes, por lo cual existe una demanda insatisfecha y potencial que cubrir.

Objetivo

Conocer la oferta de precios de la competencia, para la fijación de un precio competitivo.

Pregunta

7.¿Qué precios ha pagado Ud. Por hacer uso de los servicios de Internet?

Interpretación

Tanto en los servicios de Internet que ofrece un Ciber Café como un Infocentro, su precio promedio por hora es de \$ 1.14, equivalentes a ¢ 10.00, el que en la actualidad es efectivamente el precio de la competencia en el mercado.

Por otra parte existe una proporción de docentes que paga estos servicios de forma mensual a diferentes empresas, el que oscila en promedio entre \$50.00 y \$60.00.

Objetivo

Identificar si la investigación es un área importante para los docentes al utilizar sistemas de información y tecnologías informáticas.

Pregunta

8.¿Considera Ud. que el acceso a sistemas de información utilizando tecnologías informáticas como Internet, facilitan la investigación?

Interpretación

La Investigación es evidentemente el área más importante en la que los docentes utilizarían el acceso a Internet dentro de la Facultad de Ciencias Económicas. Esto nos indica que de instalarse un Centro de Información e Investigación en la Facultad contribuiría al proceso formación aprendizaje, lo que coadyuvaría a una mejora de la calidad educativa dentro de la Facultad.

Objetivo

Conocer la demanda de la Facultad respecto a un servicio tecnológico, para promover el proceso de formación aprendizaje

Pregunta

9.¿A su criterio, es necesario que la Facultad ofrezca un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación?

Interpretación

La instalación de un Centro de Información e Investigación dentro de la Facultad que ofrezca medios tecnológicos para satisfacer el proceso enseñanza aprendizaje, es necesario e inpostergable no sólo por la demanda insatisfecha y potencial existente al no otorgársele este servicio, sino también, porque la mayoría de las Universidades ofrecen ya éstos medios alternativos de aprendizaje para la mejora de la calidad académica, lo que representa un reto para las autoridades de la Facultad.

Objetivo

Investigar la demanda de la población docente de la Facultad de Ciencias Económicas para que se cree un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

10.¿Utilizaría Ud. El Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en caso de crearse?

Interpretación

De instalarse un Centro de Información e Investigación en la Facultad, la gran mayoría de los docentes utilizaría estos servicios, lo que confirma que se tiene una demanda insatisfecha.

Puede inferirse que la utilización de los servicios de dicho centro contribuiría significativamente a la mejora de la labor

de los docentes, es decir a la mejora de la calidad académica a que aspira todo centro educativo.

Objetivo

Conocer la demanda potencial con que se utilizaría el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad.

Pregunta

11.¿De las siguientes opciones, señale con que frecuencia utilizaría Ud. El Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?

Interpretación

De instalarse el Centro de Información e Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, los docentes en su mayoría lo utilizarían por lo menos entre una y dos horas diarias. Una pequeña proporción de docentes lo haría entre una hora a la semana o dos horas al mes. Si bien es muy mínimo una utilización de parte de los docentes por más de dos horas diarias, será en la práctica cuando se instale un Centro de ese tipo el que defina cómo respondería la demanda existente en la actualidad, que como se ha dicho anteriormente es insatisfecha y con gran potencial.

Objetivo

Investigar los beneficios que el docente percibe al crearse un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

12.¿Cuáles beneficios cree Ud. Que le otorgaría el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), en la Facultad?

Interpretación:

Importante es de hacer ver que los docentes valoran mucho su gestión basada en el factor tiempo, ya que es uno de los principales beneficios que se señalan de su parte al hacer uso de un Centro de Información e Investigación . Además, como se ha identificado ya antes, el acceso a información por estos medios se vuelve importante e indispensable, ya que el énfasis se hace en la investigación o acceso de información general, lo que sin duda alguna está comprobado que contribuye a la mejora de la competitividad docente. Importante es de destacar, que la capacitación se vuelve otro factor que los docentes valoran, y en ese sentido estas tecnologías, con el enfoque que se propone dentro de un contexto virtual , no reemplaza a los profesores, ya que es sólo una herramienta para ellos mismos con el objetivo de contribuir a la mejora continua.

Objetivo

Investigar los servicios que demanda la población docente si se creara un Centro de Información e Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

13.¿Qué tipo de servicios le gustaría que brindara el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO) en la Facultad?

Interpretación:

La comunicación por el correo electrónico y la búsqueda de información especializada son servicios que los docentes prefieren se ofrezcan, esto está en concordancia con el énfasis del interés de la investigación y de comunicación en general. Aquí es importante valorar que la utilización de tecnologías de este tipo puede hasta ampliar la reflexión educativa hacia áreas de conocimiento que pueden suponer aportaciones relevantes en el

proceso de enseñanza y aprendizaje para el mismo docente, ya que éste presenta interés en lo que es no sólo el tema de capacitación, sino de seminarios y hasta video conferencias que se pueden aprovechar con este tipo de tecnologías. Dependerá de su utilización, ya que la enseñanza podría ser más creativa y hasta más activa por que se dinamiza el aprendizaje mismo, no sólo de docentes en este caso, sino de los estudiantes que son parte medular a la que se deben los servicios de la Facultad por medio de los docentes.

Por otra parte, hay que tomar en cuenta que existe interés en que en un tipo de Centro como el que se propone, se ofrezcan servicios complementarios como las impresiones, fotocopias, escaneo de documentos, entre otros colaterales que usualmente se ofrecen por la competencia.

Objetivo

Investigar las áreas en las cuales demandan capacitación los docentes al utilizarse un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

14. ¿En qué áreas le gustaría que se impartieran capacitaciones en el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Interpretación

Finanzas, mercadeo y comercio internacional son las áreas que la encuesta arroja en las que se tiene interés por parte de los docentes en que se impartan capacitaciones, pero como se dijo anteriormente la utilización de tecnologías de este tipo puede hasta ampliar la reflexión educativa hacia áreas de conocimiento que pueden suponer aportaciones relevantes en el proceso de enseñanza y aprendizaje para el mismo docente y del estudiante.

Hay que tomar en cuenta que dependerá del aprovechamiento que se haga de este tipo de tecnologías, ya que la enseñanza podría ser más creativa y hasta más activa como se mencionó, porque se dinamiza el aprendizaje mismo, no sólo de docentes en este caso, sino de los estudiantes. Los idiomas, el cooperativismo y la asociatividad son entre otras áreas que de contarse con estos recursos pueden ofrecerse, para que tanto docentes y alumnos mejoren su formación continua dentro del proceso enseñanza aprendizaje que les ofrece la Universidad de El Salvador, en este caso por medio de la Facultad de Ciencias Económicas.

Objetivo

Determinar la forma de pago que más le gustaría al docente realizar al utilizar un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

15.¿ Que forma de pago le gustaría hacer por el uso del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)?

Interpretación

El pago por hora es el que mayor aceptación tiene por parte de los docentes al hacer uso de un Centro de Información e Investigación. En una segunda opción se encuentra la mensual, pero dependerá de las modalidades que se fijen o propongan a la consideración de las instancias que administren el Centro, ya que factores externos e internos tendrán que considerarse para hacer viable y factible este proyecto, entre ellos la competencia que no sólo se limita a lo que son los mismos Infocentros o Ciber Cafés, sino también a las Universidades que ya ofrecen éstos servicios con formas diferentes de realizar los pagos por parte de los usuarios.

Objetivo

Conocer los precios que están dispuestos a pagar los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

16. En los siguientes rangos por hora, mes y semestre ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Interpretación

No sólo por los resultados que arrojan la encuesta en cuanto al precio que se estaría dispuesto a pagar, sino también considerando lo que actualmente ofrece la competencia misma por medio de los Cyber Cafés e Infocentros en los alrededores de la Universidad, es un rango entre \$ 0.57 y \$ 1.14 por hora el que deberá considerarse para hacer los estudios o presupuestación financiera del proyecto.

En lo que a una estimación financiera, a partir de pagos mensuales podría efectuarse, ésta se encontraría en un precio entre el rango de \$11.43 a \$22.86 de dólar, lo que de considerarse, habría que justificarse por qué y qué beneficios traería, ya que a partir de la práctica, y de lo que también podemos considerar como cultura de pago por hora, puede no ser lo más conveniente para las proyecciones financieras, aunque habrá que considerar modalidades y segmentos, de encontrarse viable.

Objetivo

Analizar qué días de la semana demandarían más los docentes para utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

17.¿Qué días utilizaría Ud. Los servicios del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)?

Interpretación

Tomando en cuenta su actividad y la permanencia de los docentes dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, resulta obvio que utilizarían un Centro de Información e Investigación durante la semana de lunes a viernes, un grupo muy reducido lo haría los días sábados, pero hay que tomar en cuenta que éstos tendrán que ajustarse a lo que serían los horarios y la disponibilidad que haya de los servicios dentro del Centro, ya que como se mencionó anteriormente, existe una demanda insatisfecha dentro de la Facultad, no sólo de los alumnos, sino de los mismos docentes, lo que nos hace pensar que habría que considerar cuánta disponibilidad habría para ellos en la semana para ofrecerles el servicio y que puedan aprovecharlo.

Objetivo

Conocer los horarios en que los docentes están dispuestos a utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad.

Pregunta

18.¿En que horarios utilizaría Ud. Los servicios del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)?

Interpretación:

Para los docentes, los horarios que más les conviene son después de las 5 de la tarde, aunque hay también un grupo representativo que harían uso de 7 a 9 a.m. y de 9 a 12 M. Acá nuevamente es de tomar en cuenta que será la demanda y la misma oferta la que determinen el uso del Centro de Información e Investigación que

se prevé instalar dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.

Otras Modalidades podrán ser consideradas con los horarios, para estimular el aprovechamiento por parte de los docentes de los beneficios que se pueden obtener de los sistemas y tecnologías de información que ofrecería un Centro de Información e Investigación.

CRUCES DE VARIABLES ESTUDIANTES

Objetivo

Conocer el nivel de experiencia en Internet, para determinar el conocimiento que tienen los estudiantes de la Facultad, con relación a la ocupación de éstos.

OCUPACION /EXPERIENCIA

Interpretación

Podemos inferir que los alumnos que trabajan y estudian como los que sólo estudian, en promedio tienen experiencia en navegar en Internet, pero esta no es muy buena, a pesar de que como se indicó anteriormente, unos practican en sus trabajos, casas, Ciber Café e incluso en Infocentros.

Tampoco se puede decir que no tienen la experiencia necesaria, ya que los porcentajes indican que hay un grado de experiencia en su utilización.

Lo importante es que están familiarizados con el uso de INTERNET, y que esto, es un elemento importante para pensar que de contarse con un Centro de Información e investigación INFOCENTRO en la Facultad, éstos harían uso de este recurso.

Objetivo

Investigar qué motivos llaman a utilizar Internet a los estudiantes por cada una de las carreras de la Facultad.

MOTIVO / CARRERA

Interpretación

En las tres escuelas los estudiantes encuestados, respondieron que les interesa las 4 áreas en las cuales se les consultó sobre los motivos por los que se utiliza el Internet. Es obvio

que éstos motivos tienen diferente aceptación para los estudiantes, pero debe de notarse que para los efectos de investigación, son los estudiantes de Administración de Empresas los que lo utilizarían más, seguido de los estudiantes de Contaduría Pública y Economía respectivamente.

Podemos asumir que de contarse con un Centro de Información e Investigación, INFOCENTRO dentro de la Facultad, este se utilizaría con estos motivos, pero existen otros por los cuales podrá ser utilizado y que tendrán que ofrecerse en función de la demanda existente y que se vaya desarrollando, ya que por ejemplo, las capacitaciones podrán ser otras motivaciones por las cuales los estudiantes y/o usuarios se interesen.

Objetivo

Determinar en qué lugares existe más demanda, para utilizar los servicios de Internet, relacionado esto a la ocupación de los estudiantes encuestados.

OCUPACION / LUGAR EN QUE UTILIZA INTERNET

Interpretación

Al no contarse con un Centro de Información e Investigación dentro de la Facultad, se hace muy relevante notar que son los Ciber Cafés aledaños a la Universidad o en su periferia lo que los estudiantes utilizan para hacer uso de los sistemas y tecnologías que ofrecen Internet, lo que al mismo tiempo nos indica que existe una demanda interna y potencial dentro de la Facultad que no está siendo satisfecha.

Hay que hacer notar que los estudiantes que trabajan y estudian lo hacen en igual proporción en sus lugares de trabajo y en donde se ofrecen los servicios con más accesibilidad cerca de la

Universidad, además, los que sólo estudian lo hacen en una gran proporción en los Ciber cafés, al no contarse con un servicio que se ofrezca dentro de la Facultad.

Debe de tomarse en cuenta que se hace un mayor uso por parte de los Estudiantes de la Facultad en los INFOCENTROS que están cerca de la Facultad, que en los servicios que ofrece la biblioteca de la Universidad, lo que nos puede indicar que la demanda no es satisfecha con la oferta actual del servicio y que su calidad no llena las expectativas de los usuarios.

Objetivo

Conocer como califican los estudiantes por carrera de la Facultad, la calidad de los diferentes lugares que ofrecen Internet.

CARRERA /COMO CONSIDERA LOS SERVICIOS QUE BRINDAN ESTOS SITIOS

Interpretación

No es fácil cualificar la calidad de los servicios ofrecidos por los diferentes sitios sobre los que se han consultado a los estudiantes de la Facultad, sin embargo es notorio que no prevalece el calificarlos de excelentes ni de muy buenos en general, lo que nos indica que tienen expectativa para que se les brinde un mejor servicio, el que tendría que ser muy diferenciado del que en la actualidad reciben, en este caso como se dijo anteriormente, el énfasis está puesto en los Ciber cafés.

Objetivo

Identificar si la investigación es un área importante para los alumnos de las diferentes carreras, al utilizar sistemas de información y tecnologías informáticas.

***CARRERA/ EL ACCESO A SISTEMAS DE INFORMACION COMO INTERNET
FACILITAN LA INVESTIGACION***

Interpretación

El acceso a INTERNET tiene mucho impacto en la facilitación de la investigación, esto es confirmado por los estudiantes consultados de la Facultad de Ciencias Económicas por medio de la encuesta. Se puede afirmar que la instalación de un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO dentro de la Facultad llenaría la expectativa de los alumnos al ofrecérseles un servicio de este tipo, por que se haría uso del mismo con un gran énfasis, no sólo por el interés que existe sino por la necesidad que no ha sido cubierta por mucho tiempo, tal y como se hace en otras universidades.

Objetivo

Conocer la demanda de los estudiantes de las diferentes carreras de la Facultad, respecto a un servicio tecnológico, para promover el proceso de formación aprendizaje.

***CARRERA/ NECESIDAD QUE LA FACULTAD OFREZCA UN SERVICIO
TECNOLOGICO PARA FACILITAR Y PROMOVER LA ENSEÑANZA EN LA
EDUCACION.***

Interpretación

El acceso a sistemas de información por medio de tecnologías informáticas, en este caso INTERNET, para facilitar la enseñanza aprendizaje, podemos decir que son una necesidad en la actualidad dentro de la realidad que vive la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El salvador. Todos los estudiantes confirman que es una necesidad no satisfecha al no brindárseles este servicio.

Con los servicios que no sólo ofrecen los Ciber cafés y los Infocentros, de los cuales muchos alumnos hacen uso, así como de los avances que tienen en esta materia otras universidades al darles esta facilidad a sus estudiantes, se necesita que se ofrezca un servicio tecnológico que facilite y promueva el proceso enseñanza aprendizaje dentro de la Facultad para poner a nuestro Centro de Estudio a la altura de la competencia.

Objetivo

Investigar la demanda efectiva de la población estudiantil, segmentado por carrera, de la Facultad de Ciencias Económicas para que se cree un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

CARRERA/ UTILIZARIA EL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION INFOCENTRO EN CASO DE CREARSE.

Interpretación

Es muy significativo comprobar que al no existir una oferta de servicios tecnológicos dentro de la Facultad, y al consultarle a la población estudiantil que de existir un servicio de este tipo haría uso del mismo o no , la gran mayoría esta dispuesta, o asegura utilizaría los servicios de un INFOCENTRO al crearse éste.

Se comprueba que hay una demanda insatisfecha, por lo que se hace necesario llevar a cabo la instalación de un Centro de este tipo dentro de la Facultad.

Objetivo

Conocer la demanda potencial con que se utilizaría el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, relacionado a los estudiantes por ocupación en la Facultad.

OCUPACION/ CON QUE FRECUENCIA UTILIZARIA EL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION (INFOCENTRO) EN LA FACULTAD.

Interpretación

Tanto las personas que trabajan y estudian, como las que sólo estudian utilizarían los servicios del Centro de Información e Investigación en un promedio de 3 horas por semana, pero debe tomarse en cuenta que todos los encuestados harían uso por lo menos una hora durante la semana, lo cual confirma que están dispuestos a utilizar los servicios del Centro que se proyecta instalar dentro de la Facultad a través del presente proyecto.

Objetivo

Determinar la forma de pago que más le gustaría al estudiante realizar al utilizar un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con respecto a la ocupación actual de los encuestados.

OCUPACION/ QUE FORMA DE PAGO LE GUSTARIA HACER POR EL USO DEL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION INFOCENTRO.

Interpretación

Es muy revelador y significativo, que la forma de pago que puede considerarse desde ya más conveniente para cuando esté instalado el INFOCENTRO sería por hora, tomando en cuenta las preferencias y como también lo maneja la competencia en los alrededores de la Universidad y otros lugares. Asimismo, es necesario que también pueda considerarse de forma mensual, tal y como se hace en otras universidades, pero debe tomarse en cuenta que para las

proyecciones financieras sería más conveniente por hora cómo es en la mayoría de los casos.

Objetivo

Analizar qué días de la semana existiría mayor demanda, para utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con relación a los estudiantes que trabajan y estudian o a los que sólo estudian de la Facultad de Ciencias Económicas.

OCUPACION/ EN QUE DIAS UTILIZARIA LOS SERVICIOS DEL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION INFOCENTRO.

Interpretación

Los mayores usuarios del Centro de Información e Investigación INFOCENTRO serían los alumnos que sólo estudian, y en una mayor proporción de lunes a viernes, pero también aunque en una menor proporción lo harían en esos mismos días los que trabajan y estudian. Cabe mencionar que también habría una demanda para los días sábados, tanto por la mañana y la tarde, pero podemos afirmar que la demanda insatisfecha podría aumentar al ofrecerse los servicios de los que se ha hablado anteriormente que otorgaría el INFOCENTRO.

CRUCES DE VARIABLES DE DOCENTES

Objetivo

Conocer el nivel de experiencia en Internet, para determinar el conocimiento que tienen los docentes de la Facultad, con relación a la ocupación de éstos.

JORNADA LABORAL/ EXPERIENCIA

Interpretación

Podemos interpretar que los docentes que trabajan a medio tiempo como los que trabajan a tiempo completo, en promedio tienen buena experiencia en navegar en INTERNET, pero esta no es excelente, a pesar de que como se indicó anteriormente, unos practican en sus trabajos, casas, Ciber Café e incluso en Infocentros.

Tampoco se puede decir que no tienen la experiencia necesaria, ya que los porcentajes indican que hay un grado de experiencia en su utilización.

Lo relevante es que están familiarizados con el uso de INTERNET, y que esto, es un elemento trascendental para pensar que al contarse con un Centro de Información e investigación INFOCENTRO en la Facultad, éstos harían uso de este recurso.

Objetivo

Investigar qué motivos llaman a utilizar Internet a los docentes de cada una de las escuelas de la Facultad.

ESCUELA/ UTILIZADO

Interpretación

La mayoría de los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas en todas las escuelas en una gran proporción han utilizado los

servicios de Internet, lo cual indica que de alguna forma conocen de las ventajas que ofrecen los sistemas y tecnologías de información.

Es un grupo muy pequeño el que no ha utilizado estas tecnologías, las cuales al ponerse a disposición dentro de la Facultad podrían incidir en su uso. Es importante rescatar que el 100% de los profesores de Contaduría Pública han hecho uso de Internet.

Objetivo

Determinar en qué lugares existe más demanda, para utilizar los servicios de Internet, relacionado esto a la jornada laboral de los docentes encuestados.

JORNADA LABORAL /LUGARES

Interpretación

La mayoría de los docentes tiene acceso a Internet en sus viviendas, de donde se les facilita cumplir con sus tareas. Por otra parte, la Biblioteca de la Universidad de El Salvador a través del Centro de Cómputo, es otro medio que utilizan para los servicios de investigación utilizando Internet. Son los docentes de tiempo completo, los que accesan más los servicios a través de la biblioteca.

Un grupo muy pequeño hace uso de estas tecnologías en sus respectivos trabajos, especialmente los de medio tiempo, así como en Infocentros y Ciber Cafés donde se ofrecen estos servicios.

Objetivo

Conocer como califican los docentes de cada escuela de la Facultad, la calidad de los diferentes lugares que ofrecen Internet.

ESCUELA/ SITIOS**Interpretación**

Se puede apreciar que la calidad de los servicios que los docentes de las diferentes escuelas han recibido en los diferentes lugares donde accesan a Internet, no es muy buena por lo general. Esto implica que la oferta de estos servicios con una mejor calidad ofrecida dentro de la Facultad de Ciencias Económicas a través de un Centro de Información e Investigación, llenaría las expectativas de los usuarios, en este caso de los docentes en sus respectivas escuelas, por lo cual existe una demanda insatisfecha y potencial que cubrir.

Objetivo

Identificar si la investigación es una área importante para los docentes de las diferentes escuelas, al utilizar sistemas de información y tecnologías informáticas.

ESCUELA /ACCESO**Interpretación**

La Investigación es evidentemente el área más importante en la que los docentes de las 3 Escuelas utilizarían el acceso a Internet dentro de la Facultad de Ciencias Económicas. Esto nos indica que de instalarse un Centro de Información e Investigación en la Facultad contribuiría al proceso formación aprendizaje, lo que contribuiría a una mejora de la calidad educativa dentro de la Facultad.

Objetivo

Conocer la demanda de los docentes de las diferentes escuelas de la Facultad, respecto a un servicio tecnológico, para promover la enseñanza de la educación.

ESCUELA /OFREZCA**Interpretación**

La instalación de un Centro de Información e Investigación dentro de la Facultad que ofrezca medios tecnológicos para satisfacer el proceso enseñanza aprendizaje, es necesario e inpostergable de acuerdo a lo que afirmaron los docentes, nuevamente no solo por la demanda insatisfecha y potencial existente al no otorgársele este servicio, sino también, porque la mayoría de las Universidades ofrecen ya éstos medios alternativos de aprendizaje para la mejora de la calidad académica, lo que representa un reto para las autoridades de la Facultad.

Objetivo

Investigar la demanda efectiva de la población docente, para que se cree un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

ESCUELA /CREARSE**Interpretación**

De instalarse un Centro de Información e Investigación en la Facultad, la gran mayoría de los docentes de las diversas escuelas utilizaría estos servicios, lo que confirma que se tiene una demanda insatisfecha.

Puede inferirse que la utilización de los servicios de dicho centro contribuiría significativamente a la mejora de la labor

de los docentes, es decir a la mejora de la calidad académica a que aspira todo Centro educativo.

Objetivo

Conocer la demanda potencial con que se utilizaría el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, relacionado a los docentes por jornada laboral en la Facultad.

JORNADA LABORAL /FRECUENCIA

Interpretación

De instalarse el Centro de Información e Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, los docentes en todas las Escuelas y en su mayoría lo utilizarían por lo menos entre una y dos horas diarias. Una pequeña proporción de docentes lo haría entre tres horas a la semana o dos horas al mes. Si bien es muy mínimo una utilización de parte de los docentes por más de dos horas diarias, será en la práctica cuando se instale un Centro de ese tipo el que defina cómo respondería la demanda existente, que como se ha dicho anteriormente es insatisfecha y con gran potencial.

Objetivo

Determinar la forma de pago en que más le gustaría a los docentes realizar al utilizar un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con respecto a la jornada laboral de los mismos.

JORNADA LABORAL /PAGO

Interpretación

Son el pago por hora el que mayor aceptación tiene por parte de los docentes al hacer uso de un Centro de Información e Investigación. En una segunda opción se encuentra la mensual, pero dependerá como se dijo con anterioridad de las modalidades

que se fijen o propongan a la consideración de las instancias que administren el Centro, ya que factores externos e internos tendrán que considerarse para hacer viable y factible este proyecto, entre ellos la competencia que no sólo se limita a lo que son los mismos Infocentros o Ciber Cafés, sino también a las Universidades que ya ofrecen éstos servicios con formas diferentes de realizar los pagos por parte de los usuarios.

Objetivo

Analizar qué días de la semana existiría la mayor demanda, para utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con relación a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas

JORNADA LABORAL /DEMANDA DE SERVICIOS

Interpretación

Tomando en cuenta su actividad y la permanencia de los docentes dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, así como su jornada laboral en este caso, resulta obvio que utilizarían un Centro de Información e Investigación durante la semana de lunes a viernes en mayor medida, un grupo muy reducido lo haría los días sábados, pero hay que tomar en cuenta como se dijo con anterioridad que éstos tendrán que ajustarse a lo que serían los horarios y la disponibilidad que haya de los servicios dentro del Centro, ya que como se mencionó anteriormente, existe una demanda insatisfecha dentro de la Facultad, no sólo de los alumnos, sino de los mismos docentes, lo que nos hace pensar que habría que considerar cuánto disponibilidad habría para ellos en la semana y que momentos para ofrecerles y aprovechen los diferentes servicios .

8.2 ANALISIS FODA

Objetivo:

Realizar un análisis que permita identificar áreas críticas para definir pasos estratégicos a seguir en función de la instalación e implementación de un Centro de Información e Investigación, INFOCENTRO en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.

Metodología:

Se discutieron de forma prioritaria elementos del FODA para poder analizar una correlación de variables que pudieran concluir en una estrategia a seguir para el proyecto que nos ocupa.

PRINCIPALES DEBILIDADES (INTERNAS)

- D1 No existe una cultura clara y definida que estimule como política de la Facultad de Ciencias Económicas a los estudiantes y docentes al uso de sistemas y tecnologías de información.
- D2 No se cuenta con un Centro de Información e Investigación que ofrezca los servicios que tanto docentes y alumnos demandan en la actualidad.
- D3 Hay limitantes financieras que no permiten poner a disposición de los alumnos y docentes recursos tecnológicos.
- D4 Existe una actitud de indiferencia por parte de docentes de la Facultad para implementar proyectos novedosos con un enfoque tecnológico que contribuyan al proceso enseñanza aprendizaje.

- D5 Falta de visión de largo plazo de parte de las autoridades de la Facultad para prepararse hacia una Sociedad de la Información que cada vez es más compleja y que requiere de una adaptación y aprovechamiento por medio de herramientas y sistemas tecnológicos.
- D6 No se hace un análisis de la competencia para tener un diagnóstico claro de la situación de desventaja en que se encuentra la Facultad en este campo de la Informática y Telecomunicaciones.
- D7 No se valoriza un enfoque productivo para desarrollar un proyecto de este tipo que permita ofrecer valor agregado de calidad, competitivo y con sostenibilidad en el tiempo para adaptarse a los cambios.

PRINCIPALES FORTALEZAS (INTERNAS)

- F1 Docentes y estudiantes de la Facultad con una cultura muy desarrollada hacia la investigación con metodología científica técnica, que permite ser crítico.
- F2 Aprovechar la oportunidad para dotar de infraestructura física a la Facultad de Ciencias Económicas, a fin de que pueda aprovecharse para apoyar un proyecto tecnológico como el que se prevé.
- F3 La capacidad en la formación de administrar y desarrollar recursos de tipo, humano, técnico y financieros.
- F4 Capacidad para planificar y proyectar una iniciativa novedosa, de impacto y de beneficio educativo tecnológico a largo plazo. En un corto plazo a la comunidad estudiantil y docente, en el mediano y largo plazo a la sociedad salvadoreña en su conjunto.
- F5 Asociatividad de (Docentes, alumnos y autoridades administrativas) para ayudar en el esfuerzo de planificación e implementación de un proyecto de esta naturaleza.
- F6 Apoyo de las máximas autoridades para respaldar una iniciativa como la que se proyecta, para que sirva de modelo para aplicar en otras Facultades y otros Centros de Enseñanza Superior.
- F7 Visión clara de ser un Centro Educativo Superior cada vez más interdependiente con otros Centros de Enseñanza nacionales y extranjeros donde se acentúa el intercambio de cooperación educativa en muchas áreas y modalidades.

PRINCIPALES OPORTUNIDADES (EXTERNAS)

- 01 Entorno cada vez más competitivo en el sector de la Educación Superior en el país.
- 02 Claridad de país al encontrarnos en una etapa de cambios dinámicos e interdependientes, los que se apoyan en alguna medida por las autoridades de Gobierno y proyectos tecnológicos que estimulen el conocimiento mediante la formación y aprendizaje continuo.
- 03 Fuentes cooperantes con mayor disposición de apoyar proyectos o iniciativas con un enfoque no sólo productivo, sino que aprovechando recursos tecnológicos y con sostenibilidad en el tiempo por su impacto de largo plazo.
- 04 Disponibilidad y acceso a sistemas y tecnologías informáticas cambiantes que se pueden adoptar y/o adaptar para la mejora continua en cualquier área, en este caso en el proceso formación aprendizaje de la Educación Superior.
- 05 Lograr alianzas de cooperación educativa con Centros de Educación Superior nacionales y extranjeros, así como Centros de Desarrollo e Investigación que permitan mejorar la competitividad tanto de alumnos y docentes, no sólo de la Facultad de Ciencias Económicas, sino de la Universidad en su conjunto
- 06 El uso de tecnologías y acceso a sistemas de información pueden propiciar la especialización técnico científica de la Facultad de Ciencias Económicas, en aquellas áreas que se consideren son las más estratégicas y prioritarias para contribuir al desarrollo nacional.
- 07 Las modalidades de Asociatividad que el entorno competitivo presenta en la actualidad en todos los órdenes, como modelos para adaptar lo que sea beneficioso en las

estructuras organizativas que se definan son las más idóneas para administrar un proyecto tecnológico y de desarrollo continuo como el que se plantea.

PRINCIPALES AMENAZAS (EXTERNAS)

- A1 Una competencia cada vez más competitiva desde el punto de vista educativo tecnológico en el área de formación superior, tanto nacional como extranjera.
- A2 Una adaptación a los cambios tecnológicos educativos, más rápida y cualitativa de parte de muchas universidades en el país.
- A3 Formación de profesionales especializados y competitivos cada vez más en el mercado laboral nacional.
- A4 Formación multidisciplinaria de profesionales del extranjero para ser más competitivos en cualquier parte del mundo.
- A5 Adaptación a los cambios tecnológico educativos de los profesionales extranjeros más rápido y con mejor calidad que les permite ser más competitivos.
- A6 Desaprovechamiento de las oportunidades de cooperación en todas las modalidades que ofrece el entorno mundial y que pueden utilizarse con el uso de medios tecnológicos y de información que están al alcance.
- A7 No contar con una visión de largo plazo con un enfoque de formación aprendizaje continuo y de calidad utilizando sistemas y tecnologías informáticas que permitan un desarrollo de profesionales competitivos de acuerdo a las exigencias mundiales.

8.3 ANALISIS FODA (Cruces de Variables)

ESTRATEGIAS OFENSIVAS (FORTALEZAS-OPORTUNIDADES)

| Oportunidades Fortalezas | 01 <i>Entorno cada vez más competitivo</i> | 02 <i>Etapas de cambios dinámicos e interdependientes</i> | 03 <i>Fuentes cooperantes con mayor disponibilidad de cooperación</i> | 04 <i>Especialización técnica-científica mediante el uso tecnológico y acceso a sistemas de información</i> |
|--|---|--|---|--|
| F1 Visión clara de ser un centro de educación superior cada vez más interdependiente con otros centros | | | | |
| F2 Apoyo de las autoridades para el proyecto | | | Gestionar apoyo financiero a nivel internacional a través de las autoridades superiores de la UES | |
| F3 Capacitación en la información de administración y desarrollo en recursos de todo tipo | Implementar métodos novedosos de enseñanza aprendizaje mediante el uso de informática | | | Capacitación a docentes y estudiantes en áreas estratégicas que contribuyan a la formación de un mejor profesional |
| F4 Circunstancias favorables para adaptarse en la infraestructura | | | Gestionar apoyo internacional para implementar el proyecto | |

ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS (OPORTUNIDADES-DEBILIDADES)

| <p><i>Debilidades</i></p> <p><i>Oportunidades</i></p> | <p>D1 Inexistencia de un Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)</p> | <p>D2 Limitantes de recursos financieros</p> | <p>D3 Falta de visión de largo plazo (involucramiento, sociedad e información)</p> | <p>D4 No hay análisis de la competencia (Centros de Educación Superior Nacionales e internacionales)</p> |
|--|---|--|--|--|
| <p>O1 Entorno competitivo en Educación Superior</p> | | <p>Buscar Apoyo para proyectos tecnológicos de la UES con el MINED</p> | | <p>Oferta de precios competitivos para usuarios del INFOCENTRO</p> |
| <p>O2 Fuentes cooperantes (Apoyo a proyectos tecnológicos)</p> | <p>Presentación de proyectos tecnológicos a fuentes cooperantes</p> | | | |
| <p>O3 Alianza de cooperación educativa (Centros de Educación Nacionales y Extranjeros)</p> | | | | <p>Propiciar acercamiento con otras universidades para realizar acciones de cooperación en proyectos tecnológicos educativos</p> |
| <p>O4 Especialización técnica científica (uso de tecnologías)</p> | | | <p>Programas de formación aprendizaje para docentes y alumnos adaptando tecnología</p> | |

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Los alumnos y docentes de la Facultad de Ciencias Económicas poseen una relativa experiencia en utilizar tecnología de información y comunicación como el INTERNET, por lo que han experimentado las ventajas que este recurso representa dentro del proceso formación aprendizaje.
2. El principal motivo por el cual se hace uso de INTERNET para alumnos y docentes es la investigación, herramienta importante que contribuye en esta área de la formación en enseñanza y aprendizaje.
3. Al no ofrecerse un servicio de conectividad inmediato dentro de la Facultad para estudiantes y docentes para acceder información por estos medios, esa demanda se satisface principalmente en los Ciber Cafés de los alrededores de la Universidad de El Salvador que ofrecen precios accesibles por hora de conectividad.
4. Dentro de los servicios que se ofrecen en los Ciber Cafés o Infocentros, la búsqueda de información especializada es la que predomina para estudiantes y docentes, lo que está directamente relacionado a la investigación misma.
5. Por no contarse con los servicios de acceso a INTERNET, hacen uso de los servicios ofertados fuera de La Universidad principalmente, los cuales son calificados por alumnos y docentes como buenos o muy buenos.
6. El precio promedio que se paga por una hora de utilización de los servicios de INTERNET es de \$ 1.14

dentro de la competencia, el cual puede tomarse como referencia.

7. Para alumnos y docentes es una afirmación que los sistemas y tecnologías informáticas facilitan efectivamente la investigación.
8. De igual forma, ambos confirmaron en más del 90 % que debe de ofrecerse dentro de la Facultad un servicio tecnológico como el que se propone, el que de crearse lo utilizaría en una alta proporción.
9. Por lo menos una o dos horas diarias es el promedio en que se utilizaría un Centro de Información e Investigación en caso de crearse, tanto por alumnos y docentes de la Facultad de Ciencias Económicas.
10. El ahorro de tiempo y el acceso a información en general son dos elementos que constituyen beneficios importantes para docentes y alumnos, al utilizar un Centro de Información e Investigación dentro de la Facultad.
11. Los servicios que alumnos y docentes prefieren se ofrezcan, además de la búsqueda especializada de información, son entre otros la educación a distancia, capacitaciones, seminarios y video conferencias.
12. Las finanzas, el comercio y el mercadeo son de las principales áreas en que estudiantes y docentes de la Facultad les gustaría que se ofreciera capacitación por medio de tecnologías informáticas.
13. El pago por hora es la modalidad que se ajusta de mejor forma a los alumnos y docentes al hacer uso de los servicios que se ofrecerían.
14. Lunes a viernes son los días en que principalmente se utilizarían los servicios, especialmente en horarios por la tarde de 5 a 8 p.m., tanto para alumnos y docentes.

15. El cooperativismo y la asociatividad son áreas que pueden estimularse entre docentes y alumnos que se interesen en implementar un proyecto novedoso como éste, dado los esfuerzos multidisciplinarios que se necesitan para implementarlo.
16. La competencia, en este caso no sólo los Ciber cafés o Infocentros, sino también las mismas Universidades han tomado ventaja al ofrecer servicios tecnológicos para contribuir al desarrollo de formación y aprendizaje.
17. La cultura de uso de sistemas y tecnologías informáticas para enriquecer el conocimiento no se está desarrollando como se debe dentro de la Universidad de El Salvador, y en este caso específico en la Facultad de Ciencias Económicas.

RECOMENDACIONES

1. Existe una demanda potencial dentro de nuestra Facultad para hacer uso de los Sistemas y Tecnologías de Información, por medio de un Centro de Información e Investigación como el que se propone, la cual debe satisfacerse, tomando en cuenta también la experiencia en el uso de INTERNET que estudiantes y docentes poseen.
2. Debe de facilitarse el acceso a los Sistemas y Tecnologías Informáticas a estudiantes y docentes como un instrumento importante de investigación, tal y como se hacen esfuerzos mínimos dentro de la biblioteca de la Universidad actualmente.
3. Esta facilitación puede darse a precios accesibles y competitivos dentro de la Facultad, tomando en cuenta el uso que hacen actualmente con la oferta de servicios que dan los Ciber Cafés y los Infocentros.
4. La mejora continua dentro del proceso enseñanza aprendizaje puede y debe de dinamizarse dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador mediante la implementación de este tipo de proyectos tecnológicos. " Instalación de un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO", el cual ofrecería acceso a información especializada para las necesidades de estudiantes y docentes.
5. Debe de proponerse a los docentes y autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas a corto plazo, un Plan de Negocios para este tipo de proyectos, a efecto de que de manera prioritaria se gestionen recursos para su implementación y se ofrezca un servicio de acceso a

información con fines formativos con valor agregado que supere o en todo caso iguale a la competencia que se tiene en actualidad.

6. Las formas y disposición de pago de alumnos y docentes deben de tomarse muy en cuenta para realizar el análisis de precios, así como las horas promedio de uso que han manifestado utilizaría, a fin de poder ofertar a la comunidad estudiantil y docente un servicio de calidad con alto valor agregado, a precio competitivo y que permita la sostenibilidad del proyecto.
7. La formación de profesionales altamente calificados en nuestra Facultad, capaces de atender las demandas de una sociedad que se globaliza día a día, basada cada vez más en la gestión centrada en el factor tiempo y mejora continua, debe adaptarse a formas de enseñanza como la virtual, a través de tele conferencias o videoconferencias, entre otros servicios de que se puede disponer y en áreas especializadas que se demanden por la comunidad estudiantil.
8. La visión de la Facultad no sólo debe de centrarse en la formación de profesionales competentes con sentido ético, críticos y propositivos utilizando únicamente recursos humanos, sino también científicos como es en la práctica, pero también tecnológicos como lo hacen ya otras universidades.
9. La cooperación dentro del concepto de Asociatividad para lograr objetivos que beneficien a la comunidad estudiantil y académica para proyectos como éste, se vuelve un factor determinante para que se integren esfuerzos y definan formas y modalidades de coordinar la dirección del proyecto.

10. En la actual coyuntura de la Universidad de El Salvador, las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas deben de aprovechar la oportunidad para que se designe un espacio físico adecuado para la instalación de un Centro de Información e Investigación.
11. La identificación de cooperantes potenciales para proyectos de este tipo debe plantearse de forma prioritaria para que se gestionen los recursos que permitan su implementación.
12. El análisis FODA concluye a manera de recomendación de acciones estratégicas a seguir, que debe ofrecerse un servicio diferenciado con precios competitivos, haciendo énfasis en una estructura administrativa funcional que dirija el proyecto y su implementación con una visión de largo plazo y adaptándose a las realidades cambiantes en el proceso aprendizaje.

CAPITULO III

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION (INFOCENTRO) EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

A. RESUMEN EJECUTIVO

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador busca establecer en su recinto, un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con el propósito de ofrecer servicios que contribuyan al proceso de formación aprendizaje de estudiantes y docentes, entre otros clientes; utilizando sistemas y tecnologías informáticas con énfasis en la investigación y la formación profesional en general.

Los servicios prestados estarán respaldados por la Asociación Infocentros de El Salvador por medio del otorgamiento de una Franquicia a la Facultad, la cual formará parte de una red de Infocentros a nivel nacional, en donde se generarán muchos beneficios de valor agregado por la asociación estratégica que se busca. Así, la Facultad de Ciencias Económicas se unirá a un equipo que forma la red de Infocentros y que en la actualidad alcanza 25 Centros, los cuales están en expansión, uniéndose así al conocimiento y experiencia de la Asociación.

Los servicios prestados por el Infocentro consistirán no sólo en la navegación y comunicación en Internet por medio del correo electrónico como es lo usual en un Ciber Café a través del alquiler de computadoras. El valor agregado es mayor, por cuanto los servicios son más amplios como las capacitaciones para personas y/ o empresas, cursos interactivos o en línea,

conferencias y tele conferencias, diseño y alojamiento de página web para personas naturales, pequeñas o medianas empresas, así como servicios varios como impresiones, escaneo, fotocopias, anillados y laminaciones, envío de faxes, venta de productos varios, etc.

Debe de tomarse en cuenta que se hace por medio de la Asociación Infocentros, una investigación y desarrollo de productos y servicios nuevos, y se trabaja en el funcionamiento del Infocentro sobre la estandarización de operaciones que busca una alta calidad en atención y servicio.

La Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador es el gestor de este proyecto educativo tecnológico, la que por medio de una estructura funcional y participativa para la buena administración del proyecto, buscará no sólo la sostenibilidad del mismo, sino la mejora continua que permita darle valor agregado en una gestión basada en el factor tiempo con la adopción de sistemas y tecnologías informáticas acorde a las necesidades y realidades del momento.

La Junta Directiva de la Facultad requiere de una inversión total inicial de \$ 111,428.57 en donde ésta proveerá el espacio físico y la estructura organizativa que opere el proyecto con responsabilidad y eficiencia en beneficio de los estudiantes y docentes, así como otros clientes que demandarán los servicios, buscando la sostenibilidad del proyecto al asegurar los recursos necesarios para cumplir con los gastos de operación, mantenimiento, administrativos y otros que sean necesarios.

La oportunidad de este proyecto es clara por su impacto a nivel social y educativo, el que por la naturaleza de la Facultad de Ciencias Económicas contribuirá en gran medida a buscar alianzas estratégicas internas y externas, no sólo a nivel de universidades, sino también a nivel de una alianza estratégica Universidad empresa a nivel local.

Como podrá verse en el estudio financiero, el proyecto es auto sostenible desde el primer año con la utilización de la Franquicia que otorgaría la Asociación Infocentro. Así, mensualmente la administración del proyecto tendrá que pagar un porcentaje de las utilidades por concepto de regalías a la Asociación Infocentros, así como por los gastos de operación que estén inmersos en el buen desempeño del negocio en todas las áreas.

Vale destacar a las instancias que tengan la oportunidad de evaluar este proyecto, que se trata de una iniciativa novedosa con un enfoque de asociatividad docentes- alumnos para mejorar la competitividad no sólo de éstos, sino de otros actores como las pequeñas y medianas empresas del país, partiendo de las necesidades existentes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador y de un ambiente cada vez más competitivo en el ámbito de la educación superior no sólo nacional, sino internacional.

B. JUSTIFICACION DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA INSTALAR UN INFOCENTRO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

El crecimiento del uso de la Internet a nivel mundial tiene un crecimiento exponencial, la red mundial crece a una tasa promedio del 50% anual, y para fines de formación educativa

superior la tendencia de uso de tecnologías informáticas es creciente.

Sólo entre un 10% y 20% de la población mundial hace uso de esta tecnología, por lo que existe un potencial de crecimiento de este mercado. De ese total, que aproximadamente representa unos 400 millones de personas usuarias, América Latina capta sólo un 6 %, de los cuales el 90 % son personas de altos ingresos y sólo un 10% corresponde a personas con bajos ingresos.

En El Salvador ya se hacen muchos esfuerzos por parte de empresas y Centros Educativos para adaptar tecnologías de comunicación e información para mejorar la competitividad.

En la Universidad de El Salvador, específicamente dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, la acelerada dinámica del desarrollo de las Tecnologías de Información vienen marcando una brecha frente a la educación formal que va siendo cada vez más difícil acortar o mucho menos de superar. Es por eso que con el propósito de mejorar la competitividad de los alumnos y docentes de este centro educativo, además de buscar la vinculación de cooperar entre la Universidad y la empresa nacional, con énfasis en la pequeña y mediana empresa, un Centro de Información e Investigación como un INFOCENTRO, se vuelve una necesidad, si se considera la real desventaja en que el Centro de Estudio se encuentra con respecto a otros Centros Educativos, así como por la creciente demanda que presenta actualmente la Facultad tanto de alumnos como docentes.

1. FINALIDAD

Instalar un Centro de Investigación e Información INFOCENTRO en la Facultad de Ciencias Económicas para formar profesionales

altamente calificados, capaces de atender las demandas de una sociedad globalizada, adaptando tecnologías de comunicación e información para apoyar el proceso de formación aprendizaje, adaptando tecnologías de punta para lograr una enseñanza competitiva de acuerdo a las exigencias del momento y desarrollando productos y servicios educativos para favorecer el desarrollo.

2.VISION

Ser un Centro de Información e Investigación con estándares de calidad que pueda ser acreditado por organismos nacionales e internacionales para favorecer el desarrollo profesional de todos sus clientes, con un enfoque de vinculación Universidad Empresa para contribuir al desarrollo nacional bajo una administración participativa y funcional que permita un desarrollo productivo con sostenibilidad en el tiempo haciendo el mejor uso de todos los recursos.

3.MISION

Ofrecer servicios tecnológicos de acceso de comunicación e información para la mejora continua de estudiantes, docentes y empresas, con una orientación productiva y sostenida para contribuir a la generación de una masa crítica de recursos humanos calificados para que contribuyan a impulsar cambios que propicien el desarrollo sostenible del país.

4.OBJETIVOS

- Brindar a nuestros clientes acceso a nuevos medios de comunicación e información por medio de tecnologías informáticas con conectividad, a una Red Nacional de INFOCENTROS.

- Fomentar el desarrollo empresarial de alumnos, docentes y otros usuarios sobre la base de la formación en la Ciencias Económicas y Empresariales con una modalidad de investigación científica y tecnológica.
- Generar oportunidades de empleo y superación al ofrecer capacitaciones especializadas por los medios formales, así como con la utilización de tecnologías informáticas.
- Mejorar el nivel de vida de los Salvadoreños por medio del desarrollo profesional y productivo a través de una formación aprendizaje de calidad.
- Fomentar alianzas para la cooperación multisectorial en el desarrollo de la Ciencias Económicas y empresariales.

C. ANALISIS E INVESTIGACION DE MERCADO

1.PRECIO

En la investigación de campo se determinó que la capacidad o disponibilidad de pago que tienen los estudiantes y docentes para acceder el servicio de navegación está entre \$0.57 y \$1.14.

Con base al análisis de competencia, se ha considerado que el pago por hora de acceso a navegación sea de \$0.60.

A partir de lo anterior, se considera que el Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO) debe establecer precios competitivos acordes a la disponibilidad de pago de los usuarios, tomando en cuenta que el Infocentro estará ubicado en el Campus Universitario.

A continuación se presentan los precios de los diferentes servicios que se brindarán en el INFOCENTRO:

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE EL INFOCENTRO

| Detalle | Precio |
|--------------------------------|---------------|
| Hora de navegación en Internet | \$ 0.60 |
| Videoconferencias | \$ 6.00 |
| Capacitaciones | \$11.43 |
| Cursos Libres en línea | \$11.43 |
| Impresiones | |
| Blanco y Negro | \$ 0.14 |
| Color | \$ 0.34 |
| Diseño de páginas Web | |
| Estudiantes y Docentes | \$ 5.71 |
| Pequeñas y Medianas Empresas | \$14.29 |
| Escaneo de documentos | \$ 0.51 |
| Fotocopias | |
| Tamaño carta | \$ 0.02 |
| Tamaño oficio | \$ 0.03 |
| Anillado | \$ 1.37 |
| Empastado Sencillo | \$ 2.86 |
| Empastado Doble | \$ 6.86 |
| Recepción de Fax | \$ 0.23 |
| Envío de Fax | |
| Local | \$ 0.34 |
| Nacional | \$ 0.57 |
| Internacional | \$ 1.00 |

2. DEMANDA

La Demanda insatisfecha del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), está dada por los estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, aunque se dará acceso a toda la población estudiantil de la Universidad de El Salvador y a personas particulares que deseen adquirir dichos servicios.

Además, la investigación en el estudio de campo muestra que más del 87 % de la población encuestada conoce sobre Internet, pero

la mayoría tiene poca experiencia en hacer uso de este servicio, (VER ANEXO # 3), tabulado de las preguntas #1 y #2 de los cuestionarios de estudiante y docentes. La gran mayoría de los encuestados manifiestan que si existiera un Centro de Información e Investigación dentro de las instalaciones de la Facultad, harían uso de estos servicios, lo que garantiza la demanda para este tipo de servicios.

3. OFERTA

En la actualidad el Laboratorio de Cómputo de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, no ofrece todos los servicios requeridos por la población estudiantil, ya que su utilización es sólo para impartir asignaturas como computación I y II, por lo que se pretende dar respuesta a las necesidades de servicio de Internet, así como otros que demande la Población estudiantil y docente.

La Biblioteca Central posee un Centro de Navegación en Internet, el cual está disponible para la población estudiantil y docente, y posee las siguientes limitantes:

- El equipo es insuficiente para cubrir la demanda.
- El espacio físico con que cuenta es pequeño para la cantidad de usuarios que se atienden.
- Los usuarios tienen que solicitar con mucho tiempo de anticipación la asignación de una hora respectiva de navegación, por lo que no se cubren las expectativas de los demandantes.

3.1 DESCRIPCION DE LOS SERVICIOS OFERTADOS DEL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO)

- Correo Electrónico: Servicio donde el usuario tendrá una dirección electrónica que le permitirá recibir o enviar mensajes a cualquier otra dirección o destino.

- Búsqueda especializada de información: Este servicio ofrecerá al usuario acceso directo a direcciones de Internet, para la búsqueda de información en el área de su interés y poder realizar investigaciones.
- Capacitaciones y Seminarios: Los usuarios podrán recibir el servicio de capacitaciones o seminarios en áreas que se definan prioritarias y sobre la base que más les interese.
- Videoconferencias: Los usuarios podrán recibir Video Conferencias que se ofrecerá con la coordinación de la Asociación Infocentro.
- Diseño y publicación de páginas Web: Los usuarios podrán tener su propio diseño de páginas Web según sus expectativas y ésta podrá ser modificada por ellos desde cualquier lugar a través de Internet.
- Impresiones: Consistirá en que los usuarios podrán imprimir sus trabajos de investigación, ya sea que la información la trabajen ellos, la tengan en un disquete o la bajen de Internet.
- Fotocopias: Los usuarios podrán contar con el servicio de fotocopias en el momento en que lo soliciten.
- Escaneo de documentos: Significa que los usuarios podrán presentar algunos logos o contraseñas las cuales podrán ser insertadas dentro del documento de su interés y escanear documentos en general.
- Anillados y empastados: Se podrán anillar trabajos o documentos en el momento en que se requiera.

4. MERCADO POTENCIAL

Está formado por los consumidores de los diferentes servicios que ofrecerá el Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO) (Estudiantes y Docentes) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador

y otros interesados, ya sean alumnos de otras facultades o particulares que deseen hacer uso de los servicios.

D. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

En los alrededores de la Universidad existen aproximadamente 12 Ciber Cafés, los cuales ofrecen básicamente servicios de navegación y correo electrónico, entre otros de suministros varios de papelería. Los precios de éstos servicios oscilan entre \$0.80 y \$1.14 por hora. El personal que atiende en estos centros no pasa de tres personas, y es importante mencionar que sus servicios no son de la calidad que se ofrece en las Universidades o INFOCENTROS existentes.

Por otra parte, en el caso de los INFOCENTROS se han analizado solamente los servicios y productos que están ubicados en el Centro de Gobierno y el de la Colonia Zacamil. En ambos, adicionalmente a los servicios que se ofrecen en los Ciber Cafés, están los de capacitación a distancia, seminarios y capacitaciones en general que son requeridas por empresas. Vale indicar que el precio de los servicios de navegación ofertados es de \$ 1.60 por hora para estudiantes, \$1.71 para socios y de \$2.29 para particulares. Por lo general éstos Centros son atendidos por tres personas, un gerente o administrador, una recepcionista y un asistente para apoyo técnico. Los mayores ingresos que tiene un INFOCENTRO lo constituyen sus ventas por servicios, en artículos varios y los de capacitación que se requieren por parte de las empresas por lo general.

Asimismo, existe lo que son los Centros de Cómputo o Laboratorios que poseen las Universidades, en este caso se analizaron los que corresponden a la Universidad Tecnológica y Francisco Gavidia respectivamente. Estos Centros de Cómputo o

Laboratorios poseen una tecnología de punta para el acceso a la navegación y servicios de comunicación. El esfuerzo de enseñanza aprendizaje de estos centros de estudios se ve reforzado por el uso de sistemas y tecnologías que permiten que los estudiantes y los docentes mejoren su competitividad.

En este caso, los precios por el uso de laboratorios o Centros de Computo se hace por cada semestre, en la Universidad Tecnológica es de \$11.43 y en el de la Francisco Gavidia es de \$14.29. Cabe destacar que en ambas existe el servicio de educación a distancia y el de las capacitaciones permanentes en diferentes áreas.

Por lo general, la administración de estos Centros la hacen tres personas, en el caso de la Universidad Tecnológica existe un encargado y estudiantes que hacen sus prácticas sociales apoyando las actividades de éstos.

Se puede apreciar en el cuadro siguiente los aspectos con relación a los horarios que tienen en la actualidad estos competidores, los precios a los que ofrecen sus servicios, así como el número de laboratorios o máquinas que poseen, entre otros.

Se considera que a partir de las características que posee esta competencia actualmente, y al ofrecerse un servicio con calidad tecnológica como el que se prevé, así como un precio competitivo a la par de servicios con valor agregado como el de la capacitación y/o educación a distancia, entre otros, puede el Centro de Información e Investigación competir con ventaja al diferenciarse bajo el soporte de una Franquicia y una buena

estructura administrativa que mantenga la calidad y le de valor agregado a los servicios.

CUADRO COMPARATIVO DE LOS SERVICIOS DE LA COMPETENCIA

| Descripción | Precio | Centros de Cómputo | Servicios | Horarios |
|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------------|--|--|
| UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR | Ninguno | 01 | Ninguno adicional a navegación y correo electrónico. | L-V 9:00 am- 6:00 pm |
| PERSONAL 01 | | | Se planea poder cobrar una cuota mínima para impresiones. | S 8:00 am - 1:00 pm |
| UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA | \$14.29 por ciclo | 08 | Clases, diplomados, seminarios que son organizados por los Decanatos, especialmente de Ingeniería. Se proyecta un edificio inteligente. | L-V 6:30 am- 8:30 pm S 6:30 am- 6:00 pm D 6:30 am- 5:00 pm |
| UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA | \$11.43 por ciclo | 10 | Cuenta con educación a distancia en algunas áreas y programa de tutorías para docentes. Laboratorios y librería específica para idiomas, clases de Inglés , navegación en INTERNET, videos, tesis, libros y se encuentra habilitada una sala de | L-V 7: 00 am- 8:30 pm S 7:00 am- 6:00 pm |
| PERSONAL 03 | | | | |

| | | | | |
|-------------|--|--------------------|---|--|
| | | | estudios bien equipada. | |
| INFOCENTROS | Entre \$1.14 y \$1.37 por hora | 03 investigados | Capacitaciones y seminarios. Impresiones, fotocopias, venta accesorios computadoras, venta de golosinas, libros, fotografías, escaneo, venta de disquetes, | L-V 8:00 am- 7:00 pm S 9: 00 am - 5:00 pm D 9:00 am- 1:00 pm |
| PERSONAL 03 | | | | |
| CIBER CAFES | Entre \$0.80 y \$1.14 por hora | 06 investigados | Impresiones, fotocopias, mantenimiento, venta accesorios y golosinas, escaneo, venta de disquetes, materiales de librería Alquiler de computadoras, venta de tintas | L-D 8am-8pm en promedio |
| PERSONAL 03 | | | | |

UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA

Precios: \$14.29 por ciclo

Centros de Cómputo: Ocho Centros de Cómputo

Servicios Ofrecidos: Clases, diplomados, seminarios que son organizados por los Decanatos, especialmente de Ingeniería

Horarios: L-V 6:30 a.m. - 8:30 p.m., S 6:30 a.m. a 6:00 p.m.,
D 6:30 a.m. a 5:00 p. m.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

Precios: \$11.43 por ciclo

Centros de Cómputo: Diez Centros de Cómputo

Servicios Ofrecidos: Las materias que se imparten utilizando los Laboratorios son Inglés, Programación I, II, III y IV, algoritmos I y II y Organización de bases de datos

Horarios: L-V 7: 00 am - 8:30 p m, S 7:00 a.m. a 6:00 p. m.

E. PLAN DE MERCADEO

1. SERVICIOS

El Centro de Información e Investigación ofrecerá servicios tecnológicos de calidad basados en la demanda insatisfecha que existe en la actualidad de los docentes y alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador.

El Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), deberá dirigir sus esfuerzos en la prestación de servicios tales como: navegación, correo electrónico, búsqueda especializada de información, conferencias y videoconferencias, capacitaciones y cursos en línea en general. Asimismo, se ofrecerán servicios colaterales como el diseño y publicación de páginas web, escaneo de documentos, capacitaciones, impresiones, fotocopias, anillados y empastados entre otros.

El énfasis del servicio, dada la naturaleza de la Facultad se centrará en la investigación y la capacitación continua como fuente generadora de conocimiento y aprendizaje.

2. PRECIO

De acuerdo al estudio de la competencia y analizando específicamente el precio, se ha considerado conveniente que el precio debe ser menor a ésta. En ese sentido y con el propósito de darle accesibilidad a estudiantes y docentes, así como otros usuarios que utilicen el Centro, el precio que se ha establecido para la determinación de ingresos y las proyecciones correspondientes será de \$ 0.60 por hora de navegación , el cual nos permite operar el proyecto de forma auto sostenible.

Otros precios se han considerado para los diferentes servicios que se han mencionado anteriormente y que se detallan en el estudio de mercado.

3. PLAZA

Por los servicios que se ofrecerán en el Centro de Información e Investigación dentro de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, éstos también se ofrecerán a otros usuarios que requieran de su utilización dentro de la misma Universidad, es decir a estudiantes y docentes de las diferentes Facultades.

Por otra parte, dentro de la plaza también están considerados aquellos clientes que requieran de éstos servicios y que sean de fuera de la Universidad. Como ejemplo, una microempresa o pequeña empresa podrá solicitar que se le provea de los diferentes servicios descritos que ofrecerá el Centro de Información e Investigación de la Universidad.

4. PROMOCION

Con el propósito de lograr una efectiva comercialización de lo que serán los servicios tecnológicos que brindará el Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), se harán promociones como el despliegue de pancartas dentro del Campus Universitario, reparto de volantes que indiquen los servicios y precios, así como cuñas dentro de espacios radiales que se consideren convenientes.

Por otra parte, se desarrollarán promociones como la de obsequiar cupones a los usuarios para visitar gratuitamente diferentes lugares, como por ejemplo cines y otros centros de diversión, entre otros que se puedan considerar.

F. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

1.FACTIBILIDAD TECNICA

En el estudio técnico se determinan las variables que tienen una mayor incidencia en el proyecto Infocentro, a fin de establecer el espacio real necesario, su distribución, capacidad de producción, recursos necesarios y ubicación estratégica.

1.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO

Para determinar la ubicación estratégica ideal para el Centro de Información e Investigación Infocentro, se consultó a la Unidad de Planificación de la Universidad de El Salvador, donde se observaron los diseños arquitectónicos de las nuevas edificaciones de la Universidad de El Salvador y específicamente de la Facultad de Ciencias Económicas .

Tomando en cuenta las opiniones de la población encuestada y las nuevas edificaciones se considera que el Centro de Información e Investigación podría ubicarse como primer alternativa en el

Edificio Nuevo de Aulas de la Facultad de Economía que se está construyendo actualmente y como segunda alternativa una ampliación o remodelación del Centro de Computo actual, incluyendo la escuela de Administración de Empresas y Contaduría.

1.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está determinado por la capacidad instalada que tendrá el Centro de Información e Investigación Infocentro.

Para el presente proyecto tenemos en cuenta que el Infocentro tendrá 40 computadoras, considerando la demanda insatisfecha que existe en la actualidad, por parte de estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias Económicas. Según la Asociación Infocentro se requiere de un promedio de 150 m² para este número de computadoras lo que puede distribuirse de la siguiente manera:

AREA DE COMPUTADORAS PERSONALES: tendrá un espacio físico de 100 m².

AREA DE CAPACITACION Y VIDEOCONFERENCIAS. Tendrá un espacio físico de 25 m² y estará separada por una división con el área de Computadoras personales para tener la facilidad de unir estos espacios en un momento determinado.

AREA ADMINISTRATIVA Y DE RECEPCIÓN DE USUARIOS: incluirá un espacio físico de 25 m² ya que en este espacio estará la oficina del Gerente General, además de el espacio donde estará el contador y la secretaria atendiendo los usuarios con los servicios de fotocopias, anillado , empastado, impresión, venta de productos varios, entre otros.

CUADRO # 1
CAPACIDAD INSTALADA DEL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION,
(INFOCENTRO)

| Días | No. De horas por día | No. De Computadoras | Demanda por Día | Semanas al año | total Anual |
|-----------|-------------------------|------------------------|--------------------|-------------------|----------------|
| Lunes | 13 | 40 | 520 | 49 | 25,480.00 |
| Martes | 13 | 40 | 520 | 49 | 25,480.00 |
| Miércoles | 13 | 40 | 520 | 49 | 25,480.00 |
| Jueves | 13 | 40 | 520 | 49 | 25,480.00 |
| Viernes | 13 | 40 | 520 | 49 | 25,480.00 |
| Sábado | 13 | 40 | 520 | 49 | 25,480.00 |
| TOTAL | 78 | 40 | 3120 | 49 | 152,880.00 |

A partir de la información presentada en el cuadro anterior se puede determinar que el proyecto contará con una capacidad instalada de 152,880 horas de servicio al año.

1.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

1.3.1. MAQUINARIA Y EQUIPO DEL PROYECTO

Para desarrollar el proyecto o en otras palabras para llevarlo a su etapa de ejecución el Centro de Información e Investigación necesita una serie de equipos y software necesarios, los cuales serán proporcionados por la Asociación Infocentro al adquirirse la franquicia; además de proporcionar el soporte o apoyo técnico, para garantizar la calidad de la información.

Por otra parte la Facultad de Ciencias económicas deberá aportar el local debidamente acondicionado incluyendo el pago de los servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y teléfono, pago mensual por regalía al adquirirse la franquicia,

producto de las ganancias sobre las ventas que sean superiores al 20 %.

El total del mobiliario y equipo a utilizar por el Centro de Información e Investigación Infocentro será de \$ 11,432.38 el detalle se encuentra en el ANEXO # 5.

1.3.2 DISTRUBUCION EN PLANTA

EL Centro de Información e Investigación Infocentro debe contar con un local que se adecue a los requerimientos del proyecto. Es por ello que para cada alternativa y área mencionada anteriormente se presentan las siguientes especificaciones:

- a) Edificio o local nuevo de aulas de la Facultad de Ciencias Económicas, el espacio físico que abarcará será de 150 m² y estará distribuido de la siguiente manera:

(VER ANEXO # 13)

Area de Computadoras Personales: tendrá un espacio de 100 m², donde estarán ubicadas 40 computadoras con sus respectivos muebles.

Area de Capacitaciones y Videoconferencias: Contará con 25 m² y estará separada del área de computadoras personales por una división, para en un momento determinado poder quitar la división y utilizar toda el área para Videoconferencias en un momento necesario.

Area Administrativa y de recepción de usuarios: contará con 25 m², habrá un área de servicios donde se venderán productos varios como revistas, disquete o CDS y otros accesorios; también en esta área se encontrará una secretaria para llevar el control y uso de fotocopias, anillado, empastado, grabado de información en disquete, y otros servicios, y por último se ubicará el área del Gerente General.

El Centro de Información e Investigación podría estar ubicado como segunda alternativa de la siguiente manera:

- b) Con una remodelación del área donde se encuentra el Centro de Computo actual incluyendo la escuela de Administración de Empresas y Contaduría Pública, lo que se puede distribuir de la siguiente manera:

Area Administrativa y de Recepción de usuarios que incluye la oficina del Gerente que tendría un área de 10 m², también se encontrará una secretaria y un contador que abarcará 12 m² incluyendo recepción de usuarios donde estarán el mostrador y ventas varias.

Area de Capacitaciones y Videoconferencias que tendrá un espacio físico de 40 m².

Area de Computadoras Personales: donde estarán las 40 computadoras. Está área se recomienda que este anexa al área de Videoconferencias y Capacitaciones separada por una división, para unirla en un momento necesario, abarcará 90 m², el baño 10 m², 5 m² para baños de hombres y 5 m² para baños de mujeres, a la par estará una bodega de 8 m².

2. FACTIBILIDAD LEGAL Y AMBIENTAL

2.1 LEY GENERAL DE EDUCACION

Las disposiciones preliminares de la ley General de Educación según Art. 1 define el alcance y objeto de la misma, el cual expresa que "La educación es un proceso de formación permanente personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad de sus derechos y sus deberes".

En relación con el Centro de Investigación e Información, (INFOCENTRO), el Art. 27 de la misma ley detalla que " La Educación Superior se regirá por una ley especial cuyo objetivo es formar profesionales competentes con fuerte vocación de

servicio y sólidos principios morales y promover la investigación en todo".

2.2 NUEVA LEY ORGANICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Las disposiciones preliminares de la Nueva Ley Orgánica de la Universidad de El Salvador (Artículo 1), definen el objeto de la misma el cual es establecer los principios y fines generales en que se basará la organización en funcionamiento de la Universidad.

Para efectos de la normativa relacionada a la instalación del INFOCENTRO; podemos encontrar que el Artículo 33, señala las Atribuciones y Deberes del Decano, específicamente el literal d), establece que éste debe "adoptar dentro de sus funciones ejecutivas, todas las medidas que sean necesarias para asegurar la buena marcha de la Facultad y la debida coordinación entre sus dependencias". Por lo cual, el Decano como autoridad, es el ente inicial que debe brindar el apoyo hacia el proyecto, así como proponer su instalación a la Junta Directiva.

Dentro de las Atribuciones y Deberes de las Juntas Directivas; el Artículo 32, literal d), señala que esta debe "proponer al Consejo Superior Universitario la creación, supresión, anexión o fusión de escuelas, institutos u otros organismos dependientes de la Facultad a fin de que sean aprobados".

Para darle seguimiento a la instalación del Centro de Información e Investigación (si es aprobado por el Consejo Superior) debe ser sometido a la aprobación por la Asamblea General Universitaria (Artículo 22, literal f).

Toda organización debe poseer un Reglamento Interno, que regirá las actividades administrativas dentro de la misma; el Centro en estudio no es la excepción, por lo tanto este debe estar sujeto a las disposiciones contempladas en el Artículo 19, literal c), es decir que dicho reglamento debe ser aprobado por la Asamblea General Universitaria.

2.3 ESTATUTOS DE LA ASOCIACION INFOCENTRO.

En los estatutos se contemplan de manera general las disposiciones que regirán tanto a la Asociación como a los miembros que forman parte de ella.

Los fines generales de la Asociación son los de aportar al desarrollo nacional propiciando la generación, publicación e intercambio de información, democratizando el acceso al conocimiento y fomentando el desarrollo de las telecomunicaciones.

Sus objetivos son el promover el uso y ampliación de canales de comunicación entre las instituciones científicas, académicas y de desarrollo en El Salvador; operar una red de Infocentros de ámbito nacional, los cuales consisten en Centros de investigación, educación, producción y publicación de información, entre otros; y conectarse e integrarse a otras redes similares que estén a su vez conectadas con redes internacionales.

Por otra parte, busca promover, estimular y facilitar la creación, publicación y difusión sistemática de contenidos de valor agregado de carácter nacional en la red de acceso generalizado, mantener informados a sus miembros de la existencia, características, cambios tecnológicos de las

diferentes redes nacionales que sean de interés para los fines de esta Asociación.

De igual forma, representar a sus miembros ante entidades nacionales y del exterior, prestar asistencia técnica para las diferentes redes y servicios telemáticos de información, transmitir a sus miembros, así como a los demás usuarios de las redes mundiales a las cuales se encuentran interconectados, una imagen real, así como de promoción de sus recursos y potenciales de la República de El Salvador. La Asociación busca brindar servicios de capacitación para los usuarios y para el personal técnico de la Asociación, Promocionar la industrialización y optimización de los servicios de información y telemáticos y desarrollar los proyectos que considere necesarios para la realización de sus fines.

A fin de cumplir con sus objetivos, la Asociación, podrá dedicarse a cualquier actividad lícita permitida por la ley, con el sólo requisito de que dichas operaciones redunden en el cumplimiento de los fines de la Asociación. Para tales efectos, la Asamblea General podrá señalar cualquier otra actividad que estime conveniente.

2.4 LEY DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA

La Universidad de El Salvador, está excluida del pago de este impuesto, según lo establece el Artículo 6, literal a), que dice: "No son sujetos obligados al pago de este impuesto:

- a) El Estado de El Salvador".

Tomando en cuenta que el INFOCENTRO formará parte de la Estructura Organizativa de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad y que depende del Ministerio de Educación y éste

es parte del Estado, el proyecto está excluido del Impuesto sobre la Renta, toda vez sean las autoridades universitarias, y en este caso específico la Facultad de Ciencias Económicas quienes sean los responsables de desarrollar el proyecto bajo la visión, misión y objetivos en que se ha dimensionado.

2.5 LEY DE IMPUESTO A LA TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES Y A LA PRESTACION DE SERVICIOS (IVA).

Según lo establece el Artículo 20, inciso segundo, el Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), será un sujeto pasivo; es decir, estará obligado al pago de este impuesto. Literalmente el Artículo expresa:

"Igual calidad tendrán las instituciones, organismos y empresas propiedad del Gobierno Central y de instituciones públicas descentralizadas o autónomas, cuando realicen los hechos previstos en esta Ley, no obstante que las leyes por las cuales se rigen las hayan eximido de toda clase de contribución o impuestos, salvo cuando realicen actividades bursátiles". El INFOCENTRO prestará diversos servicios los cuales están gravados con este impuesto, según lo establecido en el Artículo 16.

2.6 LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION FINANCIERA DEL ESTADO

Una institución que forme parte del Estado no puede obtener financiamiento de instituciones financieras privadas o de proveedores, aspecto que involucra a la Universidad de El Salvador. El Artículo 43 de esta ley expone:

"Prohíbese a cualquier titular u otro funcionario de las entidades e instituciones del sector público sujetas a las normas de la presente ley, entrar en negociaciones, adquirir compromisos y firmar contratos que comprometan fondos públicos no previstos en el presupuesto, en forma temporal o recurrente del ejercicio fiscal en ejecución"

ASPECTOS AMBIENTALES

Por la naturaleza del proyecto que busca la adopción de sistemas y tecnologías de información y comunicación, éste no tiene consecuencias en detrimento del medio ambiente en lo que a la sostenibilidad se refiere.

Se considera que por el contrario, su implementación puede contribuir a generar una mayor conciencia de protección ambiental en general por parte de los usuarios, toda vez la administración del proyecto lo oriente de esa forma en sus políticas al utilizarse tecnologías y sistemas de información como lo que se busca.

3. FACTIBILIDAD ECONOMICA

Para detallar el total de la inversión se tomará en cuenta la primera alternativa que consiste en el uso del local del edificio nuevo de aulas de la Facultad de Ciencias Económicas, lo cual necesitará un acuerdo de la Junta Directiva, y aunque no se incurrirá en inversión para la construcción de instalaciones, se tendrá que incurrir en gastos de remodelación del local.

Tomando en cuenta que la asociación Infocentro proveerá el equipo y software necesarios, a continuación se detalla el resumen de las inversiones anuales que se hará en instalaciones eléctricas, salarios de personal, papelería y suministros para oficina, consumo de agua potable, energía eléctrica y teléfono, costo por regalía, línea dedicada, mantenimiento y depreciación. A continuación se presenta un cuadro resumen de los costos anuales en que se incurrirán.

| RESUMEN DE LOS COSTOS ANUALES | |
|--------------------------------------|----------------------|
| Instalaciones eléctricas | \$ 3,942.85 |
| Papelería y suministros de oficina | \$ 9,756.24 |
| Consumo telefónico | \$ 1,923.95 |
| Consumo de Energía Eléctrica | \$ 51,250.08 |
| Consumo de Agua Potable | \$ 1,200.00 |
| Sueldos del Personal | \$ 82,162.27 |
| Costo por regalía | \$ 4,114.32 |
| Mantenimiento | \$ 1,886.28 |
| Depreciación | \$ 2,286.48 |
| Línea dedicada | \$ 12,571.44 |
| TOTAL | \$ 171,093.91 |

3.1 DEPRECIACION

Para calcular la depreciación se hace uso del método de Línea Recta, para un período de 5 años, para el rubro de Mobiliario.

| Depreciación | Valor | Años a Depreciar | Depreciación anual |
|--------------|--------------|------------------|--------------------|
| Mobiliario | \$ 11,432.38 | 5 | \$ 2,286.48 |

3.2 MANTENIMIENTO

Los gastos por mantenimiento del equipo necesario se detallan a continuación:

| Unidades | Equipo | Costo de Mtto. del Equipo | No. De Veces de Mtto. Por año | Costo Total de Mtto. al año |
|--------------|--------------|---------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| 43 | Computadoras | \$ 14.29 | 3 | \$ 1,843.41 |
| 1 | Servidor | \$ 14.29 | 3 | \$ 42.87 |
| Total | | | | \$ 1,886.28 |

3.3. CAPITAL DE TRABAJO

Se considera como capital de trabajo en términos prácticos aquel fondo o aporte económico complementario disponible para la ejecución del proyecto.

A continuación se presenta el Capital de Trabajo proyectado para un mes:

| CAPITAL DE TRABAJO | |
|--------------------------------------|---------------------|
| Papelería y suministros para oficina | \$ 813.02 |
| Consumo mensual de teléfono | \$ 160.33 |
| Consumo mensual de agua potable | \$ 100.00 |
| Consumo mensual de energía eléctrica | \$ 4,270.84 |
| Pago mensual de línea dedicada | \$ 1,047.62 |
| Sueldo mensual de personal | \$ 6,846.86 |
| Publicidad Inicial | \$ 228.57 |
| Costo de regalía mensual | \$ 342.86 |
| Sub-total | \$ 13,810.10 |
| Imprevistos (5 %) | \$ 690.50 |
| TOTAL | \$ 14,500.60 |

3.4. DETERMINACION DE LOS INGRESOS

La determinación de los ingresos se calcula por la venta de servicios que tendrá el Centro de Información e Investigación, (INFOCETRO), la cual se detalla a continuación:

DETERMICION DE LOS INGRESOS

| Detalle | Precio en \$ | Total |
|--------------------------------|-----------------|----------------------|
| Hora de navegación en Internet | \$ 0.60 | \$ 45,864.00 |
| Videoconferencias (*) | \$ 6.00 | \$ 9,000.00 |
| Impresiones (*) | | |
| Blanco y Negro | \$ 0.14 | \$ 4,116.00 |
| Color | \$ 0.34 | \$ 1,499.40 |
| Gráfico | \$ 0.57 | \$ 3,998.40 |
| Diseño de páginas. Web (*) | | |
| Estudiantes y Docentes | \$ 5.71 | \$ 1,678.74 |
| Pequeñas y Medianas Empresas | \$ 14.29 | \$ 2,100.63 |
| Escaneo de documentos (*) | \$ 0.51 | \$ 124.95 |
| Fotocopias (*) | | |
| Tamaño carta | \$ 0.02 | \$ 3,234.00 |
| Tamaño oficio | \$ 0.03 | \$ 882.00 |
| Anillado (*) | \$ 1.37 | \$ 2,016.00 |
| Empastado Sencillo (*) | \$ 2.86 | \$ 2,520.00 |
| Empastado Doble (*) | \$ 6.86 | \$ 2,016.00 |
| Recepción de Fax (*) | \$ 0.23 | \$ 11.50 |
| Envío de Fax (*) | | |
| Local | \$ 0.34 | \$ 17.14 |
| Nacional | \$ 0.57 | \$ 17.14 |
| Internacional | \$ 1.00 | \$ 25.00 |
| Capacitaciones (*) | \$ 11.43 | \$ 27,432.00 |
| Cursos Libres en línea (*) | \$ 11.43 | \$ 80,650.08 |
| TOTAL | | \$ 187,202.98 |

(*) VER ANEXO # 12

4. FACTIBILIDAD FINANCIERA.

4.1 FLUJO DE EFECTIVO.

El Flujo de efectivo muestra las entradas y salidas de efectivo del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO).

**FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO PARA 5 AÑOS
CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO)**

| AÑOS DETALLE | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Saldo Inicial | | | \$ 20,051.93 | \$ 41,315.08 | \$ 63,850.03 | \$ 87,720.37 |
| Ingresos por servicios(*) | | \$ 187,202.98 | \$ 196,563.13 | \$ 206,391.29 | \$ 216,710.85 | \$ 227,546.40 |
| TOTAL INGRESOS | | \$ 187,202.98 | \$ 216,615.06 | \$ 247,706.37 | \$ 280,560.89 | \$ 315,266.76 |
| EGRESOS | | | | | | |
| Gastos en Maquinaria y equipo | (\$ 70,124.17) | | | | | |
| Instalaciones Eléctricas | (\$ 3,942.85) | | | | | |
| Mobiliario y Equipo de Oficina | (\$ 11,432.38) | | | | | |
| Capital de Trabajo | (\$ 14,500.60) | | | | | |
| Remodelación del Local | (\$ 11,428.57) | | | | | |
| Línea dedicada(*) | | \$ 12,571.44 | \$ 13,200.01 | \$ 13,860.01 | \$ 14,553.01 | \$ 15,280.66 |
| Pago de Regalía(*) | | \$ 4,114.32 | \$ 4,320.04 | \$ 4,536.04 | \$ 4,762.84 | \$ 5,000.98 |
| Agua Potable (*) | | \$ 1,200.00 | \$ 1,260.00 | \$ 1,323.00 | \$ 1,389.15 | \$ 1,458.61 |
| Energía Eléctrica (*) | | \$ 51,250.08 | \$ 53,812.58 | \$ 56,503.21 | \$ 59,328.37 | \$ 62,294.79 |
| Teléfono(*) | | \$ 1,923.95 | \$ 2,020.15 | \$ 2,121.15 | \$ 2,227.21 | \$ 2,338.57 |
| Papelería y suministros para oficina(*) | | \$ 9,756.24 | \$ 10,244.05 | \$ 10,756.25 | \$ 11,294.07 | \$ 11,858.77 |
| Gastos de personal(*) | | \$ 82,162.27 | \$ 86,270.39 | \$ 90,583.90 | \$ 95,113.10 | \$ 99,868.75 |
| Mantenimiento | | \$ 1,886.28 | \$ 1,886.28 | \$ 1,886.28 | \$ 1,886.28 | \$ 1,886.28 |
| Depreciación | | \$ 2,286.48 | \$ 2,286.48 | \$ 2,286.48 | \$ 2,286.48 | \$ 2,286.48 |
| TOTAL EGRESOS | | \$ 167,151.06 | \$ 175,299.98 | \$ 183,856.34 | \$ 192,840.52 | \$ 202,273.90 |
| SALDO FINAL | (\$ 111,428.57) | \$ 20,051.93 | \$ 41,315.08 | \$ 63,850.03 | \$ 87,720.37 | \$ 112,992.86 |

(*) Se proyecta un incremento del 5%

4.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Tomando en cuenta el Flujo de efectivo descontado (FED) determinado en el cuadro anterior y con una tasa de descuento de 16 % para este tipo de proyectos, se tiene:

| Años | FED | Factor (16%) | VALOR ACTUAL |
|---------------------------|---------------|--------------|---------------|
| 0 | -111,428.57 | | |
| 1 | \$ 20,051.93 | 0.8621 | \$ 17,286.77 |
| 2 | \$ 41,315.08 | 0.7432 | \$ 30,705.37 |
| 3 | \$ 63,850.03 | 0.6407 | \$ 40,908.71 |
| 4 | \$ 87,720.37 | 0.5523 | \$ 48,447.96 |
| 5 | \$ 112,992.86 | 0.4761 | \$ 53,795.90 |
| SUMA DE VALOR ACTUAL NETO | | | \$ 191,144.71 |

(-)

INVERSION INICIAL

\$ 111,428.57

(=)

VALOR ACTUAL NETO

\$ 79,716.14

El Valor Actual Neto del proyecto si todas las inversiones se trasladan al año cero, resulta de \$ 79,716.14 que es un valor positivo mayor que cero; por lo que el proyecto es rentable.

4.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la tasa de rendimiento anual que se desea obtener en la inversión de un proyecto determinado.

| AÑOS | FED | Factor de descuento 35% | Valor Actual de FED | FED | Factor de descuento 40% | Valor Actual de FED |
|-------------|---------------|-------------------------|---------------------|---------------|-------------------------|---------------------|
| 0 | -\$111,428.57 | | | -\$111,428.57 | | |
| 1 | \$ 20,051.93 | 0.7407 | \$ 14,852.46 | \$ 20,051.93 | 0.7143 | \$ 14,323.09 |
| 2 | \$ 41,315.08 | 0.5487 | \$ 22,669.58 | \$ 41,315.08 | 0.5102 | \$ 21,078.95 |
| 3 | \$ 63,850.03 | 0.4064 | \$ 25,948.65 | \$ 63,850.03 | 0.3644 | \$ 23,266.95 |
| 4 | \$ 87,720.37 | 0.3011 | \$ 26,412.60 | \$ 87,720.37 | 0.2603 | \$ 22,833.61 |
| 5 | \$ 112,992.86 | 0.223 | \$ 25,197.41 | \$ 112,992.86 | 0.1859 | \$ 21,005.37 |
| SUMA | | | \$115,080.71 | | | \$102,507.98 |

Inversión Inicial

-111,428.57

-111,428.57

Valor Actual de FED

3,652.14

-8,920.59

Interpolando:

40% → -8,920.59
 X → 0.00
 35% → 3,652.14
X = 36.45 %

La Tasa Interna de Retorno de 36.45% es mayor que el costo de capital de 16 % lo que indica que el proyecto es rentable.

4.4 RAZON COSTO /BENEFICIO C/B)

Mide el rendimiento monetario por cada dólar invertido

RAZON C/B=
$$\frac{\text{Valor Actual de los Ingresos}}{\text{Valor Actual de los Egresos}}$$

| AÑOS | INGRESOS | FACTOR 16% | VALOR ACTUAL | EGRESOS | FACTOR 16% | VALOR ACTUAL |
|------|--------------|---------------|-----------------|--------------|---------------|-----------------|
| 0 | | | | | | |
| 1 | \$187,202.98 | 0.86 | \$161,381.88 | \$167,151.06 | 0.86 | \$144,095.74 |
| 2 | \$216,615.06 | 0.74074074 | \$160,455.60 | \$175,299.98 | 0.74074074 | \$129,851.84 |
| 3 | \$247,706.37 | 0.64102564 | \$158,786.13 | \$183,856.34 | 0.64102564 | \$117,856.63 |
| 4 | \$280,560.89 | 0.55248619 | \$155,006.02 | \$192,840.52 | 0.55248619 | \$106,541.72 |
| 5 | \$315,266.76 | 0.47619048 | \$150,127.03 | \$202,273.90 | 0.47619048 | \$ 96,320.90 |
| | | | \$785,756.66 | | | \$594,666.84 |

RAZON COSTO/BENEFICIO=
$$\frac{\$785,756.66}{\$594,666.84}$$

RAZON COSTO/BENEFICIO= 1.32

El resultado significa que por cada \$ (dólar) invertido se generaran \$0.32 ctvs. de ganancia.

G. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Si bien el proyecto presenta una rentabilidad desde su primer año a partir de la fijación de su precio competitivo para superar así a la competencia, así como al ofrecer servicios con valor agregado que también la superan, existen riesgos que se pueden considerar pueden afectar la buena marcha del proyecto, entre ellos:

1. En el mediano plazo, el riesgo del mercado está asociado con la entrada de competidores en éste, pero debe de tomarse en cuenta la estructura de costos que poseerá el Centro de Información e Investigación, INFOCENTRO en ese momento, entre otros.
2. La actualización de las tecnologías y sistemas de información que utilice el Centro de Información e Investigación dado su dinamismo, pueden afectar el proyecto si ésta no se lleva a cabo. Podemos decir, que la compra y utilización de una Franquicia a través de la Asociación INFOCENTROS disminuye dicho riesgo.
3. El entorno económico puede agravarse en el corto plazo hasta caer en un estancamiento de la economía nacional producto no sólo de la contracción de la demanda a partir del desempleo, la inflación o el creciente déficit fiscal, sino también de la disminución de las remesas familiares acompañada de una depresión económica mundial. En todos estos casos, los costos de soluciones para enfrentar cualquier problema o realizar ajustes se elevan, y por ende afectarían el buen desempeño del proyecto.
4. Riesgos o incidentes naturales catalogados como desastres por los que se ve afectada la sociedad salvadoreña, entre ellos terremotos, huracanes, etc. pueden tener un impacto negativo en la marcha del proyecto, tal y como en oportunidades anteriores la Universidad de El Salvador se ha visto afectada.

5. No podemos descartar el entorno político interno y legal, los que de sufrir cambios radicales pueden afectar la estructura productiva del país, y por consiguiente el desempeño económico de los diferentes agentes productivos, por consiguiente directa o indirectamente la buena marcha del proyecto se vería afectado.

Si bien todos los factores anteriores constituyen o permiten pensar que hay un riesgo no controlable como en toda sociedad y en este caso hasta en el ambiente económico para incidir negativamente en la buena ejecución del Centro de Información e Investigación INFOCENTRO en sus variables controlables como el producto o servicio, precio, plaza y promoción, se puede decir que dependerá de la buena administración del proyecto para tomar todas las medidas necesarias preventivas que permitan evitar dichos riesgos para asegurar el auto sostenimiento del proyecto, buscando siempre lograr los objetivos que se han descrito en la justificación del mismo.

H. DIRECCION Y GERENCIA

La Dirección y Gerencia del Centro de Información e Investigación, se convierten en dos aspectos fundamentales para una efectiva operatividad del proyecto, ya que de su administración dependerá en gran medida no sólo la buena gestión de los recursos en todas las categorías, sino también de la capacidad de adoptar tecnologías informáticas educativas y de aprovechar asociaciones estratégicas de cooperación nacional e internacional que contribuyan al proceso de enseñanza aprendizaje, entre otros aspectos, que le darán valor agregado al desarrollo de esta iniciativa.

El Centro de Información e Investigación se visualiza como una estructura funcional, que involucra no sólo a la autoridades de la Facultad, sino que se vuelve participativa al vincular a representantes de los docentes y de los alumnos para asesorar el

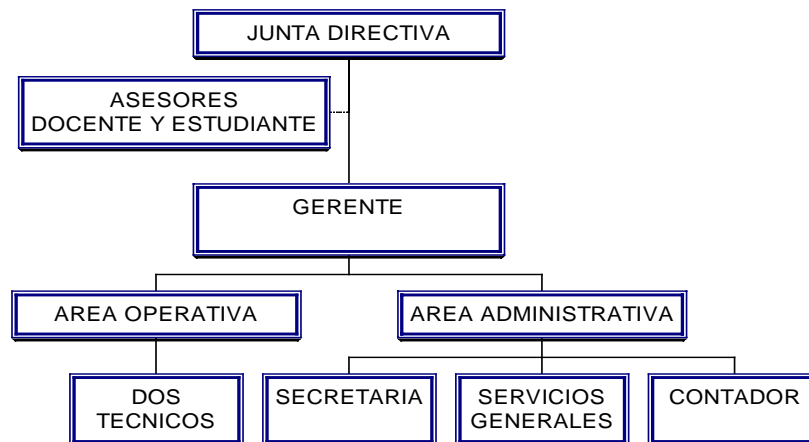
proyecto, ya que hay que tomar en cuenta la vinculación Universidad-Empresa por ejemplo, específicamente en donde se puede apoyar a la pequeña y mediana empresa nacional, a partir del conocimiento y capacidades empresariales que los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas van adquiriendo; constituye un elemento adicional y de gran importancia para aprovechar de mejor forma los recursos tecnológicos que ofrecerá este Centro. Para el funcionamiento del Centro de Investigación e Información INFOCENTRO, se recomienda dentro de la Estructura Organizacional una área operativa y otra administrativa, ambas a cargo de un Gerente.

El **área operativa**, contará con dos técnicos que desempeñarán actividades de soporte técnico operativo y por otra parte el **área administrativa**, contará con una secretaria, un contador y una persona encargada de los servicios generales.

En Anexo No.4 se hace una descripción de los puestos mencionados.

El organigrama propuesto para el funcionamiento del INFOCENTRO, se ha estructurado de la siguiente manera:

**ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA EL CENTRO DE INFORMACIÓN E
INVESTIGACION (INFOCENTRO)**



_____ Autoridad Lineal
 - - - - - Asesores

Elaborador por: Milton A. Magaña H.
Dina C. Torres G.
Migdalia M. Torres G.

Fecha:
septiembre/2002

La autoridad máxima la constituye la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, la cual estará asesorada por un docente y un estudiante que serán seleccionados por ésta, con el propósito de asegurar el mejor desempeño del proyecto. Ambas instancias, procurarán innovar proyectos que utilicen sistemas y tecnologías educativas para contribuir al proceso enseñanza-aprendizaje.

I. RECURSOS E INVERSIONES

La implementación de proyectos que utilicen tecnologías de información para centros educativos de nivel superior y de carácter público en El Salvador, no han sido favorecidos con el apoyo financiero por parte de las Autoridades Gubernamentales hasta este momento.

En el caso de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, los estudiantes no tienen acceso a tecnologías de información, comunicación e investigación, existiendo una clara desventaja cualitativa en el proceso formación aprendizaje en comparación a las universidades privadas (ver estudio de la competencia Pág. 105).

Los recursos necesarios para que este proyecto pueda funcionar involucra inmuebles, selección y contratación de personal, mobiliario y equipo, capacitación y entrenamiento, publicidad, entre otros. Vale indicar, que un capital de trabajo es necesario para obtener los recursos mencionados y mantener el proyecto en funcionamiento a fin de cubrir los gastos en que se incurran.

Bajo el modelo de la Asociación Infocentros, se obtendrá una franquicia por medio de la cual se le otorgarán beneficios al franquiciado, en este caso a la Facultad de Ciencias Económicas.

La franquicia para operar este proyecto requiere de una inversión inicial de \$111,428.57, cantidad que puede obtenerse bajo diferentes modalidades.

J. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La franquicia que se obtendría de la Asociación Infocentro de El Salvador para operar este proyecto, requiere de una inversión inicial de \$111,428.57, cantidad que en un primer momento se ha pensado que puede obtenerse por medio de una donación a través de

una fuente cooperante sea nacional o internacional o según convenga a los intereses de la Universidad.

Por supuesto que serán las autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas, quienes bajo las condiciones que definan y el enfoque a seguir, los que promoverán la ejecución del proyecto como mejor convenga.

Inicialmente, se ha considerado que la obtención de recursos se gestione por medio de la siguiente modalidad de cooperación:

No reembolsable

En un primer momento, se recomienda la gestión de recursos no reembolsables con Organismos Internacionales. Inicialmente puede realizarse una gestión para que este proyecto participe en el concurso que abrirá el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a través del Fondo Multilateral de Desarrollo (FOMIN) para donar \$5,000,000.00, en proyectos que promuevan la introducción de tecnologías informáticas para instituciones sin fines de lucro, incluyendo las universidades, propiciando éstas la vinculación de las Pequeñas y Medianas Empresas con la Universidad en proyectos de capacitación en diversas áreas, en donde se utilicen sistemas y tecnologías de información tal como se propone en este proyecto.

Otras fuentes de cooperación no reembolsable que pueden abordarse para la gestión de este proyecto pueden ser: la Agencia Internacional de Cooperación de Japón (JICA), programas productivos que implementa la Unión Europea (UE), la asistencia de la Cooperación Técnica Internacional de Alemania (GTZ), entre otras.

De igual forma, debe de tomarse en cuenta también las autoridades rectoras de la Educación Superior en el país, en este caso el Ministerio de Educación (MINED) y otros organismos nacionales que

sin duda alguna podrán interesarse en apoyar este tipo de proyecto por medio de programas específicos que den soporte técnico financiero a este tipo de proyectos, en donde se puede incluir a la Asociación INFOCENTRO, dado el impacto que pueda tener este proyecto en el desarrollo nacional.

FUENTES PARA LA CONSECUION DE RECURSOS.

No Reembolsable

Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Fondo Multilateral de Desarrollo (FOMIN)

Agencia de Cooperación de Japón (JICA)

Unión Europea (UE)

Cooperación Técnica Internacional de Alemania (GTZ)

Las gestiones del proyecto para acceder a fuentes de cooperación internacional en la modalidad no reembolsable, una vez aprobado el proyecto por las autoridades de la Universidad de El Salvador, tendrán que realizarse por medio del Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador a través de la Dirección General de Cooperación Externa, quienes podrán gestionar este proyecto con la fuente de cooperación internacional que sea más adecuada y en coherencia a las características del proyecto para que se evalúe, apruebe y se logre su puesta en marcha.

Importante es de mencionar que por la naturaleza del proyecto, un aval de parte del Ministerio de Educación para que se gestionen recursos no reembolsables a favor del proyecto presentado por la Universidad de El Salvador es importante, por cuanto éste le dará sin lugar a dudas un carácter prioritario a la gestión del proyecto, el que además constituirá un respaldo importante para que sea considerado por la fuente cooperante, la cual siempre busca un receptor con capacidad y credibilidad para apoyar este

tipo de proyectos, así como lograr el mejor impacto posible en el desarrollo nacional; en este caso en el sector de la educación superior a través de la mejora enseñanza aprendizaje con un enfoque empresarial para micros y pequeños empresarios como el que se busca.

En el Anexo # 14 se encuentra una caracterización de fuentes cooperantes no reembolsables que pueden ser consideradas para las respectivas gestiones que se tengan que realizar en función del proyecto.

K. FACTORES CRITICOS PARA LA IMPLEMENTACION DEL PROYECTO

Este proyecto es el resultado de analizar diversas variables como se ha podido apreciar en los diferentes apartados, pero sus impulsores han identificado algunos factores que, por el tipo de emprendimiento que se le otorgue y también considerando las características que presenta el ambiente del mercado, pueden contribuir a que el proyecto funcione. Estos son:

1. Gestión de recursos externos para su implementación. Inicialmente se participará en un concurso internacional presentando el proyecto, con el propósito de obtener los recursos de la inversión inicial. Ver capítulo sobre fuentes de financiamiento.
2. Demanda insatisfecha tanto dentro como fuera de la Facultad de Ciencias Económicas. Ver estudio de mercado, específicamente la encuesta realizada a docentes y alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas.
3. Precios competitivos. El precio que se ha establecido para tener acceso a navegación es de \$ 0.60 por hora muy por debajo que el de la competencia.
4. Servicios con valor agregado para el usuario. Capacitaciones, Videoconferencias, seminarios y cursos en línea en general. Bajo la justificación del proyecto que

- comprende su visión, misión y objetivos específicos, los servicios descritos anteriormente le darán un alto valor agregado al desempeño y/o ejecución del proyecto.
5. Organización participativa y eficiente. Bajo la propuesta de organización que se ha propuesto, el proyecto puede desarrollar una gestión administrativa que se convierta en un modelo a retomar. Una propuesta de este tipo tendrá que contar con un acuerdo de la Junta Directiva de la Facultad, un acuerdo del Consejo Superior Universitario y de la Asamblea General Universitaria.
 6. Rentabilidad proyectada positiva a partir del primer año para la auto sostenibilidad del proyecto.

La expansión de los negocios o Centros de Investigación e Información que utilizan tecnologías informáticas va en auge, por lo que posicionarse dentro de este sector de forma diferenciada como se ha planteado, dará un buen desarrollo del proyecto en todos sus componentes.

BIBLIOGRAFIA**LIBROS**

- ◆ BACA URBINA, Gabriel, "Evaluación de Proyectos", 4ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 1995.
- ◆ CERVULO ANZOLA, "De la Idea a tu Empresa", 1era. Edición, Editorial Mc Graw-Hill. México, 1991.
- ◆ CONECTANDONOS AL FUTURO, "Estrategias para la Creación de una Sociedad de Aprendizaje en El Salvador", 1era. Edición, 2000.
- ◆ ERROSSA, "Evaluación de Proyectos de Inversión", 1era. Edición, Editorial Mc Graw-Hill, 1995.
- ◆ FISHER, Laura, "Mercadotecnia" 2da. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 1992.
- ◆ HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, "Metodología de la Investigación", 2da. Edición, Editorial Mc Graw-Hill, México, 2001.
- ◆ HAROL KOONTZ, Heinnz Weihrich, "Administración", 9a. Edición, Mc. Graw Hill, 1991.
- ◆ SÁNCHEZ, Ivonne y Gonzalo Cantarero, Mba de Bolsillo. "Guía para la consulta para la Gestión Eficaz de una Empresa" 1era. Edición, Editorial Martínez Roca, S.A., Barcelona, España, 1998.

- ◆ KOTLER ARMSTRONG, "Mercadotecnia" 6ta. Edición, Editorial Prentice Hall, 1994.
- ◆ LEY ORGANICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador, San Salvador, Abril, 1999.
- ◆ PEGGY, LAMBING Y CHARLIES KUEHL "Empresarios Pequeños y Medianos", Prentice Hall, Hispanoamericana, México, 1era. Edición, 1998.
- ◆ MARTIN L. BELL, "Mercadotecnia conceptos y estrategias", Editorial Continental, S.A. México, 1990.
- ◆ MICHAEL E PORTER, "Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior", Editorial Continental, S.A. De C.V., México, Edición 1997.
- ◆ REGLAMENTO DE LA LEY ORGANICA DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, Mayo 2001.
- ◆ SPAG CHAIN, NASSIR Y OTROS, "Preparación y Evaluación de proyectos", 3era. Edición, Mc Graw Hill, Colombia, 1991.
- ◆ STANTON, WILLIAM J., "Fundamentos de Marketing" 9ª. Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 1994.
- ◆ UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE EL SALVADOR, "El Salvador del futuro, una visión académica", 2da. Edición, Noviembre de 2001.
- ◆ VARELA, RODRIGO PHD 2da. Edición, Colombia, 2001.

TESIS

- ◆ ALBERTO REYES, Ana Cecilia y Otros. "Necesidad de Creación del Centro De Investigación y Practica de la Ciencia Administrativa en la Facultad De Ciencias Económicas de la Universidad De El Salvador", Trabajo de Graduación de la Facultad De Ciencias Económicas de la Universidad De El Salvador, Diciembre 1996.
- ◆ CARCAMO MEJIA, Karla Macdoly y Otros, "Estudio de Factibilidad para la Instalación de un Infocentro en La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador", Trabajo de Graduación de La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, Junio 2000.
- ◆ MONTERROSA AGUILAR, Nelson David y Otros, "Estudio de Factibilidad del Centro de Impresiones y Servicios Afines de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador", Trabajo De Graduación de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, Diciembre de 1996.

REVISTAS

- ◆ HECTOR FUENTES, "Diplomado Regional en Microempresas", Plan de Negocios, San Salvador, 2000. Pags. 20
- ◆ Documento Asociación Infocentros, "Franquicias Infocentros".

- ◆ LA AUTORIDAD PARA EL EMPRENDEDOR, Revista Mensual Entrepreneur, "Guía práctica para hacer su plan de negocios", Abril 2000, México.

BOLETINES

- ◆ REYES MELÉNDEZ, Rafael Antonio, Boletín de la Asociación Salvadoreña de Profesionales en Administración de Empresas, ASPAE, "El Marketing Plan", Marzo de 1996.

DOCUMENTOS DE INTERNET

- ◆ COMO ARMAR UN PLAN DE NEGOCIOS.
www.dinero.com.ve/plandenegocios.html
- ◆ GUIA SUGERIDA DE UN PLAN DE NEGOCIO.
www.udem.edu.mx/academico/administracion/emprendedor/guia.html
- ◆ COMO PRESENTAR EL PLAN DE NEGOCIO, JOVENES EMPRENDEDORES,
www.jovenesemprendedores.gob.co/plan.asp



ANEXO # 1
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

I. OBJETIVO:

Estamos realizando una investigación con fines académicos con el propósito de formular un Plan de Negocios para el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO) en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, por lo cual le solicitamos contestar el siguiente cuestionario en la forma que Ud. estime conveniente. La información que nos proporcione será de carácter confidencial, por lo que agradecemos de antemano su valiosa cooperación.

II. INDICACIONES:

Marque con una X la opción que estime conveniente.

III. GENERALIDADES:

Sexo: Masculino _____
 Femenino _____

Ocupación: Trabaja y Estudia _____
 Sólo estudia _____

Carrera que estudia: Economía _____
 Contaduría _____
 Empresas _____

¿Es usted estudiante activo de esta Facultad?
Si _____ No _____

¿Cuántas materias tiene cursadas? _____

1. ¿Ha utilizado Ud. Servicios de Internet?
Si _____ No _____

Si su respuesta es negativa, favor pasar a la pregunta No.10.

2. ¿Tiene experiencia en acceder a Internet?
Poco _____
Bien _____
Excelente _____

3. ¿Por qué motivo utiliza Ud. Internet?
Diversión _____
Comunicación _____
Cultura General _____
Investigación _____
Otros (Especifique) _____

4. ¿En qué lugar(es) utiliza los servicios de Internet?

- Trabajo _____
- Casa _____
- Biblioteca _____
- Ciber Café _____
- Infocentros _____
- Otros (Especifique) _____

5. ¿Cuál(es) de los siguientes servicios ha utilizado Ud.?

- Correo Electrónico _____
- Búsqueda especializada de información _____
- Educación a Distancia _____
- Capacitaciones _____
- Seminarios _____
- Videoconferencias _____
- Diseño y publicación de páginas web _____
- Impresiones _____
- Fotocopias _____
- Escaneo de Documentos _____
- Anillados y Empastados _____
- Otros (Especifique) _____

6. ¿Cómo considera usted los servicios que brindan estos sitios?

- Excelente _____
- Muy Bueno _____
- Bueno _____
- Regular _____
- Deficiente _____

¿Qué recomienda al respecto?: _____

7. ¿Qué precios ha pagado Ud. por hacer uso de los servicios de Internet?

| CiberCafé | Infocentros | Otros |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| \$ _____ Hora | \$ _____ Hora | \$ _____ Hora |
| \$ _____ Semana | \$ _____ Semana | \$ _____ Semana |
| \$ _____ Mes | \$ _____ Mes | \$ _____ Mes |
| \$ _____ Semestre | \$ _____ Semestre | \$ _____ Semestre |
| \$ _____ Año | \$ _____ Año | \$ _____ Año |

8. ¿Considera Ud. que el acceso a sistemas de información utilizando tecnologías informáticas como Internet, facilitan la investigación?

Sí _____ No _____

Comente su respuesta: _____

9. ¿A su criterio, es necesario que la Facultad ofrezca un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación?

Sí _____ No _____

Comente su respuesta: _____

10. ¿Utilizaría Ud. el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en caso de crearse?

Sí _____ No _____

¿Puede ampliar su respuesta?: _____

11. De las siguientes opciones, señale ¿con qué frecuencia utilizaría Ud. el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO) en la Facultad?

| | | | |
|--------------------------|-------|---------------------|-------|
| 1 hora diaria | _____ | 1 hora a la semana | _____ |
| 2 horas diarias | _____ | 2 horas al mes | _____ |
| más de dos horas diarias | _____ | Otros (especifique) | _____ |

12. ¿Cuáles beneficios cree Ud. que le otorgaría el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?

Ahorro de tiempo _____
Acceso a información en general _____
Comunicación a distancia _____
Capacitación _____
Otros (Especifique) _____

13. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que brindara el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?.

Correo Electrónico _____
Búsqueda especializada de Información _____
Educación a distancia _____
Capacitaciones _____
Seminarios _____
Videoconferencias _____
Diseño y publicaciones de páginas web _____
Impresiones _____
Fotocopias _____
Escaneado de Documentos _____
Anillado y Empastados _____
Otros (Especifique) _____

14. ¿En qué áreas le gustaría que se impartieran capacitaciones en el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Finanzas _____
Comercio Internacional _____
Mercadeo _____
Idiomas _____
Cooperativismo _____
Asociatividad _____
Otros (Especifique) _____

15. ¿Qué forma de pago le gustaría hacer por el uso del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Por Horas _____

Por Mes _____

Por Semestre _____

16. En los siguientes rangos por hora, mes y semestre ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

| Hora | Mes | Semestre |
|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| De \$ 0.57 a \$ 1.14 _____ | De \$ 11.43 a \$ 22.86 _____ | De \$ 60.00 a \$ 100.00 _____ |
| De \$ 1.26 a \$ 1.71 _____ | De \$ 22.97 a \$ 34.29 _____ | De \$ 101.00 a \$ 200.00 _____ |
| De \$ 1.83 a \$ 2.29 _____ | De \$ 34.40 a \$ 45.71 _____ | De \$ 201.00 a \$ 250.00 _____ |

17. ¿Qué días utilizaría Ud. los servicios del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

De lunes a viernes _____

Sábados por la mañana _____

Sábados por la tarde _____

18. ¿En qué horarios utilizaría Ud. los servicios del Centro de Información e Investigación (INFOCENTROS)?

De 7:00 a.m. a 9:00 a.m. _____

De 9:00 a.m. a 12:00 m. _____

De 1:00 p.m. a 3:00 p.m. _____

De 3:00 p.m. a 5:00 p.m. _____

De 5:00 p.m. a 8:00 p.m. _____

19. ¿Qué programas a su criterio recomendaría instalarse en las computadoras para una mayor utilidad?

20. ¿Qué tipo de instalaciones recomendaría para el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO?

21. ¿Podría presentar otras sugerencias?



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

I. OBJETIVO:

Estamos realizando una investigación con fines académicos con el propósito de formular un Plan de Negocios para el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO) en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, por lo cual le solicitamos contestar el siguiente cuestionario en la forma que Ud. estime conveniente. La información que nos proporcione será de carácter confidencial, por lo que agradecemos de antemano su valiosa cooperación.

II. INDICACIONES:

Marque con una X la opción que estime conveniente.

III. GENERALIDADES:

Sexo: Masculino _____
Femenino _____

Escuela: Economía _____
Contaduría _____
Empresas _____

Título Universitario obtenido: _____

Asignatura que imparte: _____

Jornada Laboral: Medio tiempo _____
Tiempo completo _____

1. ¿Ha utilizado Ud. Servicios de Internet?
Si _____ No _____

Si su respuesta es negativa, favor pasar a la pregunta No.10.

2. ¿Tiene experiencia en acceder a Internet?
Poco _____
Bien _____
Excelente _____

3. ¿Por qué motivo utiliza Ud. Internet?
Diversión _____
Comunicación _____
Cultura General _____
Investigación _____
Otros (Especifique) _____

4. ¿En qué lugar(es) utiliza los servicios de Internet?

Trabajo _____
Casa _____
Biblioteca _____
Ciber Café _____
Infocentros _____
Otros (Especifique) _____

5. ¿Cuál (es) de los siguientes servicios ha utilizado Ud.?

Correo Electrónico _____
Búsqueda especializada de información _____
Educación a Distancia _____
Capacitaciones _____
Seminarios _____
Videoconferencias _____
Diseño y publicación de páginas web _____
Impresiones _____
Fotocopias _____
Escaneo de Documentos _____
Anillados y Empastados _____
Otros (Especifique) _____

6. ¿Cómo considera usted los servicios que brindan estos sitios?

Excelente _____
Muy Bueno _____
Bueno _____
Regular _____
Deficiente _____

¿Qué recomienda al respecto?: _____

7. ¿Qué precios ha pagado Ud. por hacer uso de los servicios de Internet?

| CiberCafé | Infocentros | Otros |
|-------------------|-------------------|-------------------|
| \$ _____ Hora | \$ _____ Hora | \$ _____ Hora |
| \$ _____ Semana | \$ _____ Semana | \$ _____ Semana |
| \$ _____ Mes | \$ _____ Mes | \$ _____ Mes |
| \$ _____ Semestre | \$ _____ Semestre | \$ _____ Semestre |
| \$ _____ Año | \$ _____ Año | \$ _____ Año |

8. ¿Considera Ud. que el acceso a sistemas de información utilizando tecnologías informáticas como Internet, facilitan la investigación?

Sí _____ No _____

Comente su respuesta: _____

9. ¿A su criterio, es necesario que la Facultad ofrezca un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación?

Sí _____ No _____

Comente su respuesta: _____

10. ¿Utilizaría Ud. el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en caso de crearse?

Sí _____ No _____

¿Puede ampliar su respuesta?: _____

11. De las siguientes opciones, señale ¿con qué frecuencia utilizaría Ud. el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO) en la Facultad?-

| | | | |
|--------------------------|-------|---------------------|-------|
| 1 hora diaria | _____ | 1 hora a la semana | _____ |
| 2 horas diarias | _____ | 2 horas al mes | _____ |
| más de dos horas diarias | _____ | Otros (especifique) | _____ |

12. ¿Cuáles beneficios cree Ud. que le otorgaría el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?.

Ahorro de tiempo _____
Acceso a información en general _____
Comunicación a distancia _____
Capacitación _____
Otros (Especifique) _____

13. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que brindara el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?.

Correo Electrónico _____
Búsqueda especializada de Información _____
Educación a distancia _____
Capacitaciones _____
Seminarios _____
Videoconferencias _____
Diseño y publicaciones de páginas web _____
Impresiones _____
Fotocopias _____
Escaneado de Documentos _____
Anillado y Empastados _____
Otros (Especifique) _____

14. ¿En qué áreas le gustaría que se impartieran capacitaciones en el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Finanzas _____
Comercio Internacional _____
Mercadeo _____
Idiomas _____
Cooperativismo _____
Asociatividad _____
Otros (Especifique) _____

15. ¿Qué forma de pago le gustaría hacer por el uso del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

Por Horas _____

Por Mes _____

Por Semestre _____

16. En los siguientes rangos por hora, mes y semestre ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

| Hora | Mes | Semestre |
|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| De \$ 0.57 a \$ 1.14 _____ | De \$ 11.43 a \$ 22.86 _____ | De \$ 60.00 a \$ 100.00 _____ |
| De \$ 1.26 a \$ 1.71 _____ | De \$ 22.97 a \$ 34.29 _____ | De \$ 101.00 a \$ 200.00 _____ |
| De \$ 1.83 a \$ 2.29 _____ | De \$ 34.40 a \$ 45.71 _____ | De \$ 201.00 a \$ 250.00 _____ |

17. ¿Qué días utilizaría Ud. los servicios del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

De lunes a viernes _____

Sábados por la mañana _____

Sábados por la tarde _____

18. ¿En qué horarios utilizaría Ud. los servicios del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

De 7:00 a.m. a 9:00 a.m. _____

De 9:00 a.m. a 12:00 m. _____

De 1:00 p.m. a 3:00 p.m. _____

De 3:00 p.m. a 5:00 p.m. _____

De 5:00 p.m. a 8:00 p.m. _____

19. ¿Qué programas a su criterio recomendaría instalarse en las computadoras para una mayor utilidad?

20. ¿Qué tipo de instalaciones recomendaría para el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO?

21. ¿Podría presentar otras sugerencias?

ANEXO # 2
GUIA DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA
(efectuado a encargados del proyecto INFOCENTROS)

1. ¿Cuántos INFOCENTROS hay a la fecha ?
2. ¿Están interconectados?
3. ¿Qué servicios actuales se ofrece?
4. ¿Qué productos?
5. ¿Se están desarrollando nuevos productos?
6. Cuando se habla de productos educativos, ¿a cuales nos referimos?
7. Para el local, ¿qué Tamaño recomienda la asociación INFOCENTROS , en función de las necesidades? Area informática, administrativa y de capacitación.
8. ¿Cuál es el Soporte técnico y de operación que brinda la Asociación INFOCENTROS?
9. ¿Cuál es la estructura organizativa recomendada?
10. ¿Cuáles son los estándares de calidad ?
11. Acceso a una INTRANET entre Infocentros. ¿En qué consiste?
12. ¿Se pueden comparar los niveles de venta actualmente entre los Infocentros?
13. En términos concretos, ¿en que consiste la franquicia? ¿Pago de regalía mensual?
14. ¿Se establece algún metodo por la Asociación INFOCENTROS, para determinar el Capital de trabajo?.
15. ¿Es la misma área para capacitaciones y video conferencias? ¿ cual es el área mínima que se necesita y cuántas personas como mínimo?
16. Area para los servidores, ¿está en la parte administrativa o en la de Computo?
17. ¿Quiénes son los encargados de las capacitaciones? ¿ Cómo se programan?
¿Pueden ser permanentes para el caso de nuestra facultad?
18. ¿Qué recomiendan? Pagos por hora, o por ciclo.
19. Si se tienen que construir un local, ¿que dimensiones recomiendan?
20. ¿Nos pueden proporcionar los estatutos de la Asociación Infocentros?.
21. ¿Qué significa miembro activo de la Sociedad?
 - a. Miembros activos institucionales,
 - b. Miembros activos comerciales,
 - c. Miembros activos individuales.
22. Al obtener la franquicia, ¿cuáles son los derechos y obligaciones?

ANEXO # 3

ANALISIS Y TABULADOS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LOS ESTUDIANTES.

GENERALIDADES

SEXO

| SEXO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-----------|------------|------------|
| Masculino | 44.21% | 42 |
| Femenino | 55.79% | 53 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

Al caracterizar a los estudiantes por género, puede apreciarse una mayor participación de las mujeres en la Facultad de Ciencias Económicas (55.79%); la mujer ha adquirido mejores niveles de participación en muchas áreas, en este caso, al involucrarse en estudios de las ciencias económicas.

OCUPACION

| OCUPACIÓN | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-------------------|------------|------------|
| Trabaja y Estudia | 66.32% | 63 |
| Sólo Estudio | 33.68% | 32 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

En términos generales, es importante apreciar que 66.32% de cada 100 estudiantes se dedican a trabajar y a estudiar, solamente un 33.68% estudian; de alguna manera el 66.32% obtienen un ingreso mínimo para hacerle frente a sus necesidades entre ellas, la formación a través del aprendizaje, en la Facultad de Ciencias Económicas.

CARRERA QUE ESTUDIA

| CARRERA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|----------------------------|------------|------------|
| Economía | 9.47 % | 9 |
| Contaduría Pública | 44.21% | 42 |
| Administración de Empresas | 46.32% | 44 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

Hay una fuerte demanda a la carrera de Administración de Empresas, con un valor porcentual de 46.32 %. En un segundo orden se encuentra la carrera de Contaduría Pública con 44.21% y finalmente de economía el 9.47%. Lo que indica una tendencia de las preferencias de las diferentes carreras que ofrece la Facultad de Ciencias Económicas.

¿ES USTED ESTUDIANTE ACTIVO DE ESTA FACULTAD?

| ACTIVO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------|------------|------------|
| Si | 97.89% | 93 |
| No | 2.11% | 2 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

De los estudiantes encuestados el 97.89% son activos, solamente el 2.11% no están activos

Pregunta

1. ¿Ha utilizado usted los servicios de Internet?

| SERVICIOS | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-----------|------------|------------|
| Sí | 87.37% | 83 |
| No | 12.63% | 12 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

El 87.37% de estudiantes encuestados dicen que tienen experiencia en la utilización de Internet, solamente el 12.63% no utilizan los servicios de la red.

Pregunta

2. ¿Tiene usted experiencia en acceder a Internet?

| EXPERIENCIA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|----------------|------------|------------|
| Poco | 54.22% | 52 |
| Bien | 34.94% | 33 |
| Excelente | 9.64% | 9 |
| No contestaron | 1.20% | 1 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

Los estudiantes encuestados respondieron en un 54.22% que poseen poca experiencia en el acceso a Internet. El 34.94% expresaron que tienen buena experiencia y solamente el 9.64% consideran que su experiencia es excelente.

Pregunta

3. ¿Por qué motivo utiliza usted Internet?

| MOTIVO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-----------------|------------|------------|
| Diversión | 1.05% | 1 |
| Comunicación | 7.37% | 7 |
| Cultura General | 6.32% | 6 |
| Investigación | 83.16% | 79 |
| Otros | 2.11% | 2 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

De los estudiantes encuestados el 83.16% respondieron que utilizan Internet por motivos de investigación, solamente un 7.37% y un 6.32% consideran que los motivos para utilizar Internet son por comunicación y cultura general respectivamente. Un 1.05% respondieron que lo utilizan para efecto de diversión.

Pregunta

4. ¿En qué lugar(es) utiliza los servicios de Internet?

| LUGARES | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-------------|------------|------------|
| Trabajo | 27.71% | 26 |
| Casa | 12.05% | 11 |
| Biblioteca | 6.02% | 6 |
| Ciber Café | 43.37% | 41 |
| Infocentros | 10.84% | 10 |
| Otros | 0.00% | 0 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

Es de hacer notar que el 43.37% utiliza Internet en los Ciber Café, el 27.71% lo hacen en el trabajo, el 12.05% en casa, el 10.84% en los INFOCENTROS y solamente el 6.02% en las bibliotecas.

Pregunta

5. ¿Cuál (es) de los siguientes servicios ha utilizado usted?

| SERVICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Correo electrónico | 62 | 27.00 % |
| Búsqueda especializada de información | 64 | 27.80 % |
| Capacitaciones | 3 | 13.00 % |
| Seminarios | 5 | 2.20 % |
| Videoconferencias | 5 | 2.20 % |
| Diseño y publicación de pág. Web | 2 | 0.80 % |
| Impresiones | 8 | 3.50 % |
| Fotocopias | 28 | 12.20 % |
| Escaneo de documentos | 23 | 10.00 % |
| Anillados y empastados | 15 | 6.50 % |
| Otros | 15 | 6.50 % |
| TOTAL | 230 | 100.00 % |

Análisis

Los estudiantes encuestados en un 27.80%, respondieron que los servicios que más utilizan en Internet son para la búsqueda especializada de información. Un 27% respondió que utilizan el servicio de correo electrónico. En cuanto a servicios de capacitaciones solamente un 13% respondió que utilizan este servicio.

Por otra parte, en cuanto a servicios adicionales, el 12.20% hacen uso de fotocopias, 6.5% de anillado y empastado y un 10.00% en escaneo de documentos. Solamente un 3.5% hacen uso de impresiones y 2.20% para seminarios y videoconferencias.

Pregunta

6. ¿Cómo considera usted los servicios que brindan estos sitios?

| SITIOS | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|------------|------------|------------|
| Excelente | 20.48% | 19 |
| Muy Bueno | 39.76% | 38 |
| Bueno | 33.73% | 32 |
| Regular | 6.02% | 6 |
| Deficiente | 0.00% | 0 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

Los estudiantes manifestaron en su mayoría en un 39.76% que los lugares descritos anteriormente ofrecen muy buenos servicios. El 33.73% los consideran buenos y 20.48% excelentes. Solamente el 6.02% consideró los servicios ofrecidos como regulares.

Pregunta

7. ¿Qué precios ha pagado usted por hacer uso de estos servicios?

CIBERCAFE

| PRECIO POR HORA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| \$2.00 | 12 | 21.82% |
| \$1.25 | 4 | 7.27 % |
| \$1.14 | 27 | 49.09% |
| \$1.00 | 10 | 18.18% |
| \$0.57 | 2 | 3.64% |
| TOTAL | 55 | 100.00% |

INFOCENTROS

| PRECIO POR HORA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| \$2.00 | - | 0.00% |
| \$1.25 | 6 | 42.86% |
| \$1.14 | 4 | 28.57% |
| \$1.00 | 3 | 21.43% |
| \$0.57 | 2 | 7.14% |
| TOTAL | 14 | 100.00% |

OTROS

| PRECIO POR HORA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| \$2.00 | 2 | 40.00% |
| \$1.25 | 1 | 20.00% |
| \$1.14 | 1 | 20.00% |
| \$1.00 | 1 | 20.00% |
| \$0.57 | - | 0.00% |
| TOTAL | 5 | 100.00% |

Análisis

La mayoría de los estudiantes utilizan en mayor proporción los Ciber Café. En cuanto a los precios, el 49.09% pagan \$1.14 por hora, 21.82% paga \$2.00 y 18.18% un dólar. Solamente 7.27% y un 3.64% pagan \$1.25 y \$0.57 de dólar respectivamente.

En cuanto a los INFOCENTROS los alumnos encuestados respondieron en un 42.86% que pagan \$1.25, 28.57% pagan \$ 1.14 y 21.43% pagan \$1.00 por la hora. Solamente el 7.14% han pagado 0.57 de dólar por utilizar estos servicios.

En lo que corresponde a la categoría de otros, el 40% de los alumnos encuestados respondieron que han pagado \$2.00 por utilizar estos servicios, un 20.00% de los encuestados han pagado entre 1.00, 1.14 y 1.25 de dólar por hora respectivamente.

Pregunta

8. ¿Considera usted que el acceso a sistemas de información utilizando tecnologías informáticas como Internet, facilitan la investigación?

| ACCESO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------|------------|------------|
| Sí | 100.00% | 95 |
| No | 0.00% | 0 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

El 100% de los estudiantes encuestados respondieron que el acceso a sistemas de información utilizando tecnologías informáticas como Internet, facilitan la investigación.

Pregunta

9. ¿A su criterio, es necesario que la Facultad ofrezca un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación?

| OFREZCA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------|------------|------------|
| Sí | 100.00% | 95 |
| No | 0.00% | 0 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

Existe una demanda insatisfecha dentro de la Facultad de Ciencias Económicas, ya que al consultar a los estudiantes el 100% respondió que si es necesario que se ofrezca un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación.

Pregunta

10. ¿Utilizaría usted el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en caso de crearse?

| CREARSE | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------|------------|------------|
| Si | 94.74% | 90 |
| No | 5.26% | 5 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

De instalarse un Centro de información e Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas, el 94.74% de los estudiantes utilizaría los servicios que se ofrecerían en este Centro.

Pregunta

11. De las siguientes opciones, señale ¿Con qué frecuencia utilizaría usted el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?

| FRECUENCIA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------------------|------------|------------|
| Una hora diaria | 26.32% | 25 |
| Dos horas diarias | 10.53% | 10 |
| Más de dos horas diarias | 1.05% | 1 |
| Una hora a la semana | 38.95% | 37 |
| Dos horas al mes | 12.63% | 12 |
| Otros | 10.53% | 10 |
| TOTAL | 100.00% | 0 |
| | | 95 |

Análisis

De los estudiante encuestados el 38.95% contestó que harían uso del Centro de Información e Investigación una hora a la semana. El 26.32%,

lo haría en una hora diaria. El 12. 63% dos horas al mes y solamente el 10.53% lo haría dos horas diarias.

Pregunta

12. ¿Cuáles beneficios cree usted que le otorgaría el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?

| BENEFICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------------|------------|------------|
| Ahorro de tiempo | 65 | 32.66% |
| Acceso a información en General | 71 | 35.68% |
| Comunicación a distancia | 28 | 14.07% |
| Capacitación | 30 | 15.08% |
| Otros | 5 | 2.51% |
| TOTAL | 199 | 100.00% |

Análisis

El 35.68% de los alumnos encuestados respondieron que el beneficio principal que otorgaría el funcionamiento de un INFOCENTRO en la Facultad es el de acceder a información en General, lo que está en consonancia con relación a la respuesta vinculada a que la utilización de un INFOCENTRO se hará con énfasis en la investigación.

El 32.66% de la población encuestada respondieron que otro beneficio será el ahorro de tiempo. Un 15.08% y un 14.07% respondieron que el beneficio sería el de capacitación y comunicación a distancia respectivamente.

Pregunta

13. ¿Qué tipo de servicios le gustaría que brindara el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO en la Facultad?

| SERVICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Correo Electrónico | 73 | 13.39 % |
| Búsqueda especializada de información | 85 | 15.60 % |
| Educación a distancia | 32 | 5.87 % |
| Capacitaciones | 44 | 8.07 % |
| Seminarios | 41 | 7.53 % |
| Videoconferencias | 38 | 6.97 % |
| Diseño y publicación de pág. Web | 41 | 7.52 % |
| Impresiones | 48 | 8.81 % |
| Fotocopias | 49 | 8.99 % |
| Escaneo de documentos | 50 | 9.17 % |
| Anillados y empastados | 42 | 7.71 % |
| Otros | 2 | 0.37 % |
| TOTAL | 545 | 100.00% |

Análisis

En cuanto a la preferencia de servicios por parte de los estudiantes que ofrecería el INFOCENTRO, la mayoría en un 15.60%, respondieron que prefieren la búsqueda especializada de información, lo que esta

relacionado con los motivos por los cuales se utilizaría este Centro para los efectos de la investigación.

Un 13.39% respondieron que preferirían los servicios de correo electrónico, y el 9.17% los de escaneo de documentos. El 8.99% y 8.81% manifestaron su preferencia por los servicios de fotocopias e impresiones respectivamente.

El 7.71% prefieren también los servicios de anillado y empastado, el 7.53% y 7.52% también manifestaron su preferencia por los servicios de Seminarios, Diseño y publicación de páginas Web respectivamente. Vale indicar que en menor proporción les gustaría a los estudiantes encuestados que se impartieran los servicios de Educación a distancia en un 5.87%.

Pregunta

14. En qué áreas le gustaría que se impartieran capacitaciones en el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

| AREAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------|------------|------------|
| Finanzas | 74 | 26.30% |
| Comercio Internacional | 56 | 19.90% |
| Mercadeo | 60 | 21.40% |
| Idiomas | 57 | 20.30% |
| Cooperativismo | 16 | 5.70% |
| Asociatividad | 14 | 5.00% |
| Otros | 4 | 1.40% |
| TOTAL | 281 | 100.00% |

Análisis

Al preguntárseles a los alumnos sobre sí les gustaría que se impartieran capacitaciones en el INFOCENTRO, éstos respondieron estar interesados en diferentes áreas. A un 21.40 % les interesa el área de Mercadeo, 26.30 % manifestaron que el área de las finanzas es la que les interesa. Un 20.30% dieron a conocer que su interés es en idiomas y un 19.90 % en el área del Comercio Internacional.

Cabe resaltar que sólo un 5.70 % y un 5.0 % se orienta a las áreas del Cooperativismo y Asociatividad.

Pregunta

15. ¿Qué forma de pago le gustaría hacer por el uso del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

| PAGO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------|------------|------------|
| Por horas | 71.58% | 68 |
| Por mes | 22.11% | 21 |
| Por semestre | 6.32% | 6 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

Con respecto a esta pregunta, es relevante destacar que la forma de pago más adecuada para los estudiantes de acuerdo a lo manifestado en las respuestas de la encuesta serían por hora en un 71.58%. Los estudiantes que estarían de acuerdo al pago mensual corresponde solamente al 22.11% y de forma semestral únicamente el 6.32%. Vale hacer notar, que tanto en los Ciber cafés como en los INFOCENTROS la forma de pago es siempre por hora.

Pregunta

16. En los siguientes rangos por hora, mes y semestre ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

| RANGOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------|-------------------|-------------------|
| De \$0.57 a \$1.14 | 69 | 72.6 % |
| De \$1.26 a \$ 1.71 | 1 | 1.10 % |
| De \$1.83 a \$ 2.29 | 0 | 0.00 % |
| MES | | |
| De \$11.43 a \$22.86 | 17 | 17.80% |
| De \$22.97 a \$ 34.29 | 1 | 1.10% |
| De \$34.40 a \$45.71 | 0 | 0.00% |
| SEMESTRE | | |
| De \$60.00 a \$100.00 | 7 | 7.40% |
| De \$101.00 a \$ 200.00 | 0 | 0.00% |
| De \$201.00 a \$ 250.00 | 0 | 0.00% |
| TOTAL | 95 | 100.00% |

Análisis

En cuanto a los diferentes rangos que surgieron a raíz de la encuesta en donde se consulta el precio que los alumnos estarían dispuestos a pagar y que pueden ser por hora, mes o semestre, es importante resaltar que a la gran mayoría como se dijo anteriormente les interesa pagar por hora. Dentro de esta categoría, están dispuestos un 72.6 % dentro del rango de \$ 0.57 a \$ 1.14 a pagar por hora y sólo un 1.10 % estarían dispuestos entre \$ 1.26 a \$ 1.71 % .

En cuanto a la categoría de pago por mes, sólo el 17.80% de los encuestados estarían dispuestos a cancelar entre 11.43% a \$ 22.86 y 1.10 % entre el rango de \$ 22.97 a \$ 34.29.

En la categoría por semestre, solamente un 7.40% del total, manifestaron estar dispuestos a cumplir un pago entre \$60.00 y \$100.00 dólares.

Pregunta

17. ¿Qué días utilizaría usted los servicios del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

| DIAS | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-----------------------|------------|------------|
| De lunes a viernes | 54.74% | 52 |
| Sábados por la mañana | 15.79% | 15 |
| Sábados por la tarde | 29.47% | 28 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

En cuanto a los días para utilizar estos servicios, los estudiantes respondieron con un alto porcentaje (54.74%) que lo harían de lunes a viernes. Un 29.47% respondió que lo haría los sábados por la tarde y sólo el 15.79 los sábados por la mañana.

Pregunta

18. ¿En qué horarios utilizaría usted los servicios del Centro de Información e Investigación (INFOCENTROS)?

| HORARIOS | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|----------------------|------------|------------|
| De 7:00 am a 9:00 am | 10.53% | 10 |
| De 9:00 am a 12:00 m | 7.37% | 7 |
| De 1:00 pm a 3:00 pm | 12.63% | 12 |
| De 3:00 pm a 5:00 pm | 29.47% | 28 |
| De 5:00 pm a 8:00 pm | 40.00% | 38 |
| TOTAL | 100.00% | 95 |

Análisis

Con respecto a las horas en las que más haría uso los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, según las encuestas, el 40% lo utilizaría de 5:00 pm a 8:00 pm. El 29.47% de 3:00 pm a 5:00 pm. El 12.63% lo haría de 1:00 pm a 3:00 pm, el 10.53% de 7:00 am a 9:00 am y solamente el 7.37% de 9:00 a 12:00 m.

ENCUESTA DIRIGIDA A DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS DE

LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

GENERALIDADES

SEXO

| SEXO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|-------------------|-------------------|
| Masculino | 82.50% | 33 |
| Femenino | 17.50% | 7 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Sobre la Encuesta realizada a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador, el 82.5 % de éstos pertenecen al sexo masculino, el 17.5 % restante corresponde al sexo femenino.

ESCUELA

| ESCUELA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|----------------|-------------------|-------------------|
| Economía | 25.00% | 10 |
| Contaduría | 32.50% | 13 |
| Empresas | 42.50% | 17 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Con relación a la Escuela, el 42 % de los docentes pertenece a la Escuela de Administración de Empresas, el 32.5 % a la Escuela de Contaduría Pública y solamente el 25 % a la Escuela de Economía.

TITULO

| TITULO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|----------------------------|-------------------|-------------------|
| Lic. En Economía | 10.00% | 4 |
| Lic. En Contaduría | 17.50% | 7 |
| Lic. en Admón. de Empresas | 42.50% | 17 |
| Otros | 30.00% | 12 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Con relación a los títulos que han obtenido los docentes, el 42.5 % poseen título en Administración de Empresas, 17.5 % en Contaduría Pública y 10 % en Economía. Del total de los docentes encuestados, un 30 % de los docentes son profesionales en otras carreras, entre ellas ingenierías, ciencias sociales, etc.

JORNADA LABORAL

| JORNADA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-----------------|------------|------------|
| Medio tiempo | 35.00% | 14 |
| Tiempo Completo | 65.00% | 26 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Respecto a la jornada laboral, los docentes de tiempo completo representan el 65 % del total de encuestados, el 35 % restante son de medio tiempo.

PREGUNTAS DE INVESTIGACION

Objetivo

Conocer que porcentaje de docentes han utilizado los servicios de Internet, para identificar la demanda que este servicio tendría en el INFOCENTRO.

Pregunta

1.¿Ha utilizado Ud. Servicios de Internet?

| UTILIZANDO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|------------|------------|
| Si | 87.50% | 35 |
| No | 12.50% | 5 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

Del total de docentes encuestados, el 87.5 % respondieron que sí han hecho uso de los servicios de la Internet, sólo el 12.5 % de los docentes no lo han hecho.

Objetivo

Conocer el nivel de experiencia en Internet, para determinar el conocimiento que tienen los docentes de la Facultad.

Pregunta

2.¿Tiene experiencia en acceder a Internet?

| EXPERIENCIA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|------------|------------|
| Poco | 25.00% | 10 |
| Bien | 45.00% | 18 |
| Excelente | 20.00% | 8 |
| Abstención | 10.00% | 4 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

Con respecto a la experiencia para acceder a Internet de parte de los docentes, sólo un 20 % respondieron que poseen excelente experiencia, 45 % bien y un 25 % respondieron que poca experiencia tienen en acceder esta tecnología.

Objetivo

Investigar que motivos llaman a los docentes para utilizar Internet

Pregunta

3.¿Por qué motivo utiliza Ud. Internet?

| MOTIVO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|------------|
| Diversión | 5 | 6.00% |
| Comunicación | 22 | 26.00% |
| Cultura General | 13 | 16.00% |
| Investigación | 33 | 39.00% |
| Otros | 7 | 8.00% |
| Abstención | 4 | 5.00% |
| TOTAL | 84 | 100.00% |

Análisis

El motivo principal por el cual los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas utilizan el Internet es para los efectos de investigación, esto se refleja en una proporción del 39 % de los encuestados. 26 % lo hacen para efectos de comunicación, 16 % por cultura general, 6 % por diversión y para otros efectos sólo lo utilizan un 8%. Vale indicar, que 4 docentes se abstuvieron de responder esta pregunta, lo que significa sólo un 5 % del total.

Objetivo

Determinar en qué lugares existe más demanda, para utilizar los servicios de Internet.

Pregunta

4.¿En que lugar(es) utiliza los servicios de Internet?

| LUGARES | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|------------|------------|
| Trabajo | 17.50% | 7 |
| Casa | 45.00% | 18 |
| Biblioteca | 25.00% | 10 |
| Ciber Café | 2.50% | 1 |
| Infocentros | 10.00% | 4 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

Respecto a los lugares en los que utilizan los docentes los servicios de Internet, 45 % lo hace en su casa, 25 % en la biblioteca, 17.5 % en el trabajo, 10 % en los Infocentros y sólo 2.5 % en Ciber Cafés.

Objetivo

Conocer la oferta de los diferentes servicios para los cuales los docentes han utilizado Internet y observar la incidencia en la parte que corresponde a la Investigación

Pregunta

5.¿Cuál(es) de los siguientes servicios ha utilizado Ud.?

| SERVICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Correo Electrónico | 33 | 21.00% |
| Búsqueda especializada de información | 34 | 22.00% |
| Educación a distancia | 1 | 1.00% |
| Capacitaciones | 13 | 8.00% |
| Seminarios | 12 | 8.00% |
| Videoconferencias | 5 | 3.00% |
| Diseño y publicación de páginas Web | 10 | 6.00% |
| Impresiones | 13 | 8.00% |
| Fotocopias | 7 | 5.00% |
| Escaneo de documentos | 12 | 8.00% |
| Anillado y empastado | 10 | 6.00% |
| Otros | 1 | 1.00% |
| Abstención | 4 | 3.00% |
| TOTAL | 155 | 100.00% |

Análisis

Los servicios utilizados por los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas se concentran en primer lugar en lo que es la búsqueda especializada de información con un 22 %, con un 21 % utilizan los servicios de correo electrónico.

Con un 8 % lo hacen para seminarios y capacitaciones, de igual forma un 8 % lo hace también para escaneo de documentos. Para los servicios de anillado y empastado lo hacen un 6 % del total, al igual que para los servicios de anillado y empastado.

5 % de los docentes los hacen para utilizar los servicios de fotocopias y 3 % para lo que es videoconferencias. Para educación a distancia y otros servicios lo hacen sólo el 1 %.

Objetivo

Conocer como califican los docentes, la calidad de los diferentes lugares que ofrecen Internet.

Pregunta

6.¿Cómo considera Ud. Los servicios que brindan estos sitios?

| SITIOS | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|------------|------------|
| Excelente | 12.50% | 5 |
| Muy Bueno | 25.00% | 10 |
| Bueno | 37.50% | 15 |
| Regular | 5.00% | 2 |
| Deficiente | 5.00% | 2 |
| Otros | 15.00% | 6 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

Respecto a los servicios que brindan los diferentes sitios que ofrecen el acceso a Internet, los docentes consideran en un 37.5 % del total que por lo general son buenos, 25 % lo consideraron que son muy buenos, 5 % del total de los docentes lo consideraron regular o deficiente, pero hay que tomar en cuenta que el 12.5 % de los maestros lo estimaron que son excelentes.

Objetivo

Conocer la oferta de precios de la competencia, para la fijación de un precio competitivo.

Pregunta

7.¿Qué precios ha pagado Ud. Por hacer uso de los servicios de Internet?

| PRECIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|------------|------------|
| CIBERCAFE | | |
| HORA | | |
| \$ 1.00 | 3 | 30.00% |
| \$ 1.14 | 5 | 50.00% |
| \$ 2.00 | 2 | 20.00% |
| SUBTOTAL | 10 | 100.00% |
| INFOCENTROS | | |
| HORA | | |
| \$1.00 | 3 | 75.00% |
| \$1.14 | 1 | 25.00% |
| SUBTOTAL | 4 | 100.00% |
| OTROS | | |
| MES | | |
| \$ 15.00 | 3 | 15.79% |
| \$ 51.00 | 7 | 36.84% |
| \$ 60.00 | 8 | 42.11% |
| \$ 100.00 | 1 | 5.26% |
| SUBTOTAL | 19 | 100.00% |

Análisis

El 50% de los docentes encuestados que han visitado los CIBERCAFES dicen haber pagado \$1.14, el 30% y el 20% responden haber pagado \$1.00 y \$ 2.00 por hora respectivamente.

Por otra parte los docentes que han visitado los INFOCENTROS el 75% y el 25% afirman haber pagado \$1.00 y \$ 1.14 respectivamente por los servicios adquiridos.

Además algunos afirman que han adquirido los servicios de Internet en su casa o en alguna Biblioteca por lo que el 42.11% dice haber cancelado por mes la cantidad de \$60.00 un 36.84% y un 15.79% afirma que paga por dichos servicios \$51.00 y \$15.00 respectivamente, sólo un 5.26% de los catedráticos encuestados han pagado \$ 100.00 mensuales por el uso los servicios de Internet.

Objetivo

Identificar si la investigación es un área importante para los docentes al utilizar sistemas de información y tecnologías informáticas.

Pregunta

8.¿Considera Ud. que el acceso a Sistemas de información utilizando tecnologías informáticas como Internet, facilitan la investigación?

| ACCESO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|------------|------------|
| Si | 90.00% | 36 |
| No | 10.00% | 4 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis.

El 90 % de los docentes encuestados respondieron que el acceso a los sistemas de información utilizando tecnologías de información como el Internet facilitan la investigación, solamente un 10 % respondieron que no es así.

Objetivo

Conocer la demanda de la Facultad respecto a un servicio tecnológico, para promover el proceso de formación aprendizaje

Pregunta

9.¿A su criterio, es necesario que la Facultad ofrezca un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación?

| OFREZCA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|------------|------------|
| Si | 90.00% | 36 |
| No | 10.00% | 4 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

De igual forma que la pregunta anterior, los docentes encuestados respondieron en un 90 % que se necesita que la Facultad de Ciencias Económicas ofrezcan un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación. Sólo un 10 % respondieron de que no era necesario.

Objetivo

Investigar la demanda de la población docente de la Facultad de Ciencias Económicas para que se cree un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

10.¿Utilizaría Ud. El Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en caso de crearse?

| CREARSE | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|------------|------------|
| Si | 82.50% | 33 |
| No | 7.50% | 3 |
| Otros | 10.00% | 4 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

Al crearse un Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador el 82.5 % de los docentes encuestados respondieron que harían uso de los servicios que se ofrecieran, es decir que lo utilizarían. El 7.5 % respondieron que no lo harían y un 10 % respondieron de forma diferente en diversos aspectos.

Objetivo

Conocer la demanda potencial con que se utilizaría el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad.

Pregunta

11.¿De las siguientes opciones, señale con que frecuencia utilizaría Ud. El Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?

| UTILIZARIA | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|------------------------|------------|------------|
| 1 hora diaria | 50.00% | 20 |
| 2 horas diarias | 20.00% | 8 |
| Más de 2 horas diarias | 5.00% | 2 |
| 3 horas a la semana | 15.00% | 6 |
| 2 horas al mes | 10.00% | 4 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

El 50 % de los docentes encuestados respondieron que utilizarían el INFOCENTRO de la Facultad por una hora diaria, 20 % lo haría 2 horas diarias, 15 % tres horas a la semana y el 10 % 2 horas al mes. Solamente un 5 % respondieron que lo harían por más de 2 horas diarias.

Objetivo

Investigar los beneficios que el docente percibe al crearse un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

12.¿Cuáles beneficios cree Ud. Que le otorgaría el funcionamiento de un Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO), en la Facultad?

| BENEFICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------------|------------|------------|
| Ahorro de tiempo | 28 | 28.00% |
| Acceso a información en General | 25 | 25.00% |
| Comunicación a distancia | 17 | 17.00% |
| Capacitación | 22 | 22.00% |
| Otros | 5 | 5.00% |
| Abstención | 3 | 3.00% |
| TOTAL | 100 | 100.00% |

Análisis

Con relación a los beneficios que consideran los docentes que les otorgaría el funcionamiento de un INFOCENTRO en la Facultad, éstos respondieron en un 28 % del total que les ahorraría tiempo, 25 % que les beneficiaría por el acceso a información general, 22 % por que se capacitarían, 17 % por comunicarse a distancia y 5 % por otras razones.

Objetivo

Investigar los servicios que demanda la población docente si se creara un Centro de Información e Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

13.¿Qué tipo de servicios le gustaría que brindara el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO), en la Facultad?

| SERVICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Correo Electrónico | 33 | 12.74% |
| Búsqueda especializada de información | 32 | 12.36% |
| Educación a distancia | 22 | 8.49% |
| Capacitaciones | 28 | 10.81% |
| Seminarios | 28 | 10.81% |
| Videoconferencias | 29 | 11.20% |
| Diseño y publicación de pág. Web | 21 | 8.11% |
| Impresiones | 19 | 7.34% |
| Fotocopias | 14 | 5.41% |
| Escaneo de documentos | 16 | 6.18% |
| Anillado y empastado | 11 | 4.25% |
| Otos | 3 | 1.16% |
| Abstención | 3 | 1.16% |
| TOTAL | 259 | 100.00% |

Análisis

El 12.74 de los docentes encuestados afirman que les gustaría que al crearse el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO se ofrecieran los servicios de correo Electrónico un 12.36% y un 11.20 respondieron que les gustaría que se brindaran los servicios de Búsqueda especializada de Información y de Videoconferencias.

Además del 100% de los docentes encuestados el 8.49%, el 8.11%, el 7.34% y el 6.18% afirman que les gustaría que se brindaran los

servicios de Educación a distancia, Diseño y publicación de páginas Web, Impresiones, y escaneo de documentos respectivamente.

Por otra parte algunos docentes en menor proporción es decir en un 5.41% y 4.25% consideran que es necesario que se brinden los servicios de Fotocopias y anillado y empastado.

Objetivo

Investigar las áreas en las cuales demandan capacitación los docentes al utilizarse un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

14.¿En qué áreas le gustaría que se impartieran capacitaciones en el Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

| AREAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------|-------------------|-------------------|
| Finanzas | 26 | 18.44% |
| Comercio Internacional | 20 | 14.18% |
| Mercadeo | 25 | 17.73% |
| Idiomas | 18 | 12.77% |
| Cooperativismo | 20 | 14.18% |
| Asociatividad | 17 | 12.06% |
| Otros | 11 | 7.80% |
| Abstención | 4 | 2.84% |
| TOTAL | 141 | 100.00% |

Análisis

Respecto a las áreas en que les gustaría que se impartieran capacitaciones a los docentes un 18.44%, 17.73 responden que es en Finanzas y en Mercadeo. Un 14.18% contestaron que en comercio Internacional y en Cooperativismo, un 12.77% y un 12.06% afirman que les gustaría en el área de Idiomas y Asociatividad.

También en menor proporción es decir en un 7.80% los docentes respondieron que les gustaría que se impartieran capacitaciones en algunas áreas relacionadas con cada carrera en las que se tenga más deficiencia, o que los docentes y alumnos quieran especializarse.

Objetivo

Determinar la forma de pago en que más le gustaría al docente realizar al utilizar un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

Pregunta

15.¿ Que forma de pago le gustaría hacer por el uso del Centro de Información e Investigación (INFOCENTRO)?

| PAGO | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|---------------|------------|------------|
| Por hora | 45.00% | 18 |
| Por mes | 40.00% | 16 |
| Por semestre | 5.00% | 2 |
| Otros | 10.00% | 4 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

La forma de pago que los docentes estarían dispuestos utilizar para hacer uso del INFOCENTRO de la Facultad, sería con una proporción del 45 % por hora, 40 % preferirían que fuera por mes, y sólo un 5 % por semestre.

Objetivo

Conocer los precios que están dispuestos a pagar los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

16. En los siguientes rangos por hora, mes y semestre ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

| RANGOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------|------------|------------|
| HORA | | |
| De \$ 0.57 a \$ 1.14 | 14 | 37.84% |
| De \$ 1.26 a \$ 1.71 | 1 | 2.70% |
| De \$ 1.83 a \$ 2.29 | 0 | 0.00% |
| MES | | |
| De \$ 11.43 a \$ 22.86 | 13 | 35.14% |
| De \$ 22.97 a \$ 34.29 | 2 | 5.41% |
| De \$ 34.40 a \$ 45.71 | 1 | 2.70% |
| SEMESTRE | | |
| De \$ 60.00 a \$ 100.00 | 6 | 16.22% |
| De \$ 101.00 a \$ 200.00 | 0 | 0.00% |
| De \$ 201.00 a \$ 250.00 | 0 | 0.00% |
| TOTAL | 37 | 100.00% |

Análisis

Del 100.00% de los docentes encuestados un 37.84% afirma que estarían dispuestos a pagar entre \$0.57 y \$1.14 de dólar por hora, el 2.70% responden que están dispuestos a pagar de \$1.26 a \$1.17 por hora.

En la categoría de mes el 35.14% está dispuesto a pagar de \$ 11.43 a \$11.86 y en menor proporción ósea en un 5.41% y un 2.70% contestan que estarían dispuestos a pagar de \$22.97 a \$34.29 y entre \$ 34.40 a \$ 45.71.

Por otra parte de los docentes que responden que les gustaría pagar por semestre un 16.22% dicen que están dispuestos a pagar de \$ 60.00 a \$100.00.

Objetivo

Analizar qué días de la semana demandarían más los docentes para utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad de Ciencias Económicas.

Pregunta

17.¿Qué días utilizaría Ud. Los servicios del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)?

| SERVICIOS | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|-----------------------|------------|------------|
| De lunes a Viernes | 85.00% | 34 |
| Sábados por la mañana | 10.00% | 4 |
| Sábados por la tarde | 5.00% | 2 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

Los docentes encuestados respondieron en 85 % que utilizarían los servicios del INFOCENTRO de lunes a viernes, 10 % lo harían los sábados por la mañana y nada más un 5 % lo utilizarían sábados por la tarde.

Objetivo

Conocer los horarios en que los docentes están dispuestos a utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, en la Facultad.

Pregunta

18.¿En que horarios utilizaría Ud. Los servicios del Centro de Información e Investigación, (INFOCENTRO)?

| HORARIOS | PORCENTAJE | FRECUENCIA |
|--------------------|------------|------------|
| De 7:00 a 9:00 am. | 15.00% | 6 |
| De 9:00 a 12:00 m. | 15.00% | 6 |
| De 1:00 a 3:00 pm. | 10.00% | 4 |
| De 3:00 a 5:00 pm. | 10.00% | 4 |
| De 5:00 a 8:00 pm. | 50.00% | 20 |
| Total general | 100.00% | 40 |

Análisis

Los horarios más convenientes para los docentes de acuerdo a la encuesta serían de 5 a 8 p.m. y no menos importante también de 7 a 9 a. m. Y de 9 a 12 m con un 15 % respectivamente.

De 1 a 3 p.m. y de 3 a 5 p.m. también lo utilizarían pero con un 10 % respectivamente. Un 50 % lo utilizarían de 5 p.m. a 8 p.m. lo que se vuelve significativo de alguna forma.

CRUCES DE VARIABLES ESTUDIANTES

Objetivo

Conocer el nivel de experiencia en Internet, para determinar el conocimiento que tienen los estudiantes de la Facultad, con relación a la ocupación de éstos.

OCUPACION / EXPERIENCIA

| OCUPACIÓN / EXPERIENCIA | POCO | BIEN | EXCELENTE | ABSTENCION | TOTAL GENERAL |
|-------------------------|--------|--------|-----------|------------|---------------|
| Trabaja y estudia | 51.79% | 37.50% | 8.93% | 1.79% | 100.00% |
| Sólo estudia | 59.26% | 29.63% | 11.11% | 0.00% | 100.00% |
| Total general | 54.22% | 34.94% | 9.64% | 1.20% | 100.00% |
| Frecuencia | 52 | 33 | 9 | 1 | 95 |

Análisis

Los estudiantes que trabajan y estudian respondieron en un 51.79%, 37.50% y 8.93% que tienen poca, buena y excelente experiencia para acceder a Internet respectivamente.

Los estudiantes que sólo estudian respondieron que en un 59.26% tenían poca experiencia, 29.63% una buena experiencia y solamente un 11.11% que tienen una excelente experiencia en acceder a Internet.

Objetivo

Investigar qué motivos llaman a utilizar Internet a los estudiantes por cada una de las carreras de la Facultad.

MOTIVO / CARRERA

| MOTIVO/ CARRERA | ECONOMIA | CONTADURIA | EMPRESAS | TOTAL GENERAL |
|-----------------|----------|------------|----------|---------------|
| Diversión | 0.00% | 0.00% | 100.00% | 100.00% |
| Comunicación | 0.00% | 28.57% | 71.43% | 100.00% |
| Cultura General | 16.67% | 16.67% | 66.67% | 100.00% |
| Investigación | 10.13% | 48.10% | 41.77% | 100.00% |
| Otros | 0.00% | 50.00% | 50.00% | 100.00% |
| Total general | 9.47% | 44.21% | 46.32% | 100.00% |
| Frecuencia | 9 | 42 | 44 | 95 |

Análisis

De acuerdo a los motivos que se plantearon a los estudiantes para los que se utiliza Internet, los de administración de Empresas respondieron en un 41.77 % que era para efectos de Investigación, los de contaduría en un 48.10. % y un 10.13 % de economía.

En cuanto a utilización por motivos de Cultura General, el 66.67 % de administración de empresas, respondieron que fue así, el 16.67 % de contaduría y economía lo hicieron respectivamente.

En relación a la utilización de Internet para efectos de comunicación, el 71.43 % respondieron que era así de la carrera

de administración de empresas, 28.57 % lo hicieron para los estudiantes de contaduría y 0.00% de economía

Respecto a motivos de diversión, un 100% de los estudiantes de administración respondieron que lo hacían para tales propósitos.

Objetivo

Determinar en qué lugares existe más demanda, para utilizar los servicios de Internet, relacionado esto a la ocupación de los estudiantes encuestados.

OCUPACION / LUGAR EN QUE UTILIZA INTERNET

| OCUPACIÓN /LUGAR | TRABAJO | CASA | BIBLIOTECA | CIBER CAFE | INFOCENTROS | TOTAL GENERAL |
|-------------------|---------|--------|------------|---------------|-------------|------------------|
| Trabaja y estudia | 37.50% | 12.50% | 5.36% | 37.50% | 7.14% | 100.00% |
| Sólo estudia | 7.41% | 11.11% | 7.41% | 55.56% | 18.52 | 100.00% |
| Total general | 27.71% | 12.05% | 6.02% | 43.37% | 10.8 | 100.00% |
| Frecuencia | 26 | 11 | 6 | 41 | 10 | 95 |

Análisis

Los estudiantes que trabajan y estudian afirmaron en un 37.50 % que utilizan Internet en su trabajo, en igual porcentaje lo hacen en Ciber Cafés. Sólomente un 12.50 % y un 5.36 % lo utilizan en casa y biblioteca respectivamente.

Los que sólo estudian, manifestaron en un 55.56% que utilizan Internet en los Ciber cafes y un 11.11 % en su casa. 7.41 % de éstos lo hacen en su trabajo y la biblioteca respectivamente.

Objetivo

Conocer como califican los estudiantes por carrera de la Facultad, la calidad de los diferentes lugares que ofrecen Internet.

CARRERA / COMO CONSIDERA LOS SERVICIOS QUE BRINDAN ESTOS SITIOS

| CARRERA/ SERVICIOS | EXCELENTE | MUY BUENO | BUENO | REGULAR | TOTAL GENERAL |
|-----------------------|-----------|-----------|--------|---------|---------------|
| Economía | 28.57% | 14.29% | 42.86% | 14.29% | 100.00% |
| Contaduría | 24.32% | 43.24% | 29.73% | 2.70% | 100.00% |
| Empresas | 15.38% | 41.03% | 35.90% | 7.69% | 100.00% |
| Total general | 20.48% | 39.76% | 33.73% | 6.02% | 100.00% |
| Frecuencia | 19 | 38 | 32 | 6 | 95 |

Análisis

Con respecto a los servicios que ofrecen los diferentes sitios, los estudiantes de la carrera de Economía manifestaron en un 28.57 % que estos son excelentes, un 14.29 % muy buenos, 42.86 % buenos y un 14.29 regular.

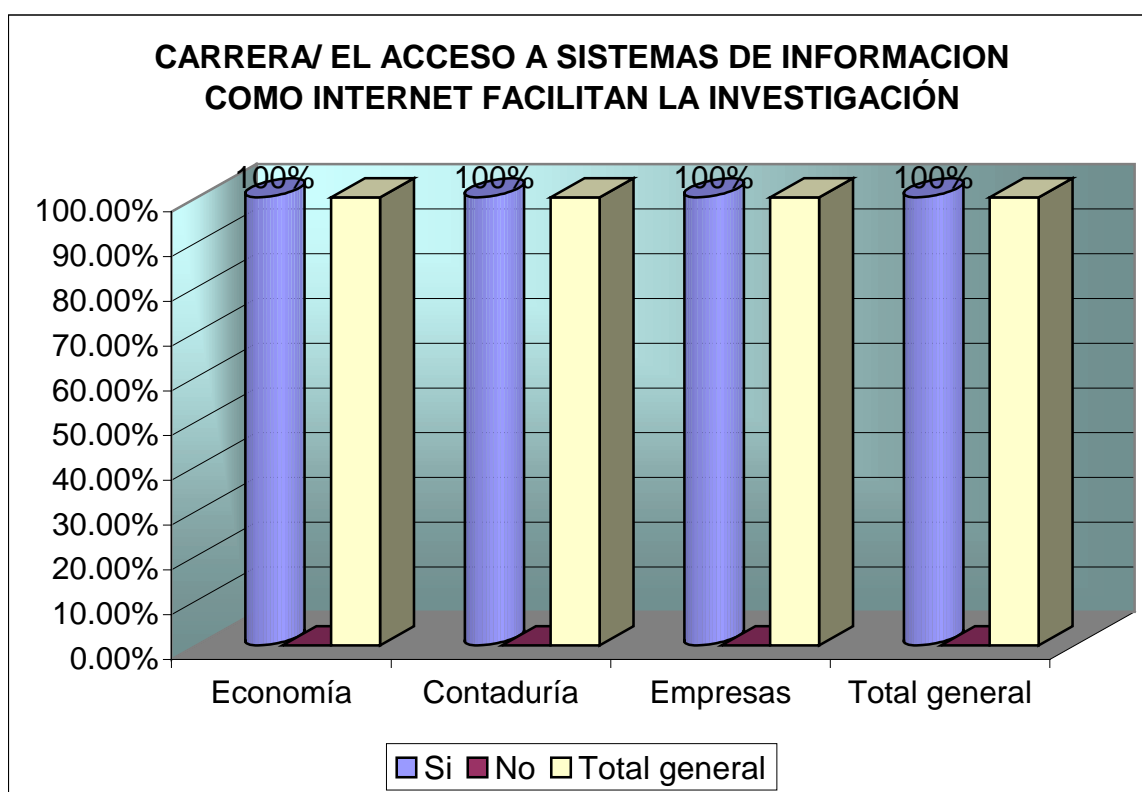
Los estudiantes de Contaduría Pública respondieron que el 24.32% de los servicios ofrecidos son excelentes, 43.24 % muy buenos, 29.73 % buenos y sólo un 2.70 % regular. Los de Administración de Empresas manifestaron que el 15.38 % son excelentes, el 41.03 % muy buenos, 35.90 % buenos y sólo el 7.69 % de regulares.

Objetivo

Identificar si la investigación es un área importante para los alumnos de las diferentes carreras, al utilizar sistemas de información y tecnologías informáticas.

CARRERA/ EL ACCESO A SISTEMAS DE INFORMACION COMO INTERNET FACILITAN LA INVESTIGACION

| CARRERA /ACCESO | SI | NO | TOTAL GENERAL |
|-----------------|---------|-------|---------------|
| Economía | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Contaduría | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Empresas | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Total general | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 95 | 0 | 95 |



Análisis

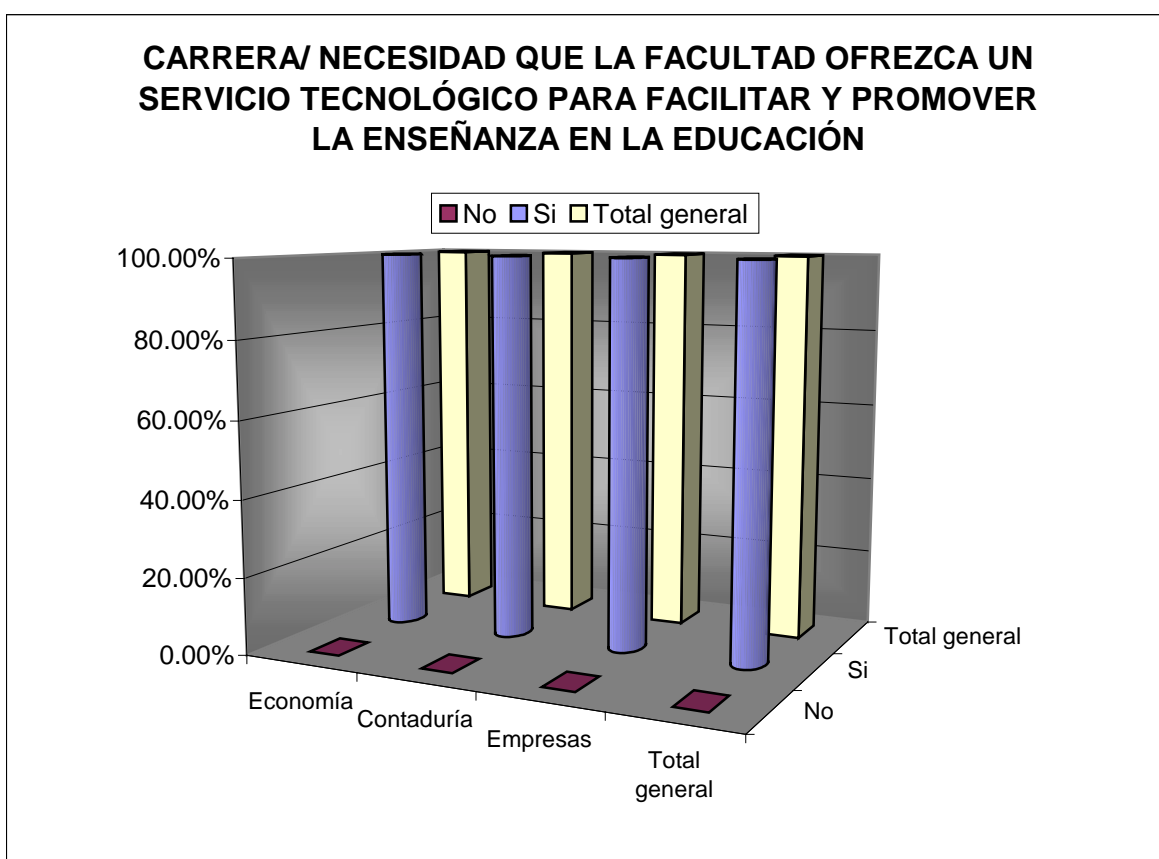
Los estudiantes de Economía al ser consultados sobre si el acceso a INTERNET facilita la investigación, éstos respondieron en un 100 % que efectivamente así es; de igual forma, tanto los alumnos de Contaduría y Administración de Empresas en un 100 % confirmaron que INTERNET facilita la investigación.

Objetivo

Conocer la demanda de los estudiantes de las diferentes carreras de la Facultad, respecto a un servicio tecnológico, para promover el proceso de formación aprendizaje.

CARRERA/ NECESIDAD QUE LA FACULTAD OFREZCA UN SERVICIO TECNOLÓGICO PARA FACILITAR Y PROMOVER LA ENSEÑANZA EN LA EDUCACION.

| CARRERA /OFREZCA | SI | NO | TOTAL GENERAL |
|------------------|---------|-------|---------------|
| Economía | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Contaduría | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Empresas | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Total general | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 95 | 0 | 95 |



Análisis

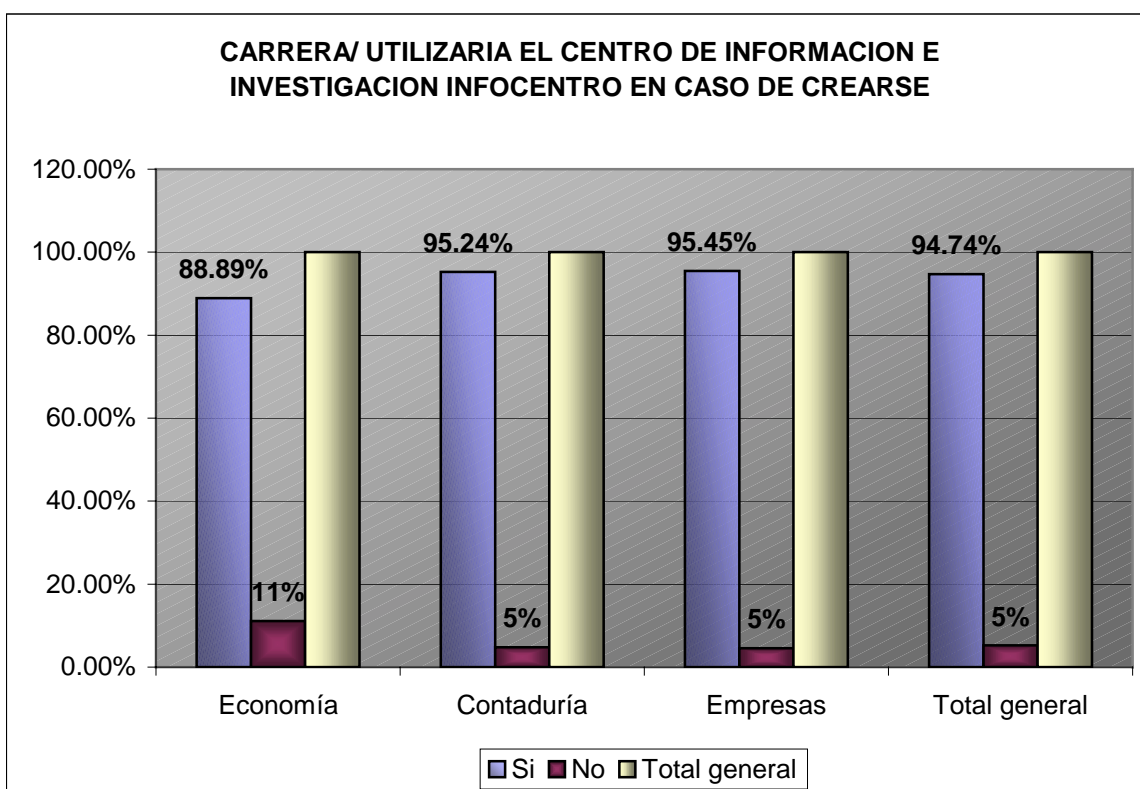
Los estudiantes de Economía, Contaduría Pública y Administración de Empresas respectivamente en un 100 % consideran que si se necesita dentro de la Facultad de Ciencias Económicas que se ofrezca un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación que se imparte.

Objetivo

Investigar la demanda efectiva de la población estudiantil, segmentado por carrera, de la Facultad de Ciencias Económicas para que se cree un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

CARRERA/ UTILIZARIA EL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION INFOCENTRO EN CASO DE CREARSE.

| CARRERA / UTILIZARIA | SI | NO | TOTAL GENERAL |
|----------------------|--------|--------|---------------|
| Economía | 88.89% | 11.11% | 100.00% |
| Contaduría | 95.24% | 4.76% | 100.00% |
| Empresas | 95.45% | 4.55% | 100.00% |
| Total general | 94.74% | 5.26% | 100.00% |
| Frecuencia | 90 | 5 | 95 |



Análisis

El 88.89 %, 95.24 % y 95.45% de los alumnos de Economía, Contaduría y Empresas respectivamente manifestaron que de crearse un Centro de Información e Investigación dentro de la Facultad de Ciencias Económicas utilizarían dicho centro. Solamente un porcentaje muy pequeño, 11.11, 4.76 y 4.55 % de cada escuela indicaron que no.

Objetivo

Conocer la demanda potencial con que se utilizaría el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, relacionado a los estudiantes por ocupación en la Facultad.

OCUPACION/ CON QUE FRECUENCIA UTILIZARIA EL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION (INFOCENTRO) EN LA FACULTAD.

| OCUPACIÓN | 1 HORA/D | 2HORAS/D | MÁS DE 2 HORAS/D. | 3 HORAS/ SEMANA | 2 HORAS/ MES | OTROS | TOTAL GENERAL |
|-------------------|----------|----------|-------------------|-----------------|--------------|--------|---------------|
| Trabaja y estudia | 26.98% | 9.52% | 1.59% | 36.51% | 12.70% | 12.70% | 100.00% |
| Sólo estudia | 25.00% | 12.50% | 0.00% | 43.75% | 12.50% | 6.25% | 100.00% |
| Total general | 26.32% | 10.53% | 1.05% | 38.95% | 12.63% | 10.53% | 100.00% |
| Frecuencia | 25 | 10 | 1 | 37 | 12 | 10 | 95 |

Análisis

De acuerdo a la ocupación, los estudiantes que trabajan y estudian manifestaron en un 26.98 % que utilizarían los servicios del Centro de Información e Investigación INFOCENTROS por una hora diaria, 9.52 % 2 horas diarias, 1.59 % más de dos horas diarias y 36.51 % 3 horas semanales, un 12.70 % lo haría 2 horas al mes.

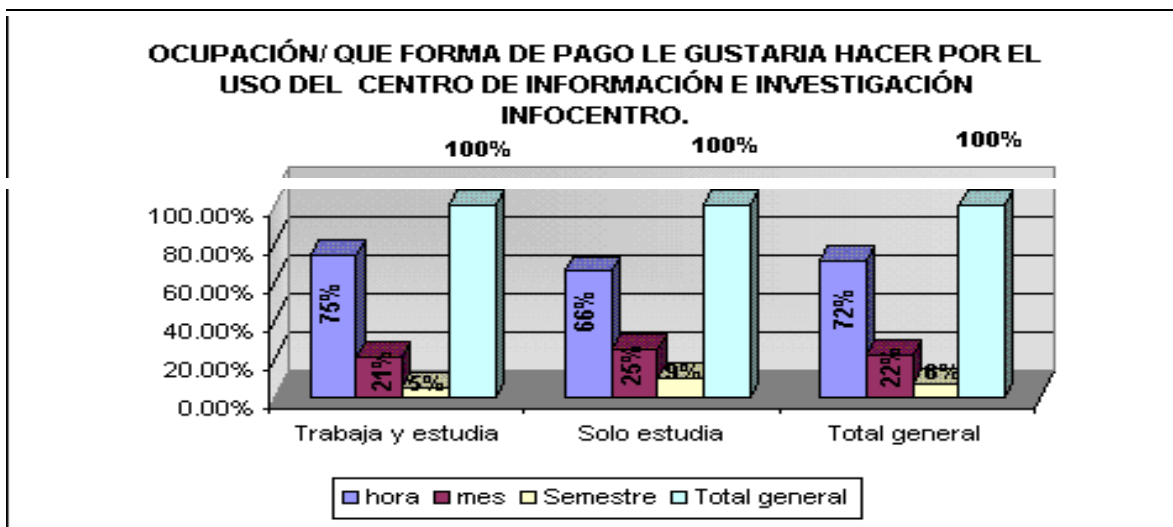
Los que sólo estudian manifestaron con un 25 % que también lo harían por una hora diaria, 12.50 % por dos horas diarias, o % no lo haría por más de dos diarias, 43.75 % lo haría por 3 horas a la semana y sólo un 12. 50 % lo haría por dos horas al mes.

Objetivo

Determinar la forma de pago que más le gustaría al estudiante realizar al utilizar un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con respecto a la ocupación actual de los encuestados.

OCUPACION/ QUE FORMA DE PAGO LE GUSTARIA HACER POR EL USO DEL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION INFOCENTRO.

| OCUPACIÓN | HORA | MES | SEMESTRE | TOTAL GENERAL |
|-------------------|--------|--------|----------|---------------|
| Trabaja y estudia | 74.60% | 20.63% | 4.76% | 100.00% |
| Solo estudia | 65.63% | 25.00% | 9.38% | 100.00% |
| Total general | 71.58% | 22.11% | 6.32% | 100.00% |
| Frecuencia | 68 | 21 | 6 | 95 |



Análisis

Con respecto a la forma de pago que les gustaría hacer a las personas que trabajan y estudian un 74.60 % mencionan que están de acuerdo a pagar por hora un 20.63 y un 4.76 % que les gustaría pagar por mes y semestre respectivamente.

Objetivo

Analizar qué días de la semana existiría mayor demanda, para utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con relación a los estudiantes que trabajan y estudian o sólo estudian de la Facultad de Ciencias Económicas.

OCUPACION/ EN QUE DIAS UTILIZARIA LOS SERVICIOS DEL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION INFOCENTRO.

| OCUPACIÓN | LUNES A VIERNES | SAB/ MAÑANA | SAB /TARDE | TOTAL GENERAL |
|-------------------|------------------------|--------------------|-------------------|----------------------|
| Trabaja y estudia | 44.44% | 19.05% | 36.51% | 100.00% |
| Solo estudia | 75.00% | 9.38% | 15.63% | 100.00% |
| Total general | 54.74% | 15.79% | 29.47% | 100.00% |
| Frecuencia | 52 | 15 | 28 | 95 |

Análisis

El 75 % de los estudiantes encuestados que sólo estudian consideran que demandarían los servicios del Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, de lunes a viernes, mientras que un 9.38 y un 15.63% dicen que lo harían los días Sábados por la mañana y por la tarde respectivamente.

Por otra parte de los estudiantes que trabajan y estudian un 44.44% afirman que utilizarían los servicios del INFOCENTRO de lunes a viernes, y un 19.05 y 36.51 % lo visitarían los sábados por la mañana y por la tarde respectivamente.

CRUCES DE VARIABLES DE DOCENTES

Objetivo

Conocer el nivel de experiencia en Internet, para determinar el conocimiento que tienen los docentes de la Facultad, con relación a la ocupación de éstos.

JORNADA LABORAL/ EXPERIENCIA

| JORNADA | POCO | BIEN | EXCELENTE | ABSTENCIÓN | TOTAL GENERAL |
|-----------------|--------|--------|-----------|------------|---------------|
| Medio Tiempo | 35.71% | 42.86% | 14.29% | 7.14% | 100.00% |
| Tiempo Completo | 19.23% | 46.15% | 23.08% | 11.54% | 100.00% |
| Total general | 25.00% | 45.00% | 20.00% | 10.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 10 | 18 | 8 | 4 | 40 |

Análisis

Los docentes de medio tiempo respondieron en un 35.71 %, 42.86 % y 14.29 % que tienen poca, buena y excelente experiencia para acceder a Internet respectivamente.

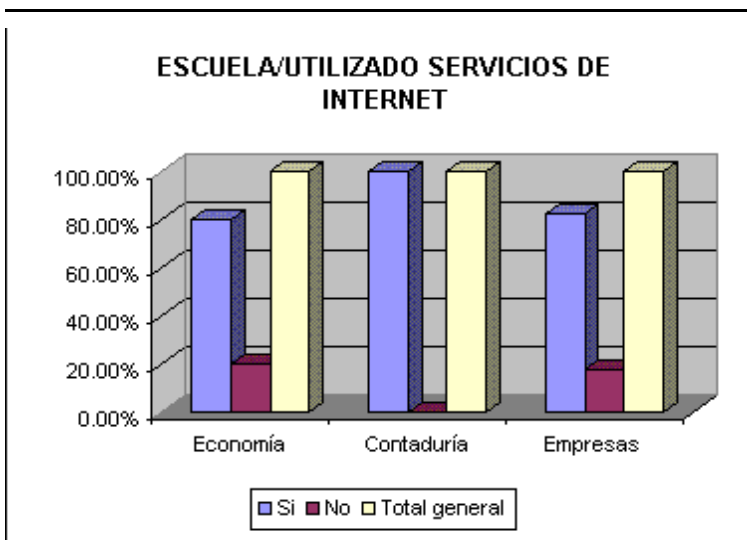
Los docentes de tiempo completo respondieron que en un 19.23 % que tenían poca experiencia, 46.15 % una buena experiencia y solamente un 23.08 % que tienen una excelente experiencia en acceder a Internet.

Objetivo

Investigar qué motivos llaman a utilizar Internet a los docentes de cada una de las escuelas de la Facultad.

ESCUELA/ UTILIZADO

| ESCUELA | SI | NO | TOTAL GENERAL |
|---------------|---------|--------|---------------|
| Economía | 80.00% | 20.00% | 100.00% |
| Contaduría | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Empresas | 82.35% | 17.65% | 100.00% |
| Total general | 87.50% | 12.50% | 100.00% |
| Frecuencia | 35 | 5 | 40 |



Análisis

Del total de los docentes encuestados, los profesores de la Escuela de Economía en un 80 % respondieron que sí han hecho uso de los servicios de la Internet, el 82.35 % y 100 % de Administración de empresas y Economía respectivamente también lo han hecho.

Objetivo

Determinar en qué lugares existe más demanda, para utilizar los servicios de Internet, relacionado esto a la jornada laboral de los docentes encuestados.

JORNADA LABORAL /LUGARES

| JORNADA | TRABAJO | CASA | BIBLIOTECA | CIBER CAFE | INFOCENTROS | TOTAL GENERAL |
|-----------------|---------|--------|------------|------------|-------------|---------------|
| Medio Tiempo | 35.71% | 42.86% | 14.29% | 0.00% | 7.14% | 100.00% |
| Tiempo Completo | 7.69% | 46.15% | 30.77% | 3.85% | 11.54% | 100.00% |
| Total general | 17.50% | 45.00% | 25.00% | 2.50% | 10.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 7 | 18 | 10 | 1 | 4 | 40 |

Análisis

Con relación a los lugares en los que utilizan los docentes los servicios de Internet y de acuerdo a su jornada laboral, la mayoría lo hacen en sus casas, los de medio tiempo lo hacen en un 42.86 % en casa, 35.71 % en el trabajo y sólo un 14.29 % en la biblioteca. Los de tiempo completo en un 46.15 % lo hace en su casa, 7.69 % en el trabajo y 30.77 % en la biblioteca.

Respecto a los Infocentros y los Ciber Cafés es poca la utilización de los servicios por parte de los docentes, resalta los de tiempo completo que utilizan los Infocentros en un 11.54%.

Objetivo

Conocer como califican los docentes de cada escuela de la Facultad, la calidad de los diferentes lugares que ofrecen Internet.

ESCUELA/ SITIOS

| ESCUELA | EXCELENTE | MUY BUENO | BUENO | REGULAR | DEFICIENTE | ABSTENCION | TOTAL GENERAL |
|---------------|-----------|-----------|--------|---------|------------|------------|---------------|
| Economía | 20.00% | 0.00% | 30.00% | 0.00% | 10.00% | 40.00% | 100.00% |
| Contaduría | 15.38% | 38.46% | 38.46% | 7.69% | 0.00% | 0.00% | 100.00% |
| Empresas | 5.88% | 29.41% | 41.18% | 5.88% | 5.88% | 11.76% | 100.00% |
| Total general | 12.50% | 25.00% | 37.50% | 5.00% | 5.00% | 15.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 5 | 10 | 15 | 2 | 2 | 6 | 40 |

Análisis

Respecto a los servicios que brindan los diferentes sitios que ofrecen el acceso a Internet y con relación a la Escuela a la que pertenecen los docentes, éstos consideran en promedio que son buenos o muy buenos. Los de Contaduría Pública en un 38.46% del total opinan que por lo general son buenos y muy buenos, un porcentaje menos los califican de regulares o deficientes.

Los docentes de Economía sólo en un 20% lo consideran que son excelente, el 30 % los califica de malos. Respecto a los de

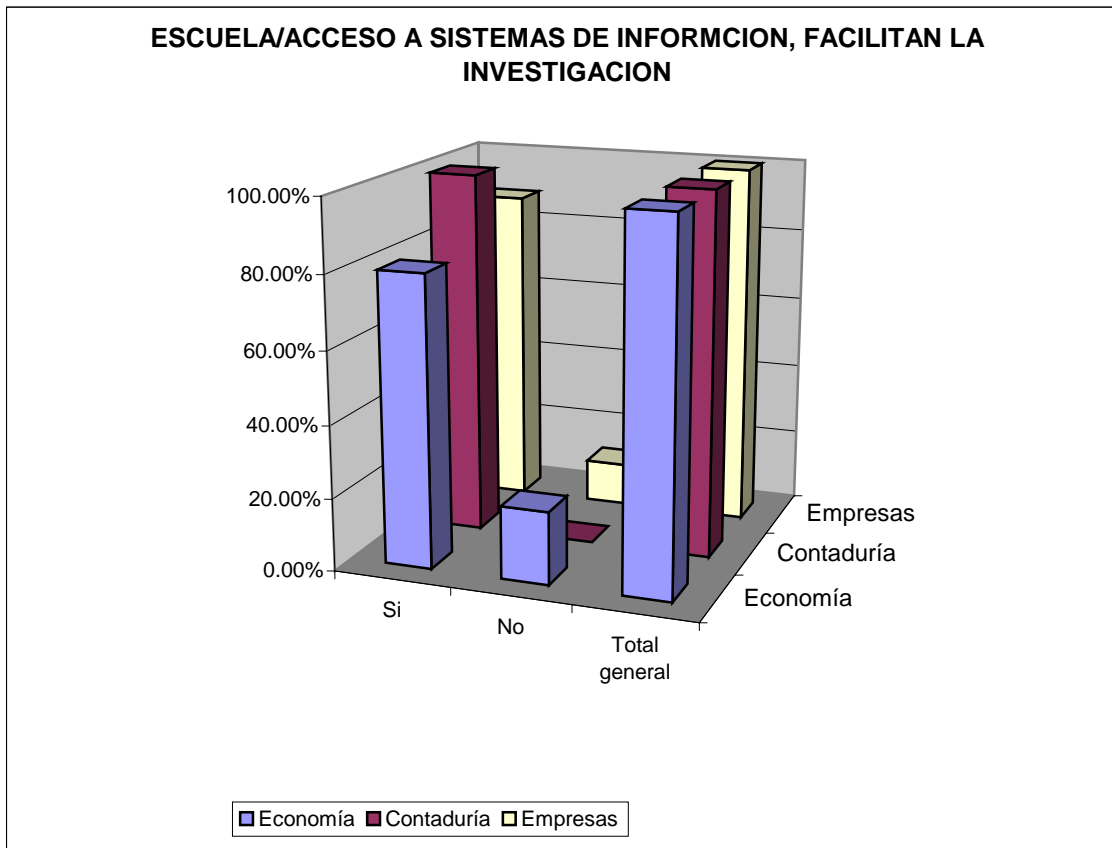
Administración de Empresas el 29.41 % los califica de muy buenos y un 41.18 % de buenos.

Objetivo

Identificar si la investigación es una área importante para los docentes de las diferentes escuelas, al utilizar sistemas de información y tecnologías informáticas.

ESCUELA /ACCESO

| ESCUELA | SI | NO | TOTAL GENERAL |
|---------------|---------|--------|---------------|
| Economía | 80.00% | 20.00% | 100.00% |
| Contaduría | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Empresas | 88.24% | 11.76% | 100.00% |
| Total general | 90.00% | 10.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 36 | 4 | 40 |



Análisis

De acuerdo a la Escuela a la que pertenecen los docentes, los de Contaduría Pública en un 100 % respondieron que el acceso a los sistemas de información utilizando tecnologías de información como el Internet facilitan la investigación. solamente un 10 % respondieron que no es así.

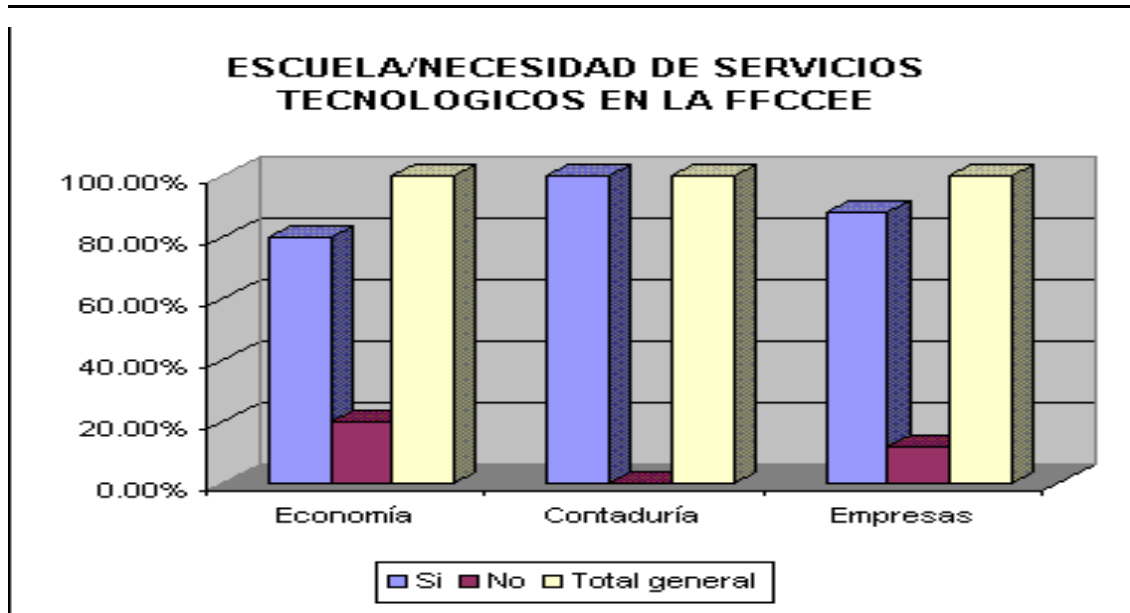
Los docentes tanto de la Escuela de Economía como de Administración de Empresas en un 80 y 88.24 % respectivamente confirmaron esa hipótesis o planteamiento que se les formuló.

Objetivo

Conocer la demanda de los docentes de las diferentes escuelas de la Facultad, respecto a un servicio tecnológico, para promover la enseñanza de la educación.

ESCUELA /OFREZCA

| ESCUELA | SI | NO | TOTAL GENERAL |
|---------------|---------|--------|---------------|
| Economía | 80.00% | 20.00% | 100.00% |
| Contaduría | 100.00% | 0.00% | 100.00% |
| Empresas | 88.24% | 11.76% | 100.00% |
| Total general | 90.00% | 10.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 36 | 4 | 40 |



Análisis

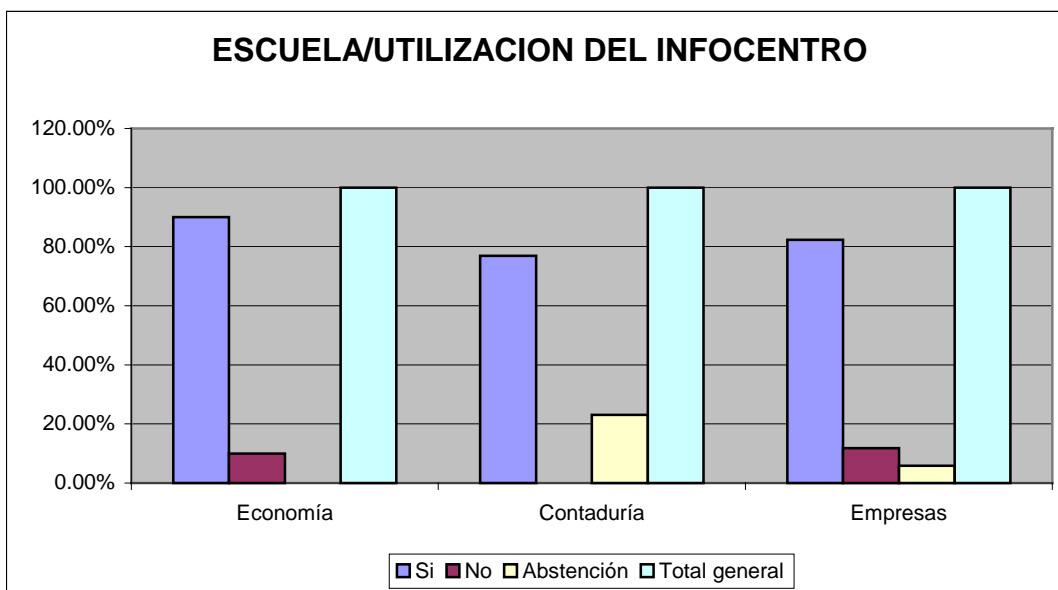
De igual forma, y con relación a la Escuela a la que pertenecen los docentes, es la Escuela de Contaduría Pública nuevamente la que con relación a que si se necesita que se ofrezcan los servicios de Internet dentro de la Facultad, éstos respondieron en un 100% que se necesita que la Facultad de Ciencias Económicas el que ofrezcan un servicio tecnológico para facilitar y promover la enseñanza en la educación. Los docentes de Economía también lo afirmaron con los de Administración de Empresas en un 80 % y 88.24 respectivamente. Es muy mínimo el porcentaje que respondieron de que no era necesario.

Objetivo

Investigar la demanda efectiva de la población docente, para que se cree un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO.

ESCUELA /CREARSE

| ESCUELA | SI | NO | ABSTENCION | TOTAL GENERAL |
|---------------|--------|--------|------------|---------------|
| Economía | 90.00% | 10.00% | 0.00% | 100.00% |
| Contaduría | 76.92% | 0.00% | 23.08% | 100.00% |
| Empresas | 82.35% | 11.76% | 5.88% | 100.00% |
| Total general | 82.50% | 7.50% | 10.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 33 | 3 | 4 | 40 |



Análisis

Al crearse un Centro de Información e Investigación en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador (INFOCENTRO), el 82.35 % de los docentes de Administración de Empresas respondieron que harían uso de los servicios que se ofrecieran, es decir que lo utilizarían. El 90 % de los docentes Economía respondieron que lo harían también, y el 76.92 % de los de Contaduría Pública lo harían de crearse el Centro.

Objetivo

Conocer la demanda potencial con que se utilizaría el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, relacionado a los docentes por jornada laboral en la Facultad.

JORNADA LABORAL / FRECUENCIA

| JORNADA | 1 HORA DIARIA | 2 HORAS DIARIAS | MÁS DE 2 H/DIA | 3 HORA /SEM. | 2 HORAS AL MES | TOTAL GENERAL |
|--------------------|------------------|--------------------|-------------------|-----------------|-------------------|------------------|
| Medio Tiempo | 42.86% | 21.43% | 7.14% | 14.29% | 14.29% | 100.00% |
| Tiempo Completo | 53.85% | 19.23% | 3.85% | 15.38% | 7.69% | 100.00% |
| Total general | 50.00% | 20.00% | 5.00% | 15.00% | 10.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 20 | 8 | 2 | 6 | 4 | 40 |

Análisis

Relacionando la pregunta a la jornada de trabajo, en un 50 % tanto los docentes de medio tiempo como los de tiempo completo respondieron en un 50 % que utilizarían el INFOCENTRO de la Facultad por una hora diaria, el 20 % lo haría 2 horas diarias, 15 % tres horas a la semana y el 10 % 2 horas al mes. Solamente un 5 % respondieron que lo harían por más de 2 horas diarias.

Objetivo

Determinar la forma de pago en que más le gustaría a los docentes realizar al utilizar un Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con respecto a la jornada laboral de los mismos.

JORNADA LABORAL / PAGO

| JORNADA | HORA | MES | SEMESTRE | ABSTENCION | TOTAL GENERAL |
|-----------------|--------|--------|----------|------------|------------------|
| Medio Tiempo | 42.86% | 35.71% | 7.14% | 14.29% | 100.00% |
| Tiempo Completo | 46.15% | 42.31% | 3.85% | 7.69% | 100.00% |
| Total general | 45.00% | 40.00% | 5.00% | 10.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 18 | 16 | 2 | 4 | 40 |

Análisis

La forma de pago que los docentes estarían dispuestos utilizar para hacer uso del INFOCENTRO de la Facultad respecto a la jornada de trabajo, 1 sería con una proporción promedio del 45 % por hora, 40 % preferirían que fuera por mes, y sólo un 5 % por semestre.

Objetivo

Analizar qué días de la semana existiría la mayor demanda, para utilizar el Centro de Información e Investigación INFOCENTRO, con relación a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas.

JORNADA LABORAL /DEMANDA DE SERVICIOS

| JORNADA | DE L-V | SAB /MAÑANA | SAB /TARDE | TOTAL GENERAL |
|-----------------|---------------|------------------------|-------------------|----------------------|
| Medio Tiempo | 78.57% | 14.29% | 7.14% | 100.00% |
| Tiempo Completo | 88.46% | 7.69% | 3.85% | 100.00% |
| Total general | 85.00% | 10.00% | 5.00% | 100.00% |
| Frecuencia | 34 | 4 | 2 | 40 |

Análisis

Los docentes encuestados respondieron en promedio para ambas jornadas que, en 85 % utilizarían los servicios del INFOCENTRO de lunes a viernes, 10 % lo harían los sábados por la mañana y nada más un 5 % lo utilizarían sábados por la tarde.

ANEXO # 4

MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS

UNIDAD OPERATIVA:

Esta unidad estará compuesta por los técnicos encargados de impartir los cursos y brindar la ayuda necesaria a los usuarios cuando estos la requieran. Inicialmente se contará con dos técnicos los cuales serán distribuidos en dos turnos, con el propósito de cumplir con los horarios establecidos.

UNIDAD ADMINISTRATIVA:

Tiene como función brindar la colaboración necesaria a la unidad operativa, en materia administrativa. Estará integrada por una persona encargada de velar por el ornato y limpieza del local, por un contador y por una asistente encargada de las actividades secretariales.

| | |
|------------------------------|--|
| PUESTO | GERENTE |
| DEPENDENCIA DIRECTA | JUNTA DIRECTIVA DE LA FFCCEE |
| UNIDADES SUBORDINADAS | Autoridad directa sobre la unidad operativa y la unidad administrativa |
| FUNCION BASICA | Ejercer la jefatura inmediata del personal del Infocentro, a fin de cumplir con los objetivos plasmados. |

FUNCIONES ESPECIFICAS

- ☐ Dirigir, orientar, planificar y coordinar las labores del personal y vigilar la eficiencia.
- ☐ Evaluar los resultados obtenidos e informar a la Junta Directiva.
- ☐ Autorizar los Estados Financieros y otros informes que deben presentarse oportunamente a la Junta Directiva.
- ☐ Establecer los controles internos respectivos.
- ☐ Verificar que se lleven al día los informes contables y otros registros financieros.
- ☐ Formular normas y procedimientos a seguir en la organización y desarrollo del trabajo y hacer las recomendaciones esenciales a la Junta Directiva.
- ☐ Presentar a la Junta Directiva el Plan Anual Operativo.
- ☐ Asistir a las reuniones de la Junta Directiva e intervenir con derecho a voz.
- ☐ Preparar los programas y procedimientos a seguir en la organización y desarrollo del trabajo y hacer las recomendaciones esenciales al Junta Directiva.
- ☐ Formular las funciones del Administrador de Red, tanto internas como externas.
- ☐ Ejercer las demás atribuciones que le corresponden de conformidad con las disposiciones pertinentes.

| | |
|-----------------------|---|
| UNIDAD | OPERATIVA |
| PUESTO | TECNICO |
| DEPENDENCIA DIRECTA | GERENTE |
| UNIDADES SUBORDINADAS | Ninguna |
| FUNCION BASICA | Velar por el cuidado y buen uso del equipo y de la red. |

FUNCIONES ESPECIFICAS

- ☐ Velar por el cuidado y buen uso del equipo
- ☐ Impartir en forma puntual las tutorías o clases en su caso
- ☐ Llevar el control de asistencia de los clientes
- ☐ Presentar al final de cada módulo el cuadro de notas correspondiente, en el caso de seminarios o educación a distancia
- ☐ Dar seguimiento a las políticas de mercadotecnia, en el sentido de motivar al alumno luego de haber terminado un modulo, para que este continúe con él modulo inmediato superior.
- ☐ Soporte a los clientes que hagan uso del Infocentro en los horarios establecidos
- ☐ Mantenimiento preventivo al equipo y de la red en la parte concerniente a ellos.
- ☐ Proponer modificaciones en los cursos que serán impartidos, de acuerdo a las exigencias del entorno, todo en función de los usuarios y las políticas que dicte la Junta Directiva.
- ☐ Presentar informes cuando sean requeridos por la Gerencia, así como iniciativas que estén orientadas al buen manejo de los recursos y a la mejora continua.

| | |
|-----------------------|---|
| UNIDAD | ADMINISTRATIVA |
| PUESTO | SECRETARIA |
| DEPENDENCIA DIRECTA | GERENTE |
| UNIDADES SUBORDINADAS | Ninguna |
| | |
| FUNCION BASICA | Realizar el trabajo secretarial con apoyo necesario a las diferentes unidades del INFOCENTRO. |

FUNCIONES ESPECIFICAS

- ☐ Redactar y digitación de cartas, memorando, planillas y otros documentos que sean necesarios.
- ☐ Organizar y controlar los archivos.
- ☐ Controlar la correspondencia enviada y recibida, así como su distribución a las diferentes unidades.
- ☐ Atención al público verbal y telefónicamente.
- ☐ Llevar un control de las reservaciones y de los usuarios inscritos en los diferentes cursos impartidos por el Infocentro.
- ☐ Preparar informes que requiera cada una de las unidades.
- ☐ Control de la papelería necesaria y los diferentes productos para el desarrollo de las actividades y distribuirla a las diferentes unidades donde corresponda.

| | |
|-----------------------|-----------------------|
| UNIDAD | ADMINISTRATIVA |
| PUESTO | CONTADOR |
| DEPENDENCIA DIRECTA | GERENTE |
| UNIDADES SUBORDINADAS | Ninguna |

| | |
|----------------|---|
| FUNCION BASICA | Establecer y mantener los registros contables y emitir los estados financieros con base a los diversos movimientos económicos para reflejar la situación financiera del Infocentro, que sirvan de base para la toma de decisiones de la Gerencia y Junta Directiva. |
|----------------|---|

FUNCIONES ESPECIFICAS

- ☐ Registrar las diferentes transacciones que se realizan diariamente y en forma cronológica.
- ☐ Diseñar, analizar, revisar y actualizar los sistemas y métodos contables.
- ☐ Llevar registros de entradas y salidas de efectivo, diario, semanal y mensual.
- ☐ Elaborar planillas de pagos a los empleados.
- ☐ Realizar las conciliaciones Bancarias
- ☐ Efectuar pagos a los proveedores, y realizar las remesas correspondientes.
- ☐ Elaborar los estados financieros del INFOCENTRO y presentarlos al Gerente en forma mensual.
- ☐ Establecer estándares que propicien la mejora continua de la función financiera contable .
- ☐ Proporcionar todos los informes financieros reglamentarios y los que sean solicitados por el Gerente.
- ☐ Recomendar, cuando fuere pertinente tanto a la Gerencia como a la Junta Directiva procedimientos, normas, aspectos legales y / o fiscales que se consideren convenientes para la buena marcha del negocio.

| | |
|-----------------------|----------------------------|
| UNIDAD | ADMINISTRATIVA |
| PUESTO | SERVICIOS GENERALES |
| DEPENDENCIA DIRECTA | GERENTE |
| UNIDADES SUBORDINADAS | Ninguna |

| | |
|----------------|--|
| FUNCION BASICA | Garantizar el aseo y mantenimiento del local en las oficinas administrativas del Infocentro, y realizar servicios de mensajería. |
|----------------|--|

FUNCIONES ESPECIFICAS

- ☐ Mantener en optimas condiciones de limpieza las oficinas administrativas, el módulo de videoconferencias y el módulo informático.
- ☐ Sacar las fotocopias requeridas por las diferentes unidades.
- ☐ Brindar apoyo a las diferentes unidades que requieran de sus servicios.
- ☐ Formular las requisiciones que sean necesarias de materiales y / o equipos en función de las necesidades.
- ☐ Efectuar las actividades de mensajería.
- ☐ Buscar siempre el uso racional y optimo de los recursos de los que es responsable manejar y otras actividades relacionadas con el cargo.

ANEXO # 5
MOBILIARIO Y EQUIPO A UTILIZAR PARA
EL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO)
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

| Cant. | Detalle | Precio Unitario | Precio Total |
|----------------------|---------------------------|-------------------|---------------------|
| 1 | Escritorio ejecutivo | \$ 285.71 | \$ 285.71 |
| 1 | Archivero | \$ 228.57 | \$ 228.57 |
| 2 | Escritorio secretariales | \$ 205.71 | \$ 411.42 |
| 1 | Librera | \$ 228.57 | \$ 228.57 |
| 1 | Mueble tipo mostrador | \$ 148.57 | \$ 148.57 |
| 2 | Sillas Secretariales | \$ 62.86 | \$ 125.72 |
| 1 | Silla Ejecutiva | \$ 171.43 | \$ 171.43 |
| 10 | Sillas de espera | \$ 57.14 | \$ 571.4 |
| 1 | Mesa para cafetera | \$ 25.71 | \$ 25.71 |
| 1 | Fotocopiadora | \$ 2857.14 | \$ 2857.14 |
| 1 | Anilladora | \$ 171.43 | \$ 171.43 |
| 2 | Calculadora | \$ 12.00 | \$ 24.00 |
| 1 | Contómetro | \$ 285.71 | \$ 285.71 |
| 1 | Scanner | \$ 228.56 | \$ 228.56 |
| 1 | Cafetera | \$ 74.29 | \$ 74.29 |
| 1 | Oasis | \$ 228.57 | \$ 228.57 |
| 3 | Muebles para computadoras | \$ 228.57 | \$ 685.71 |
| 1 | Mesa para proyector | \$ 57.14 | \$ 57.14 |
| 40 | Mesas para computadora | \$ 57.14 | \$ 2285.6 |
| 40 | Sillas | \$ 40.00 | \$ 1600 |
| 1 | Pizarra acrílica | \$ 137.14 | \$ 137.14 |
| 1 | Pantalla retráctil | \$ 62.86 | \$ 62.86 |
| 1 | Máquina eléctrica | \$ 365.71 | \$ 365.71 |
| 2 | Mesas para impresor | \$ 57.14 | \$ 114.28 |
| 1 | Mesa para scanner | \$ 57.14 | \$ 57.14 |
| TOTAL MENSUAL | | \$ 6334.81 | \$ 11,432.38 |

ANEXO # 6

**GASTOS EN INSTALACIONES ELECTRICAS
DEL CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION
(INFOCENTRO)**

| DETALLE | Precio Total |
|--------------------------------|--------------------|
| Instalaciones eléctricas | \$ 2,000.00 |
| Compra de 2 líneas telefónicas | \$ 685.71 |
| Compra e instalación de | |
| aire acondicionado | \$ 1,257.14 |
| TOTAL | \$ 3,942.85 |

ANEXO # 7

**GASTOS DE PAPELERIA Y SUMINISTROS PARA OFICINA DEL
CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO)**

| Cant. | Materiales | Unidad de Medida | Precio Unit. en \$ | Costo Mensual | Costo Total Anual |
|-------|-------------------------------|------------------|--------------------|---------------|-------------------|
| 1 | Cinta para impresor matricial | Unidad | 8.11 | \$ 8.11 | \$ 97.32 |
| 4 | Tintas para impresor Láser | Unidad | 85.71 | \$ 342.84 | \$ 4,114.08 |
| 1 | Cinta para máquina | Unidad | 10.29 | \$ 10.29 | \$ 123.48 |
| 2 | Toner para Fotocopiadora | Unidad | 34.28 | \$ 68.56 | \$ 822.72 |
| 25 | Acetatos | Unidad | 0.23 | \$ 5.75 | \$ 69.00 |
| 1 | Papel Carbón | Caja | 3.43 | \$ 3.43 | \$ 41.16 |
| 5 | Papel bond carta | Resma | 3.20 | \$ 16.00 | \$ 192.00 |
| 3 | Papel bond oficio | Resma | 3.43 | \$ 10.29 | \$ 123.48 |
| 25 | Sobres | Unidad | 0.02 | \$ 0.43 | \$ 5.10 |
| 100 | Fólder carta | Unidad | 0.09 | \$ 9.00 | \$ 108.00 |
| 50 | Fólder oficio | Unidad | 0.09 | \$ 4.50 | \$ 54.00 |
| 5 | Fasteners | Caja | 1.14 | \$ 5.70 | \$ 68.40 |
| 5 | Bolígrafos | Caja | 1.14 | \$ 5.70 | \$ 68.40 |
| 5 | Lápices | Caja | 0.80 | \$ 4.00 | \$ 48.00 |
| 15 | Borradores | Unidad | 0.29 | \$ 4.35 | \$ 52.20 |
| 15 | Liquid paper | Unidad | 1.49 | \$ 22.35 | \$ 268.20 |
| 3 | Engrapadoras | Unidad | 4.00 | \$ 12.00 | \$ 144.00 |
| 3 | Saca grapas | Unidad | 0.57 | \$ 1.71 | \$ 20.52 |
| 3 | Grapas | Cajas | 1.14 | \$ 3.42 | \$ 41.04 |
| 3 | Cinta scotch | Unidad | 0.46 | \$ 1.38 | \$ 16.56 |
| 3 | Tirros | Unidad | 0.67 | \$ 2.01 | \$ 24.12 |
| 10 | Disquete 3 1/2 | Caja | 4.00 | \$ 40.00 | \$ 480.00 |
| 3 | Perforadores | Unidad | 2.86 | \$ 8.58 | \$ 102.96 |
| 10 | Correctores | Unidad | 0.80 | \$ 8.00 | \$ 96.00 |
| 3 | Clip pequeños | Caja | 0.17 | \$ 0.51 | \$ 6.12 |
| 3 | Clip medianos | Caja | 0.23 | \$ 0.69 | \$ 8.28 |

| | | | | | |
|--------------|--------------------------------|---------|-------|------------------|--------------------|
| 3 | Clip grandes | Caja | 0.46 | \$ 1.38 | \$ 16.56 |
| 2 | Papel Contómetro | Rollo | 0.68 | \$ 1.36 | \$ 16.32 |
| 2 | Pegamentos | Unidad | 1.14 | \$ 2.28 | \$ 27.36 |
| 2 | Reloj de pared | Unidad | 2.28 | \$ 4.56 | \$ 54.72 |
| 0.5 | Papel continuo de 2 copias | Caja | 14.25 | \$ 7.13 | \$ 85.50 |
| 3 | Papel para fax | Rollo | 4.57 | \$ 13.71 | \$ 164.52 |
| 3 | Libretas de Taquigrafía | Unidad | 0.40 | \$ 1.20 | \$ 14.40 |
| 5 | Plumones para pizarra | Unidad | 1.10 | \$ 5.50 | \$ 66.00 |
| 5 | Portaminas | Unidad | 2.00 | \$ 10.00 | \$ 120.00 |
| 3 | Post-it | Unidad | 0.63 | \$ 1.89 | \$ 22.68 |
| 2 | Viñetas para rotular | Paquete | 1.14 | \$ 2.28 | \$ 27.36 |
| 5 | Tubos de minas | Unidad | 0.40 | \$ 2.00 | \$ 24.00 |
| 10 | Resaltadores fluorescentes | Unidad | 1.14 | \$ 11.40 | \$ 136.80 |
| 3 | Reglas | Unidad | 0.40 | \$ 1.20 | \$ 14.40 |
| 3 | Tijeras | Unidad | 0.86 | \$ 2.58 | \$ 30.96 |
| 25 | Bolsas de manila tamaño carta | Unidad | 0.07 | \$ 1.75 | \$ 21.00 |
| 15 | Bolsas de manila tamaño oficio | Unidad | 0.08 | \$ 1.20 | \$ 14.40 |
| 10 | Bolsas de manila tamaño legal | Unidad | 0.09 | \$ 0.90 | \$ 10.80 |
| 6 | Conos desechables | Caja | 0.57 | \$ 3.42 | \$ 41.04 |
| 5 | Bolsas de vasos desechables | Bolsa | 0.23 | \$ 1.15 | \$ 13.80 |
| 60 | Agua cristal | Garrafa | 1.83 | \$ 109.80 | \$ 1,317.60 |
| 1 | Escoba plásticas | Unidad | 1.37 | \$ 1.37 | \$ 16.44 |
| 3 | Franelas | Unidad | 0.69 | \$ 2.07 | \$ 24.84 |
| 1 | Palo de trapeador | Unidad | 1.14 | \$ 1.14 | \$ 13.68 |
| 2 | Toallas para trapeador | Unidad | 1.02 | \$ 2.04 | \$ 24.48 |
| 1 | Desinfectante para piso | Unidad | 4.00 | \$ 4.00 | \$ 48.00 |
| 4 | Café | Bolsas | 2.28 | \$ 9.12 | \$ 109.44 |
| 1 | Azúcar | Arroba | 6.40 | \$ 6.40 | \$ 76.80 |
| 3 | Papel higiénico | Docena | 0.20 | \$ 0.60 | \$ 7.20 |
| TOTAL | | | | \$ 813.02 | \$ 9,756.24 |

ANEXO # 8
CONSUMO DE TELEFONO
CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO)

| Detalle | Consumo en Min. Por mes | Costo por Minuto | Costo Mensual | Costo Anual |
|-------------------|-------------------------|------------------|------------------|--------------------|
| Cuota Fija | | \$ 18.85 | \$ 18.85 | \$ 226.26 |
| Llamada Local | 5000 | \$ 0.02 | \$ 97.14 | \$ 1,165.71 |
| Llamada Nacional | 900 | \$ 0.03 | \$ 27.77 | \$ 333.26 |
| Fax Local | 50 | \$ 0.03 | \$ 1.31 | \$ 15.77 |
| Fax Nacional | 25 | \$ 0.04 | \$ 1.00 | \$ 12.00 |
| Fax Internacional | 15 | \$ 0.95 | \$ 14.25 | \$ 170.95 |
| TOTAL | | | \$ 160.33 | \$ 1,923.95 |

ANEXO # 9
CONSUMO ANUAL DE AGUA POTABLE
CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO)

| Detalle | Consumo mensual | Total al año |
|--------------|-----------------|--------------|
| Agua Potable | \$ 100.00 | \$ 1,200.00 |

ANEXO # 10
CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA
CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO)

| Equipos | Cantidad | Consumo en KW-Hora | KW-Hora Total | KW 13 Hora/día |
|-----------------------|----------|--------------------|---------------|----------------|
| Servidores | 2 | 0.5 | 1.00 | 13 |
| Estaciones de trabajo | 43 | 0.22 | 9.46 | 122.98 |
| Impresor láser | 4 | 0.12 | 0.48 | 6.24 |
| Impresor matricial | 1 | 0.1 | 0.10 | 1.3 |
| Aire acondicionado | 2 | 20 | 40.00 | 520 |
| Escáner | 1 | 0.05 | 0.05 | 0.65 |
| Contómetro | 1 | 8 | 8.00 | 104 |
| Máquina Eléctrica | 1 | 10 | 10.00 | 130 |
| Fax | 1 | 5 | 5.00 | 65 |
| Lámparas | 18 | 2 | 36.00 | 468 |
| Fotocopiadora | 1 | 15 | 15.00 | 195 |
| Cafetera | 1 | 5 | 5.00 | 65 |
| Oasis | 1 | 4 | 4.00 | 52 |
| TOTAL | | | | 1743.17 |

Considerando un costo estimado de \$ 0.10 por KW /día, el costo anual es determinado de la siguiente forma:

| | | |
|--------------------------------|--------------|---------|
| 1,743.17 kw /día X 0.10 = | \$ 174.32 | |
| 174.32 X 6 días X 49 Semanas = | \$ 51,250.08 | ANUAL |
| | \$ 4,270.84 | MENSUAL |

ANEXO # 11
COSTO DE PERSONAL
CENTRO DE INFORMACION E INVESTIGACION, (INFOCENTRO)

| (1) Administrador | MENSUAL | ANUAL |
|--------------------------|---------------------------|--------------|
| Sueldo | 914.29 | |
| AFP' s (6.75%) | 61.71 | |
| ISSS (7.5%) | 51.43 | |
| Vacaciones | 137.14 | |
| Aguinaldo | 304.76 | |
| Indemnización | 576.00 | |
| Sub Total | <u>\$ 2,045.33</u> | \$ 24,544.00 |
| | | |
| (2) Técnicos | | |
| Sueldo | 457.14 | |
| AFP' s (6.75%) | 30.86 | |
| ISSS (7.5%) | 34.29 | |
| Vacaciones | 68.57 | |
| Aguinaldo | 152.38 | |
| Indemnización | 457.14 | |
| (por un trabajador) | <u>\$ 1,200.38</u> | |
| Sub Total | <u>\$ 2,400.76</u> | \$ 28,809.14 |
| | | |
| (1) Contador | | |
| Sueldo | 365.71 | |
| AFP' s (6.75%) | 24.69 | |
| ISSS (7.5%) | 27.43 | |
| Vacaciones | 54.86 | |
| Aguinaldo | 121.90 | |
| Indemnización | 365.71 | |
| Sub Total | <u>\$ 960.30</u> | \$ 11,523.66 |
| | | |
| (1) Secretaria | | |
| Sueldo | 342.86 | |
| AFP' s (6.75%) | 23.14 | |
| ISSS (7.5%) | 25.71 | |
| Vacaciones | 51.43 | |
| Aguinaldo | 114.29 | |
| Indemnización | 342.86 | |
| Sub Total | <u>\$ 900.29</u> | \$ 10,803.43 |

(1) Servicios Generales

| | | |
|---------------------|-------------------------|---------------------|
| Sueldo | 205.71 | |
| AFP' s (6.75%) | 13.89 | |
| ISSS (7.5%) | 15.43 | |
| Vacaciones | 30.86 | |
| Aguinaldo | 68.57 | |
| Indemnización | 205.71 | |
| (por un trabajador) | <u>\$ 540.17</u> | |
| Sub Total | <u>\$ 540.17</u> | \$ 6,482.04 |
| | | |
| TOTAL | \$ 6,846.86 | \$ 82,162.27 |
| | mensual | anual |

ANEXO # 12

DETALLE DE INGRESOS

Hora de Navegación en Internet

| Detalle | Capacidad Instalada | x | % de Utilización | = | Precio | Total Ingreso |
|--------------------------------|---------------------|---|------------------|---|--------|---------------|
| Hora de Navegación en Internet | 152,880 | | 0.5 | | \$0.60 | \$45,864.00 |

Videoconferencias

| Detalle | No. de Videoconf. al año | No. de personas Que asisten a la V. | Costo por Videoconf. en \$ | Total de ingresos por Videoconf. al año |
|-------------------|--------------------------|-------------------------------------|----------------------------|---|
| Videoconferencias | 60 | 25 | \$ 6.00 | \$ 9,000.00 |

Impresiones

| Detalle | No. de Impresiones Diarias | No. de días a la sem. | No. de semanas al año | Precio | Total de ingresos por impresiones |
|--------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|---------|-----------------------------------|
| Blanco y Negro | 100 | 6 | 49 | \$ 0.14 | \$ 4116.00 |
| Color | 15 | 6 | 49 | \$ 0.34 | \$ 1499.40 |
| Cuadros y Graficos | 40 | 6 | 49 | \$ 0.34 | \$ 3998.40 |

Diseño y publicación de pág. Web

| Detalle | Número de diseños a la semana | x | Numero de Sem. al año | = | Total de diseños al año | X | Precio en \$ | Total en \$ al año |
|--------------------------|-------------------------------|---|-----------------------|---|-------------------------|---|--------------|--------------------|
| Estudiantes y Docentes | 6 | | 49 | | 294 | | \$ 5.71 | \$ 1678.74 |
| Pequeñas y Med. Empresas | 3 | | 49 | | 147 | | \$ 14.29 | \$ 2100.63 |

Escaneo de Documentos

| Detalle | No. de escaneos a la semana | X | No. de Sem. al año | = | Total de escaneos al año | X | Precio en \$ | Total en \$ al año |
|-----------------------|-----------------------------|---|--------------------|---|--------------------------|---|--------------|--------------------|
| Escaneo de documentos | 5 | | 49 | | 245 | | \$ 0.51 | \$ 124.95 |

Fotocopias

| Detalle | No. de fotocopias diarias | X | No. de días a la semana | = | Total de fotocopias a la semana | X | No. de semanas al año | = | Total de fotocopias al año | X | PRECI O en \$ | Total en \$ |
|---------------|---------------------------|---|-------------------------|---|---------------------------------|---|-----------------------|---|----------------------------|---|---------------|-------------|
| Tamaño carta | 550 | | 6 | | 3300 | | 49 | | 161,700 | | \$ 0.02 | \$ 3234.00 |
| Tamaño oficio | 100 | | 6 | | 600 | | 49 | | 29,400 | | \$ 0.03 | \$ 882.00 |

Anillados

| Detalle | No. De anillados al día | X | No. de días a la semana | = | Total de anillados a la sem. | X | No. de sem. al año | = | Total al año | X | Precio | = | Total en \$ al año |
|----------|-------------------------|---|-------------------------|---|------------------------------|---|--------------------|---|--------------|---|---------|---|--------------------|
| Anillado | 5 | | 6 | | 30 | | 49 | | 1470 | | \$ 1.37 | | \$ 2,016 |

Empastados

| Detalle | No. de empastados al día | X | No. De días a la semana | = | total de empastados a la sem. | X | No. de sem. al año | = | Total al año | X | Precio | = | Total en \$ al año |
|----------|--------------------------|---|-------------------------|---|-------------------------------|---|--------------------|---|--------------|---|---------|---|--------------------|
| Sencillo | 3 | | 6 | | 18 | | 49 | | 588 | | \$ 2.86 | | \$ 2,520.00 |
| Doble | 1 | | 6 | | 6 | | 49 | | 294 | | \$ 6.86 | | \$2,016.00 |

Envío y recepción de Fax

| Detalle | Total de Fax al año | X | Precio | = | Total en \$ al año |
|------------------|---------------------|---|---------|---|--------------------|
| Recepción de Fax | 50 | | \$ 0.23 | | \$ 11.5 |
| Envío de Fax | | | | | |
| Local | 50 | | \$ 0.34 | | \$ 17.14 |
| Nacional | 30 | | \$ 0.57 | | \$ 17.14 |
| Internacional | 25 | | \$ 1.00 | | \$ 25.00 |

Capacitaciones

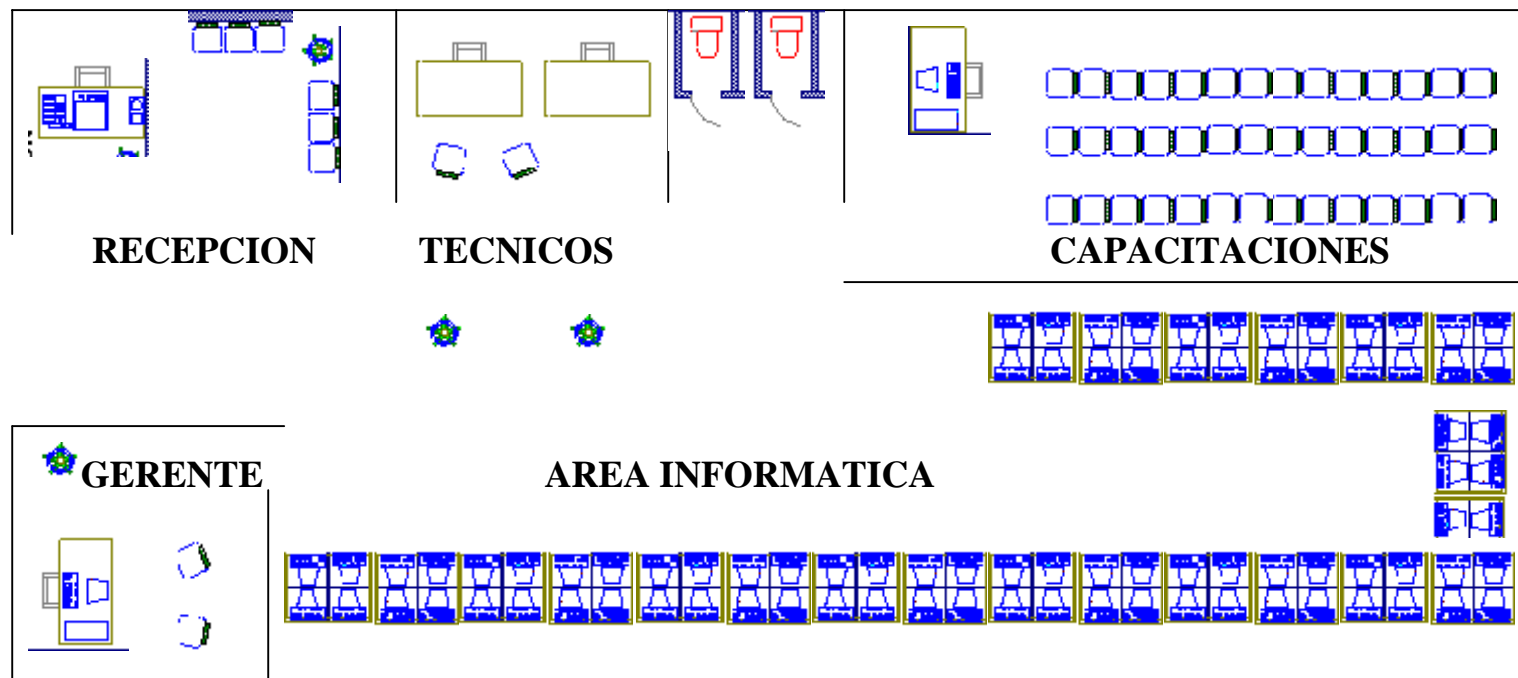
| Detalle | No. de capacitaciones por mes | Meses Al año | No. de personas Por capacitación | Precio | Total en \$ al año |
|----------------|-------------------------------|--------------|----------------------------------|----------|--------------------|
| Capacitaciones | 8 | 12 | 25 | \$ 11.43 | \$ 27,432.00 |

Cursos Libres en Línea

| Detalle | Tipos de cursos Libres | No. De personas por curso | Precio | No. de cursos al año | Total de Ingresos por cursos Libres |
|------------------------|------------------------|---------------------------|--------|----------------------|-------------------------------------|
| Cursos Libres en Línea | 8 | 18 | 11.43 | 49 | \$ 80,650.08 |

ANEXO # 13

Distribución en Planta del Centro de Información e Investigación INFOCENTRO



San Salvador, Octubre de 2002
Propuesta elaborada por:
Milton Magaña, Dina Torres y Migdalia Torres.

Nota: El área total es de 150 mt. 2. La parte de computadoras o Informática es de 100 mts. 2, el área administrativa de 25 mts 2 y la de Capacitaciones y Videoconferencias de 25 mts. 2.

ANEXO # 14

FUENTES COOPERANTES

1. ALEMANIA

En las "directrices de la política de desarrollo" el Gobierno Federal de Alemania definió como objetivo el "mejorar la situación económica y social de la población de los países en desarrollo y fomentar sus capacidades creativas"

Con este fin, el BMZ (Ministerio de Cooperación de Alemania) fijó como prioridades de la cooperación al desarrollo los siguientes ámbitos:

- Reducción de la pobreza
- Protección del medio ambiente y los recursos naturales
- Educación y formación
- Participación de la mujer en el desarrollo

Todas las actividades de esta cooperación con los países en desarrollo se rigen por el principio de ayuda al esfuerzo propio.

AREAS PRIORITARIAS DE COOPERACION TECNICA

La Cooperación Técnica Alemana es manejada por la agencia denominada Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit-GTZ con sede en Frankfurt, Alemania, quien se encarga de la búsqueda y contratación de expertos y/o agencias para el manejo de programas y proyectos en los diversos países.

La temática de presente atención es: formación profesional, integración de la producción agrícola y agroindustrial, fomento del empleo, fomento de la pequeña y mediana empresa, fortalecimiento municipal y descentralización, apoyo del sector salud, mantenimiento de las instalaciones hospitalarias, control biológico de plagas y búsqueda de la armonización de disposiciones para el comercio de plaguicidas, formación de maestros de educación básica.

2. JAPON

La Cooperación del Japón se institucionaliza mediante el Programa creado especialmente para este fin denominado: Asistencia Oficial para el Desarrollo del Japón (ODA).

Los temas de su atención son en el orden de las grandes infraestructuras viales: portuarias y aeroportuarias, los campos de desarrollo agrícola, la educación, el abastecimiento de agua. La operativización de la cooperación de Japón se basa en previos estudios que se constituyen radiografías integrales de las necesidades más apremiantes de los países en vías de desarrollo.

La Cooperación Económica del Japón para El Salvador se está realizando en el esquema total de la Asistencia Oficial para el Desarrollo (ODA), desde la donación, la cooperación técnica, hasta llegar a los préstamos. Los sectores favorecidos son:

1. Transporte, agropecuario y energético
2. Sector Social, educación, salud pública y medio ambiente, agua potable, tratamiento de desechos sólidos.
3. Democratización

Cooperación Financiera no reembolsable

Estas modalidades de cooperación se canalizan por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

Donaciones

Apoya a sectores prioritarios, mediante la construcción de infraestructura de puentes y escuelas , educación, atención en áreas prioritarias de salud, capacitación en agricultura, programas de riego, programas para incrementar pesca, equipamientos varios, etc., tomando siempre en cuenta el factor medio ambiente en cada uno de los proyectos.

Tipo Non Project

En el marco de esta cooperación financiera no reembolsable, una de las modalidades para ejecutar proyectos es la que se denomina Tipo "Non Project", y consiste en la donación de bienes necesarios para el desarrollo industrial del país, permitiendo que a través de su comercialización en el país beneficiado sea generada.

MECANISMOS DE OPERACION

- a) La presentación de proyectos directamente a la Embajada del Japón, en cuanto a lo que es apoyo para proyectos comunitarios.
- b) Presentación de proyectos a la Dirección General de Cooperación Externa del Ministerio de Relaciones Exteriores.

3. UNION EUROPEA

Entre los objetivos de la política exterior de la Unión Europea se encuentra el de actuar conjuntamente con América Latina a fin de propiciar una nueva colaboración entre ambas regiones. El propósito es mantener la paz, asegurar el respeto universal de los Derechos Humanos, consolidar el desarrollo económico equilibrado, fomentar el desarrollo sostenible, combatir la pobreza y la degradación del medio ambiente y estrechar los lazos científicos y culturales.

A raíz de los acuerdos de Paz en El Salvador, la cooperación se vio incrementada hacia el país, convirtiéndose en uno de los principales beneficiarios con más de 50 proyectos o programas bilaterales a través de donaciones, con un monto aproximadamente de US\$ 107 millones. Dichos proyectos son ejecutados por Instituciones Gubernamentales y No Gubernamentales (ONG'S) en los sectores que el Gobierno de El Salvador ha identificado como prioritarios: Consolidación del Estado Democrático, Derechos Humanos, lucha contra la pobreza y recuperación económica.

AREAS PRIORITARIAS

A fin de contribuir con la estabilización socioeconómica de El Salvador, la Unión Europea ha llevado a cabo diversos programas de desarrollo relacionados con la agricultura, el medio ambiente, caminos, agua, centros de salud, saneamiento y formación profesional.

La Unión Europea considera líneas de apoyo directas, para ONG'S dentro de lo cual puede aplicar proyectos de atención a mujeres, atención a niños en alto riesgo, apoyo al servicio materno infantil, saneamiento ambiental, formación y capacitación, desarrollo agropecuario, erradicación de la violencia en temas de la mujer, paternidad responsable, niños y jóvenes, producción y promoción de la medicina natural, desarrollo de agroindustrias, trabajo comunal y proyectos productivos en cooperativas rurales.

2. BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID)

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) puede apoyar el desarrollo local en dos vías:

1. Mediante préstamos dirigidos y enfocados hacia el programa de Desarrollo Local de El Salvador, ejecutándose a través del Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL).
Persigue además el desarrollo e implementación de un programa de inversiones en proyectos de infraestructura, social y económica.
2. El BID cuenta con financiamiento para pequeños proyectos de índole económico y social. El mecanismo de acceso para éstos es directamente con la Representación del BID en San Salvador a través de su oficina de proyectos.