



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CONSORCIO DEDICADO A LA PRESTACIÓN DE VARIOS SERVICIOS
EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN
MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORA: IBUJÉS, N. Soraya L.
DIRECTOR: Dr. SCACCO, Benito.

IBARRA, OCTUBRE 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se ha realizado en base a las necesidades que tiene el cantón Montufar en cuanto al uso de nuevas tecnologías ya que en los últimos años se ha visto un notable crecimiento económico por ende los servicios que se pretende brindar por medio del consorcio son: servicios de asesoría tributaria y contable, servicio de internet, copias e impresiones, asistencia técnica para computadores, asesoría en diseño y elaboración de proyectos, cursos de capacitación. Para ello se ha visto necesario realizar un “Estudio de factibilidad para la creación de un consorcio, dedicado a la prestación de varios servicios empresariales, en la ciudad de San Gabriel, Cantón Montufar, Provincia del Carchi”, siendo los principales beneficiarios todas las entidades públicas y privadas, educativas, financieras, y el público en general; los mismos que tendrán fácil acceso a los servicios y talleres que se brindarán en cuanto a la actualización de conocimientos generando así una cultura de cambio en beneficio de la sociedad, permitiendo el crecimiento económico, social y cultural del mismo, mejorando así la calidad de vida de los Montufareños, buscando el alcance de metas y objetivos mediante la elaboración de un diagnóstico que permita determinar las oportunidades y amenazas en la elaboración del proyecto, este debe estar sustentado por un Marco Teórico que ayude a tener una idea más clara de los servicios que se pretenden dar a conocer, elaborando un estudio de mercado por medio de la aplicación de técnicas de investigación ya conocidas que permitirán conocer la demanda, oferta y precios, realizar un estudio técnico que permita hacer un análisis de factibilidad y conocer si el proyecto a realizarse tendrá éxito, junto con un análisis económico-financiero con la finalidad de conocer la realización de la propuesta, además se implementará valores corporativos, misión y visión que serán los pilares fundamentales del consorcio, y finalmente analizar si los posibles impactos que se generen incidirán al momento de llevar a cabo el proyecto.

EXECUTIVE SUMMARIZE

The present work has been carried out since based on the necessities that has the Canton Montúfar as for the use of new technologies in the last years a remarkable economic growth it has been seen by the services that it is sought to toast by means of the consortium they are: services of tributary and countable consultant ship, internet service, copies and impressions, technical attendance for computers, consultant ship in design and elaboration of projects, training courses. For it has been it necessary to carry out a Study of feasibility for the creation of a consortium, dedicated to the benefit of several managerial services, in San Gabriel's city, Canton Montúfar, on the Carchi province", being the main beneficiaries all the public and private, educational, financial entities, and the public in general; the same ones that will have easy access to the services and shops that will be offered as for the bring up to date of knowledge generating this way a culture of change in benefit of the society, allowing the economic, social and cultural growth of the same one, improving this way the quality of life of the Montufareños, looking for the reach of goals and objectives by means of the elaboration of a diagnosis that allows to determine the opportunities and threats in the elaboration of the project, this it should be sustained by a Theoretical Marco that helps to already have a clearer idea of the services that you/they are sought to give to know, elaborating a market study by means of the application of technical of investigation well-known that will allow to know the demand, it offers and prices, to carry out a technical study that allows to make an analysis of feasibility and to know if the project to be carried out will be successful, together with an economic-financial analysis with the purpose of knowing the realization of the proposal, it will also be implemented corporate values, mission and vision that will be the fundamental pillars of the consortium, and finally to analyze if the possible impacts that are generated will impact to the moment to carry out the project.

AUTORÍA

Yo, Soraya Lizeth Ibujés Narváez, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....

FIRMA

Soraya Lizeth Ibujés Narváez

C.I. 040168643-1

INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director de trabajo de grado presentado por la estudiante Soraya Lizeth Ibujés Narváez para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría, Cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CONSORCIO DEDICADO A LA PRESTACIÓN DE VARIOS SERVICIOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”. Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Ibarra a los 26 días del mes de Octubre del 2012.

.....

FIRMA

Dr. Benito Scacco

C. C.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Soraya Lizeth Ibujés Narváez, con cédula de ciudadanía N° 040168643-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CONSORCIO DEDICADO A LA PRESTACIÓN DE VARIOS SERVICIOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejecutar plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):.....

Nombre: Soraya Lizeth Ibujés Narváez
Cédula: 040168643-1

Ibarra, a los 26 días del mes de Octubre del 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD		040168643-1	
DIRECCIÓN:		Chica Narváez 1-45 y Mejía.	
EMAIL:		sorylizin@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	2290808	TELÉFONO MÓVIL:	0985548628

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CONSORCIO DEDICADO A LA PRESTACIÓN DE VARIOS SERVICIOS EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”
AUTOR:	SORAYA LIZETH IBUJÉS NARVÁEZ
FECHA:	2012-10-06
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
ASESOR/DIRECTOR:	Dr. Benito Scacco

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, SORAYA LIZETH IBUJÉS NARVÁEZ, con cédula de ciudadanía N° 040168643-1, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se desarrolló, sin violar derechos de autora de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad Técnica en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de Octubre del 2012

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Soraya Ibijés
C.I: 040168643-1

(Firma).....
Nombre: Ing. Bethy Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario_____

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios por permitirme convertir mis sueños en realidad, a mis Padres ya que sin su apoyo y consejos no estaría en el lugar que me encuentro, a mi Universidad y maestros por haberme acogido he impartido los conocimientos necesarios que servirán para que sea una profesional correcta y justa.

Soraya Ibujés

AGRADECIMIENTO

Un sentimiento de gratitud hacia mi querida

Familia de manera especial a mis Padres

quienes son el pilar fundamental de mis

estudios y de mi formación como persona de

bien con buenos valores, a Dios por permitirme

cumplir con mis metas llevándome siempre por

el camino correcto.

Soraya Ibujés

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad para la creación de un consorcio dedicado a la prestación de varios servicios empresariales en cantón Montufar, se realizó luego de haber determinado la demanda potencial insatisfecha, expresada por los propietarios de los diferentes locales comerciales existentes acerca de las necesidades que se presentan a diario, la inconveniencia de no tener estos servicios cerca teniendo así que viajar a otras ciudades para solucionar sus problemas.

Las bases teóricas que sustentaron las variables de investigación fueron: Consorcio, estructura organizacional, valores corporativos, estrategias empresariales, contabilidad, NIIF para PYMES, Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, obligaciones tributarias, servicios, Cyber Café (copias, impresiones, Internet, asistencia técnica para computadores), asesoría en diseño y elaboración de proyectos, cursos de capacitación.

En el estudio de mercado se determinó el balance entre la oferta y demanda, la competencia existente, los mismos que justificaron la creación del consorcio, ya que los comerciantes y público en general no han tenido servicios de calidad y al alcance de sus medios.

En el estudio técnico se determinó la capacidad que el consorcio tendrá para brindar los diferentes servicios, dónde se localizará, se describe el proceso de prestación de los servicios, la tecnología en la que se va a invertir, equipos, obras físicas, y talento humano que formará parte del

consorcio, incluyéndose la estructura organizacional representada por los organigramas.

Para finalizar en la evaluación financiera se analizó costos, ingresos, financiamiento, punto de equilibrio, balance de situación inicial del consorcio; y evaluación financiera a través de los principales indicadores financieros VAN, TIR y B/C. Seguidamente se desarrolló los aspectos legales del consorcio, evaluación de impactos, conclusiones y recomendaciones del estudio.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARIZE	iii
AUTORÍA	iv
INFORME DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xxii
ÍNDICE DE TABLAS	xxv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxviii
ÍNDICE DE ANEXOS	xxx
INTRODUCCIÓN	xxxi
CAPÍTULO I	35
Diagnóstico Situacional	35
Antecedentes	35
Objetivos	36
General	36
Específicos.....	36
Variables Diagnósticas	36
Indicadores	36
Educativas	36
Actividad Económica.....	37
Gestión Empresarial	37
Calidad de servicio al cliente.....	37
Matriz de Relación Diagnóstica.....	37

Identificación de la población	39
Cálculo de la Muestra	40
Fórmula.....	40
Diseño de los instrumentos.....	42
Instrumentos de Investigación Primaria.	42
Encuesta	42
Observación.....	42
Evaluación y análisis de la Información Primaria	43
Construcción De La Matriz De Oportunidades y Riesgos.	68
Cruces Estratégicos OR	68
Identificación del Problema Diagnóstico	69
CAPÍTULO II.....	70
MARCO TEÓRICO	70
Consortio.....	70
Características del Consorcio.	70
Ventajas de los consorcios.	71
Estructura Organizacional.....	71
Organigrama funcional.....	72
Organigrama estructural.	72
Valores Corporativos	73
Estrategias empresariales.	73
La contabilidad.....	73
Fundamentos de la Contabilidad	74
La Ley de Régimen Tributario Interno dispone:	74
El trabajo que realiza el contador.....	74
Tipos de contabilidad	75
Contabilidad financiera.	75
Contabilidad Directiva.	75
Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) para Pequeñas y Medianas Entidades (PYMES).....	75
Alcance pretendido de esta NIIF.....	75
Descripción de las pequeñas y medianas entidades.	75

Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos...	77
Objeto de la ley	77
De los Mensajes de Datos	77
Tributo (Obligaciones Tributarias).....	79
Naturaleza y características.....	79
Carácter coactivo	79
Carácter pecuniario.....	79
Carácter contributivo	80
Tipos de tributos	80
Impuestos	80
Tasas	81
Contribuciones especiales	81
Cotizaciones	81
Servicios	81
Características de los Servicios	82
Principios del servicio	83
Principios básicos del servicio	83
Cyber café.....	83
El cibercafé como negocio	84
Tipos de cibercafés.....	84
Enfocado hacia el juego.....	84
Enfocado hacia el uso de Internet.....	85
Usuarios.....	85
Café en los cibercafés	85
Software de administración.....	86
Copias.	86
Impresiones	86
Internet	87
Asistencia técnica para computadores (man. de computadores)	88
Asesoría en diseño y elaboración de proyectos.....	88
Asesoría.....	88
Diseño	89

Elaborar	89
Proyectos	89
Cursos y charlas (Cursos de capacitación)	90
Definición de capacitación.	90
CAPÍTULO III.....	91
Estudio de Mercado.....	91
Presentación.....	91
Identificación del Producto o Servicio.	92
Servicios Tributarios y Contables.....	92
Servicios de Cyber-Café, copias, impresiones e Internet.	92
Servicios de Asistencia Técnica para Computadores.	92
Servicios de Diseño y Elaboración de Proyectos.....	93
Servicios de Cursos y Charlas.	93
Mercado Meta.	93
Segmento del Mercado	93
Identificación de Oferta y Demanda.....	94
Servicios Tributarios	94
Identificación de la Oferta	94
Proyección de la Oferta	94
Identificación de la Demanda.....	95
Proyección de la demanda	96
Balance Oferta - Demanda	96
Análisis de precios.	97
Proyección de Precios	97
Servicios Contables	98
Identificación de la Oferta	98
Proyección de la Oferta	98
Identificación de la Demanda.....	99
Proyección de la demanda	100
Balance Oferta - Demanda	100
Análisis de precios.	101
Proyección de Precios	101

Servicios de Cyber Café-Internet, Copias e Impresiones.	102
Identificación de la Oferta	102
Proyección de la Oferta	103
Identificación de la Demanda.....	104
Proyección de la demanda	105
Balance Oferta – Demanda.....	106
Análisis de precios.	107
Proyección de Precios	108
Servicios de Asistencia Técnica para Computadores.	109
Identificación de la Oferta	109
Proyección de la Oferta	109
Identificación de la Demanda.....	110
Proyección de la demanda	111
Balance Oferta - Demanda	111
Análisis de precios.	112
Proyección de Precios	112
Servicios de Asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos.....	113
Identificación de la Oferta	113
Proyección de la Oferta	113
Identificación de la Demanda.....	114
Proyección de la demanda	114
Balance Oferta - Demanda	115
Análisis de precios.	115
Proyección de Precios	116
Servicio de Cursos de Capacitación.	117
Identificación de la Oferta	117
Proyección de la Oferta	117
Identificación de la Demanda.....	118
Proyección de la demanda	118
Balance Oferta – Demanda.....	119
Análisis de precios.	119
Proyección de Precios	120

Análisis de la Competencia.....	120
Conclusión del Estudio de mercado.....	121
CAPITULO IV	122
Estudio Técnico.	122
Localización del proyecto.....	122
Macro Localización	122
Micro Localización	123
Ubicación de la planta (Centro Productivo).....	124
Distribución de la planta.....	125
Diseño de Instalaciones.....	127
Matriz de Factores.	129
Tamaño del Proyecto.....	130
Proceso de prestación de los servicios.....	134
Flujogramas de procesos de servicios.....	134
Equipo y Software de Oficina.....	145
Presupuesto Técnico	145
Inversiones Fijas.....	145
Muebles de Oficina	145
Terreno	146
Obras físicas.....	146
Inversiones Diferidas	148
Capital de Trabajo.....	148
Inversión Total del Proyecto	149
Financiamiento.....	149
Pago de la deuda.....	150
Talento Humano	150
CAPITULO V	151
Estudio Económico-Financiero	151
Estado de Situación Financiera Inicial	151
Determinación de los ingresos proyectados	151
Determinación de los Egresos Proyectados	155
Costos de Operación	155

Costos de Producción.....	155
Suministros de Limpieza.....	156
Consumo de energía eléctrica.....	156
Consumo de Agua Potable.....	157
Consumo de Teléfono e Internet.....	157
Costo de Mano de Obra Directa.....	158
Costos de Mantenimiento.....	158
Total Costos de Producción.....	159
Presupuesto Gastos de Administración.....	159
Presupuesto Gastos de Ventas.....	160
Costo Total de Operación.....	160
Egresos Proyectados.....	161
Amortización de Activo Diferido.....	161
Depreciación Activo Fijo.....	162
Estado de Resultados Proyectado.....	164
Flujo de Efectivo Financiero.....	165
Evaluación Financiera.....	165
Costo de Capital y Tasa de Rendimiento Medio.....	165
Valor Actual Neto (VAN).....	166
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	166
Índice Beneficio Costo.....	167
Recuperación del Dinero en el Tiempo.....	168
Determinación del punto de Equilibrio.....	168
CAPÍTULO VI.....	169
Estructura Organizacional.....	169
Nombre del Consorcio.....	169
Base Legal.....	169
Cómo se forma un consorcio.....	169
Requisitos para formar un consorcio.....	172
Constitución del consorcio.....	173
Beneficios comerciales.....	174
Misión.....	174

Visión	174
Logo y Slogan.....	175
Descripción de los colores del logo.....	175
Valores Corporativos	175
Respeto.	175
Responsabilidad.	175
Competitividad.	176
Lealtad.	176
Honestidad.....	176
Trabajo en equipo.....	176
Políticas del Consorcio	176
Estructura Orgánica	178
Organigrama Funcional	178
Manual de Funciones.....	180
Jefe de Talento Humano.....	180
Naturaleza del trabajo.....	180
Tareas a realizar.....	180
Características del puesto.	180
Jefe de Contabilidad.	180
Naturaleza del trabajo.....	180
Tareas a realizar.....	180
Características del puesto.	181
Jefe de Marketing.	181
Naturaleza del trabajo.....	181
Tareas a Realizar.....	181
Características del puesto.	182
Ingeniero en Sistemas.	183
Naturaleza del Trabajo.....	183
Tareas a Realizar.....	183
Características del puesto.	183
Capacitador.....	184
Naturaleza del Trabajo.....	184

Tareas a Realizar.....	184
Características del puesto.	184
Recepcionista	185
Naturaleza del Trabajo.....	185
Tareas a Realizar.....	185
Características del puesto.	185
Operador.....	186
Naturaleza del Trabajo.....	186
Tareas a Realizar.....	186
Características del puesto.	186
Auxiliar de Servicios.....	186
Naturaleza del Trabajo.....	186
Tareas a Realizar.....	186
Características del puesto.	187
Propuesta Contable	187
Estrategias	187
CAPITULO VII	190
IMPACTOS DEL PROYECTO	190
Impactos	190
Económico	190
Social 191	
Tecnológico.....	192
Académico – Educativo	192
Impacto Comercial	193
Impacto Ambiental	193
Impacto General	194
CONCLUSIONES	196
RECOMENDACIONES.....	198
BIBLIOGRAFÍA Y LINGOGRAFÍA.....	200
ANEXOS.....	204

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Matriz de Relación Diagnóstica	38
Cuadro N° 2: Patentes de los locales comerciales de la ciudad de San Gabriel	39
Cuadro N° 3: Muestra	41
Cuadro N° 4: Capacidad Asesoría Tributaria	130
Cuadro N° 5: Capacidad Asesoría Contable	131
Cuadro N° 6: Capacidad Cyber Café-Internet.....	131
Cuadro N° 7: Capacidad Copias	132
Cuadro N° 8: Capacidad Impresiones.....	132
Cuadro N° 9: Capacidad Asistencia Técnica para Computadores.....	133
Cuadro N° 10: Capacidad Asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos	133
Cuadro N° 11: Capacidad Cursos de Capacitación	134
Cuadro N° 12: Equipo y Software de Oficina	145
Cuadro N° 13: Muebles de Oficina.....	145
Cuadro N° 14: Terreno.....	146
Cuadro N° 15: Planta Baja	146
Cuadro N° 16: Planta Alta	147
Cuadro N° 17: Total Inversión Fija	147
Cuadro N° 18: Gastos de Constitución	148
Cuadro N° 19: Capital de Trabajo	148
Cuadro N° 20: Inversión total Activo Fijo y Diferido	149
Cuadro N° 21: Financiamiento de la deuda	149
Cuadro N° 22: Financiamiento del pago de la deuda.....	149
Cuadro N° 23: Pago de la deuda	150
Cuadro N° 24: Talento Humano	150
Cuadro N° 25: Estado de situación Financiera Inicial	151
Cuadro N° 26: Proyección Capacidad Asesoría Tributaria	152
Cuadro N° 27: Proyección Capacidad Asesoría Contable	152
Cuadro N° 28: Proyección Capacidad Cyber Café-Internet	152
Cuadro N° 29: Proyección Capacidad Copias e Impresiones	153

Cuadro N° 30: Proyección Capacidad Diseño y Elaboración de Proyectos	153
Cuadro N° 31: Proyección Capacidad Asistencia técnica para Computadores	153
Cuadro N° 32: Proyección Capacidad Cursos de Capacitación.....	153
Cuadro N° 33: Ingresos Proyectados.....	154
Cuadro N° 34: Suministros de Oficina	155
Cuadro N° 35: Útiles de limpieza	156
Cuadro N° 36: Consumo Eléctrico	156
Cuadro N° 37: Consumo Agua Potable.....	157
Cuadro N° 38: Servicio Telefónico	157
Cuadro N° 39: Servicio de Internet	157
Cuadro N° 40: Costo de Mano de Obra Directa.....	158
Cuadro N° 41: Costo Mantenimiento Anual	158
Cuadro N° 42: Total Costos de Producción	159
Cuadro N° 43: Gasto Administración 2012	159
Cuadro N° 44: Gasto de Venta 2012	160
Cuadro N° 45: Total Gasto de Venta	160
Cuadro N° 46: Costo Total de Operación.....	160
Cuadro N° 47: Egresos Proyectados	161
Cuadro N° 48: Amortización Activo Diferido.....	161
Cuadro N° 49: Depreciación Activo Fijo	162
Cuadro N° 50: Depreciación de Activo Fijo Proyectado	163
Cuadro N° 51: Estado de Resultados Proyectado	164
Cuadro N° 52: Flujo de Efectivo Financiero	165
Cuadro N° 53: Costo de Capital.....	165
Cuadro N° 54: Tasa de Rendimiento Medio.....	166
Cuadro N° 55: Recuperación del Dinero en el Tiempo	168
Cuadro N° 56: Costos Fijos y Variables Proyectados	168
Cuadro N° 57: Escala de valoración Cualitativa y Cuantitativa.	190
Cuadro N° 58: Impacto Económico.....	191
Cuadro N° 59: Impacto Social.....	191

Cuadro N° 60: Impacto Tecnológico	192
Cuadro N° 61: Impacto Académico – Educativo	192
Cuadro N° 62: Impacto Comercial	193
Cuadro N° 63: Impacto Ambiental.....	194
Cuadro N° 64: Impacto General.....	195

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Nivel de Escolaridad.....	43
Tabla N° 2: Actividad Económica.....	44
Tabla N° 3: Rendimiento del negocio.....	45
Tabla N° 4: Disponibilidad de sistema contable.....	46
Tabla N° 5: Calidad Servicios y/o productos.....	47
Tabla N° 6: Asistencia a cursos.....	48
Tabla N° 7: Servicios utilizados.....	49
Tabla N° 8: Creación de la empresa.....	50
Tabla N° 9: Ubicación de la empresa.....	51
Tabla N° 10: Servicios a utilizar.....	52
Tabla N° 11: Frecuencia de uso.....	53
Tabla N° 12: Frecuencia de uso.....	54
Tabla N° 13: Frecuencia de uso.....	55
Tabla N° 14: Frecuencia de uso.....	56
Tabla N° 15: Frecuencia de uso.....	57
Tabla N° 16: Frecuencia de uso.....	58
Tabla N° 17: Frecuencia de uso.....	59
Tabla N° 18: Frecuencia de uso.....	60
Tabla N° 19: Frecuencia de uso.....	61
Tabla N° 20: Frecuencia de uso.....	62
Tabla N° 21: Frecuencia de uso.....	63
Tabla N° 22: Ingreso Familiar.....	64
Tabla N° 23: Cantidad de dinero a destinar.....	65
Tabla N° 24: Edad.....	66
Tabla N° 25: Sexo.....	67
Tabla N° 26: Oferta de Asesoría Tributaria.....	94
Tabla N° 27: Proyección de la Oferta de Asesoría Tributaria.....	95
Tabla N° 28: Demanda de Asesoría Tributaria.....	95
Tabla N° 29: Proyección Demanda de Asesoría Tributaria.....	96
Tabla N° 30: Balance Oferta-Demanda de Asesoría Tributaria.....	96

Tabla N° 31: Análisis de precios	97
Tabla N° 32: Análisis de precios.....	97
Tabla N° 33: Oferta de Asesoría Contable	98
Tabla N° 34: Proyección Oferta de Asesoría Contable	99
Tabla N° 35: Demanda de Asesoría Contable	99
Tabla N° 36: Proyección Demanda de Asesoría Contable.....	100
Tabla N° 37: Balance Oferta-Demanda Asesoría Contable	100
Tabla N° 38: Análisis de Precios Asesoría Contable.....	101
Tabla N° 39: Proyección Precios Asesoría Contable	102
Tabla N° 40: Oferta de Cyber Café – Internet.....	102
Tabla N° 41: Oferta de Copias e Impresiones.....	102
Tabla N° 42: Proyección Oferta de Cyber Café - Internet.....	103
Tabla N° 43: Proyección Oferta Copias e Impresiones.....	103
Tabla N° 44: Demanda de Cyber Café – Internet	104
Tabla N° 45: Demanda de Copias e Impresiones.....	105
Tabla N° 46: Proyección de la Demanda de Cyber Café - Internet	105
Tabla N° 47: Proyección de la Demanda de Copias e Impresiones	106
Tabla N° 48: Balance Oferta-Demanda Cyber Café - Internet.....	106
Tabla N° 49: Balance Oferta-Demanda Copias e Impresiones.....	107
Tabla N° 50: Análisis de precios de Cyber Café - Internet.....	107
Tabla N° 51: Análisis de precios Copias e Impresiones	108
Tabla N° 52: Proyección de precios de Cyber Café – Internet	108
Tabla N° 53: Proyección de precios Copias e Impresiones.....	109
Tabla N° 54: Oferta Asistencia Técnica para Computadores	109
Tabla N° 55: Proyección Oferta Asistencia Técnica para Computadores	110
Tabla N° 56: Demanda Asistencia Técnica para Computadores	110
Tabla N° 57: Proyección Demanda Asistencia Técnica para Computadores	111
Tabla N°58: Balance Oferta-Demanda Asistencia Técnica para Computadores	111

Tabla N°59: Análisis de precios Asistencia Técnica para Computadores	112
Tabla N°60: Proyección de precios Asistencia Técnica para Computadores	112
Tabla N°61: Oferta Diseño y Elaboración de Proyectos	113
Tabla N° 62: Proyección Oferta Diseño y Elaboración de Proyectos	113
Tabla N°63: Demanda Asesoría Diseño y Elaboración de Proyectos	114
Tabla N° 64: Proyección Demanda Diseño y Elaboración de Proyectos	115
Tabla N° 65: Balance Oferta-Demanda Diseño y Elaboración de Proyectos	115
Tabla N° 66: Análisis de precios Diseño y Elaboración de Proyectos....	116
Tabla N° 67: Proyección de precios Diseño y Elaboración de Proyectos	116
Tabla N° 68: Oferta Cursos de Capacitación	117
Tabla N° 69: Proyección Oferta Cursos de Capacitación	117
Tabla N°70: Demanda Cursos de Capacitación.....	118
Tabla N°71: Proyección Demanda Cursos de Capacitación	118
Tabla N° 72: Balance Oferta- Demanda Cursos de Capacitación.....	119
Tabla N° 73: Análisis de Precios Cursos de Capacitación	119
Tabla N° 74: Proyección de Precios Cursos de Capacitación.....	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Nivel de Escolaridad.....	43
Gráfico N° 2: Actividad Económica.....	44
Gráfico N° 3: Rendimiento del negocio	45
Gráfico N° 4: Disponibilidad de sistema contable.....	46
Gráfico N° 5: Calidad Servicios y/o productos.....	47
Gráfico N° 6: Asistencia a cursos.....	48
Gráfico N° 7: Servicios Utilizados.....	49
Gráfico N° 8: Creación de la empresa.....	50
Gráfico N° 9: Ubicación de la empresa.	51
Gráfico N° 10: Servicios a Utilizar	52
Gráfico N° 11: Frecuencia de uso	53
Gráfico N° 12: Frecuencia de uso	54
Gráfico N° 13: Frecuencia de uso	55
Gráfico N° 14: Frecuencia de uso	56
Gráfico N° 15: Frecuencia de uso	57
Gráfico N° 16: Frecuencia de uso	58
Gráfico N° 17: Frecuencia de uso	59
Gráfico N° 18: Frecuencia de uso	60
Gráfico N° 19: Frecuencia de uso	61
Gráfico N° 20: Frecuencia de uso	62
Gráfico No 21: Frecuencia de uso	63
Gráfico N°22: Ingreso Familiar.....	64
Gráfico N°23: Cantidad de dinero a destinar.....	65
Gráfico N°24: Edad	66
Gráfico N°25: Sexo	67
Gráfico N° 26: República del Ecuador	122
Gráfico N° 27: Provincia Carchi	122
Gráfico N° 28: Cantón: Montufar.....	123
Gráfico N° 29: Ciudad: San Gabriel	123
Gráfico N° 30: Croquis de ubicación del consorcio.	124

Gráfico N° 31: PLANTA BAJA.....	125
Gráfico N° 32: PLANTA ALTA.....	126
Gráfico N° 33: PLANTA BAJA.....	127
Gráfico N° 34: PLANTA ALTA.....	128
Gráfico N° 36: Logo y Slogan.....	175
Gráfico N° 37: Organigrama Estructural (Administración Consorcio) Ibujés&Asociados	178
Gráfico N° 38: Organigrama Estructural Consorcio Ibujés&Asociados ..	179

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Encuesta Diagnóstico	205
Anexo N° 2: Encuesta Estudio de Mercado.	207
Anexo N° 3: Ficha de Observación 1	210
Anexo N° 4: Ficha de Observación 2	211
Anexo N° 5: Ficha de Observación 3	212
Anexo N° 6: Ficha de Observación 4	213
Anexo N°7: Patentes Comerciales.....	214
Anexo N° 11: Proforma Rótulo (Publicidad)	217
Anexo N° 12: Proforma Valor Computadora, Impresora, Costo de Instalación.....	218
Anexo N° 13: Proforma Valor Copiadora, Proyector	219
Anexo N° 14: Computadora	220
Anexo N° 15: Impresora.....	221
Anexo N° 16: Copiadora	222
Anexo N° 17: Proyector	223
Anexo N° 18: Población uso de Internet	226
Anexo N° 19: Población uso de copias	226
Anexo N° 20: Población mantenimiento de computadoras	226
Anexo N° 21: Proforma Programa Contable Fénix	227
Anexo N° 22: Proforma Muebles de Oficina.....	230
Anexo N° 23: Proforma Suministros de Oficina	231
Anexo N° 24: Proforma Suministros de Limpieza	232

INTRODUCCIÓN

El cantón Montúfar en los últimos años ha tenido un gran crecimiento económico ya que en él hay un gran movimiento mercantil por ser productor de papas, ganado lechero, existe la presencia de artesanas y artesanos que procesan la lana de oveja y elaboran prendas de vestir, cuenta con empresas procesadoras de leche y sus derivados, tiene importantes potencialidades turísticas y productivas alternativas que generan el crecimiento económico, social y cultural del mismo. La pobreza y la exclusión se las supera con propuestas de trabajo y de contenido social, junto con la implementación de proyectos mediante instituciones públicas y privadas que hacen posible el crecimiento financiero del mismo.

Es por esta razón que en la actualidad se ha vuelto indispensable el uso de nuevas tecnologías para ser más competitivos y tener un mejor posicionamiento en el mercado y se ha visto la necesidad de agruparse y formar un consorcio como sociedad civil que permita brindar de manera conjunta a cada uno de los propietarios los diferentes servicios siendo así más competitivos y más sólidos en el mercado.

Para ello se contará con el aporte de capital de tres socios el resto de la inversión se la financiará mediante la Corporación Financiera Nacional (C. F.N.), el mismo dinero será invertido en los equipos, maquinarias e infraestructura física que sean necesarios para que el consorcio entre en funcionamiento, con tecnologías de punta a un costo bajo que esté al alcance del todo público, mediante la aplicación de leyes y valores corporativos que caracterizarán la entrega de todos y cada uno de los miembros del consorcio haciendo que los servicios sean de calidad mediante un buen trato ya que la prioridad es el cliente.

Además se optó por crear este consorcio debido a las diferentes expectativas que tenían los propietarios de los locales comerciales y el público a quienes se realizó las encuestas, y la necesidad de tener un consorcio que brinde varios servicios y más que todo que cubran las expectativas solucionando los diferentes problemas para evitar viajes a otras ciudades aledañas al cantón, ya que cada uno de los propietarios no conoce mucho acerca del manejo de su capital como invertirlo de mejor manera, es por eso que el consorcio hará convenios con otras instituciones para capacitar a los diferentes comerciantes y propietarios de locales comerciales.

Cumpliendo así con la cooperación y el crecimiento social, educativo y económico del cantón, ya que mediante el consorcio se pretende contribuir con el cambio de la economía de los propietarios de los locales comerciales y de quienes harán uso de los diferentes servicios del consorcio, mediante las capacitaciones y asesorías que se brindarán.

Las motivaciones para seleccionar el tema de investigación fueron las siguientes:

- Cumplir con un requisito académico para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría.
- Satisfacer las necesidades presentes en todos y cada una de las familias que requerirían de los servicios que se prestará como consorcio, en las diferentes áreas como son: Asesoría Tributaria y Contable, Cyber café-internet, copias e impresiones, Asesoría en diseño y elaboración de proyectos, asistencia técnica para computadores y cursos de capacitación.
- Conocer la factibilidad de creación de este consorcio a través de los estudios de mercado, técnico y financiero.

CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO en este estudios e toman en cuenta aspectos como: Antecedentes, objetivos, variables e indicadores, matriz

de relación diagnóstica, identificación de la población, diseño de instrumentos de investigación, recopilación de datos, determinación de problema diagnóstico luego de haber analizado las variables diagnósticas como son: educación, actividad económica, gestión empresarial, calidad de servicio al cliente.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO: Se incluye conceptos y bases teóricas que hacen referencia a los siguientes temas: Consorcio, estructura organizacional, valores corporativos, estrategias empresariales, contabilidad, NIIF para PYMES, Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, obligaciones tributarias, servicios, Cyber Café (copias, impresiones, Internet, asistencia técnica para computadores), asesoría en diseño y elaboración de proyectos, cursos de capacitación.

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO: Se identificará el servicio que se brindará a la ciudadanía de Montufar, el cual estará sustentado en el uso de las diferentes técnicas de investigación para obtener información como son: encuestas, la observación el uso de herramientas tecnológicas, aquí se tomará en cuenta al segmento del mercado al que se desee atender, se realizará un análisis de la oferta y de la demanda, ayudándonos a obtener el examen de la competencia y precios de servicios similares que nos darán una pauta para saber la posible demanda existente.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO: Se realizará un estudio técnico en el que se tomará en cuenta la macro y micro localización del proyecto, y distribución de la planta, teniendo en cuenta el nivel de la inversión y de los costos que se incurran para ejecutar el proyecto.

CAPÍTULO V: EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO: Se elaborará un análisis económico-financiero ya que es importante para conocer el nivel de factibilidad que tendrá el proyecto, se elaborará el

cálculo de las inversiones que se van a realizar si es fija o variable, TRM, el cálculo del punto de equilibrio, junto con el uso de instrumentos financieros como lo son: VAN, TIR, Período de recuperación de la inversión y el costo beneficio.

CAPÍTULO VI: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL: Se definirá la razón social del consorcio, se elaborará la normativa interna, valores corporativos, misión, visión, organigrama estructural, manual de funciones, formulación de estrategias, finalmente en el aspecto financiero se presenta la propuesta contable.

CAPÍTULO VII: IMPACTOS: Se realizará un estudio de los impactos: Económico, Social, Tecnológico, Educativo, Académico, con la finalidad de conocer el efecto que causará la creación del consorcio Ibujés&Asociados en la Ciudad de San Gabriel.

CAPÍTULO I

Diagnóstico Situacional

1.1. Antecedentes

El Cantón Montúfar se encuentra ubicado al norte del Ecuador a una altura de 2.830 m.s.n.m. a media hora de la Capital Provincial, la ciudad de Tulcán. Es el segundo Cantón de la Provincia del Carchi. El total de la población es de 30.511 habitantes, distribuidos de la siguiente manera: población Urbana de 14.487 personas y una población rural de 16.024, incluidos hombres y mujeres de todas las edades. Según el censo realizado por el INEC en el año 2010.

San Gabriel, capital del Cantón, fue declarada Patrimonio Nacional, como consecuencia de su entorno arquitectónico y su belleza natural. Es un pueblo con fuertes raíces culturales e identidad. Este hecho cultural le ha servido para labrar su destino con orgullo de pertenencia, que se hace respetar cuando sus derechos son conculcados.

El cantón se caracteriza por ser una zona agrícola y ganadera; con la concurrencia de artesanas y artesanos en varias disciplinas; cuenta con potencialidades turísticas y alternativas que configuran el surgimiento de la población.

Actualmente, el Cantón ejecuta varios proyectos productivos, los mismos que se encuentran en plena marcha. Son apoyados por instituciones estatales y Organizaciones sin Fines de Lucro, esta situación favorece sin duda alguna a superar inequidades contemporáneos, especialmente en la generación de fuentes de trabajo, que hacen que la población requiera cada vez más de la actualización de programas ya sean estos contables o

tributarios y el uso de la tecnología que se ha convertido en factor indispensable para fortalecer las economías familiares y de las empresas. Por tal motivo el presente estudio se realiza con la finalidad de conocer la aceptación de este tipo de empresas en el cantón, la acogida que tendrá y la rentabilidad que brindará si se logra introducir en el mercado.

1.2. Objetivos

1.2.1 General

Conocer la situación actual sobre la disponibilidad de servicios técnicos para satisfacer las necesidades de potenciales usuarios urbanos de la ciudad de San Gabriel.

1.2.2 Específicos

- a) Determinar el nivel de escolaridad de la población del cantón Montúfar.
- b) Conocer las actividades económicas que desempeña el sector económicamente activo del cantón.
- c) Analizar la forma de gestión empresarial desarrollada por los microempresarios del sector.
- d) Analizar la calidad de servicio al cliente de los microempresarios en la Ciudad de San Gabriel.

1.3. Variables Diagnósticas

- a) Educativas
- b) Actividad Económica
- c) Gestión empresarial
- d) Calidad de servicio al cliente.

1.4. Indicadores

1.4.1 Educativas

- Primaria
- Secundaria

- Superior
- Pos grado

1.4.2 Actividad Económica

- Empleado privado
- Empleado público
- Libre ejercicio
- Comerciantes
- Agricultor
- Microempresarios

1.4.3 Gestión Empresarial

- Administración
- Innovación
- Dinamismo del Mercado

1.4.4 Calidad de servicio al cliente

- Amabilidad
- Agilidad
- Demostración del servicio

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Cuadro N° 1: Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivos específicos	Variable	Indicador	Tipo de información	Técnica	Fuente de información
Determinar el nivel de escolaridad de la población del cantón Montúfar.	Educativas	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Superior • Postgrado 	Primaria	Encuesta	Posibles usuarios
Conocer las actividades económicas que desempeña la población	Actividad Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Empleado privado • Empleado público • Libre ejercicio • Comerciantes • Agricultor • Microempresarios 	Primaria	Encuesta	Posibles usuarios
Analizar la forma de gestión empresarial desarrollada por los microempresarios del sector.	Gestión Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Administración • Innovación • Dinamismo del Mercado 	Primaria Secundaria	Observación Directa Documental	Microempresarios INEC
Analizar la calidad de servicio al cliente de los microempresarios en la Ciudad de San Gabriel.	Calidad de servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Agilidad • Demostración del servicio 	Primaria	Observación directa	Microempresarios

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora.

1.6. Identificación de la población

Para la identificación de los posibles usuarios, se tomó como referencia los datos estadísticos del Registro de Patentes del Cantón Montufar, que determinaron una población de 1.056 unidades de producción con diversas actividades económicas, las mismas que se encuentran en el área Urbana y Rural. Por motivo se amplió la cobertura de investigación a las familias de los propietarios de los diferentes negocios. (Ver anexo 7)

Cuadro N° 2: Patentes de los locales comerciales de la ciudad de San Gabriel

Actividades económicas	Cantidad
Tiendas	149
Servicios	33
Licorerías	44
Lácteos	17
Ferreterías	76
Locales Rurales	196
Papelerías	19
Panaderías	21
TV Por cable	2
Asociación Sin Fin de Lucro	1
Restaurantes	130
Imprentas	3
Telecomunicaciones	42
Computadores	21
Ropa	53
Comerciantes	95
Muebles	21
Electrodomésticos	8
Medicina	23
Bazar	77
Fuegos Pirotécnicos	2
Sala de Belleza	16
Hospedaje	8
Total	1.056

Fuente: Estadística G.M. Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autora.

1.7. Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se estratificó la población de análisis de acuerdo a las actividades económicas, obteniendo la siguiente clasificación y valoración.

Información:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población

t = Nivel de confianza. (95% dos colas) = 1.96

δ = Varianza 0,25

E = Nivel de error 5%

1.8. Fórmula

$$n = \frac{N * t^2 * \delta}{E^2 * (N - 1) + t^2 * \delta^2}$$

$$n = \frac{1056 * (1,96)^2 * 0,25}{(0,05)^2 * (1056 - 1) + (1,96)^2 * (0,25)^2}$$

$$n = \frac{1014}{3}$$

$$n = 352$$

Cuadro N° 3: Muestra

Actividades Económicas	Muestra	Porcentaje
Tiendas	49	14%
Servicios	11	3%
Licorerías	14	4%
Lácteos	6	2%
Ferreterías	25	7%
Locales Rurales	65	19%
Papelerías	6	2%
Panaderías	7	2%
TV. Por cable	1	0%
Asociación sin fin de Lucro	0	0%
Restaurantes	43	12%
Imprentas	1	0%
Telecomunicaciones	14	4%
Computadores	7	2%
Ropa	18	5%
Comerciantes	32	9%
Muebles	7	2%
Electrodomésticos	3	1%
Medicina	8	2%
Bazar	26	7%
Fuegos Pirotécnicos	1	0%
Sala de Belleza	5	2%
Hospedaje	3	1%
Total	352	100%

Fuente: Estadística G.M. Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

1.9. Diseño de los instrumentos

1.9.1 Instrumentos de Investigación Primaria.

1.9.1.1 Encuesta

Como instrumento primario se aplicó una encuesta a los propietarios de negocios de las diferentes actividades que se desarrollan en la ciudad de San Gabriel, cuyo propósito fue conocer como se desenvuelven las actividades educativas, económicas, sociales y culturales.

Para el estudio de mercado se diseño una encuesta encaminada a determinar las necesidades de servicios de Tributación, Internet, Diseño de Proyectos, Asistencia técnica en reparación y mantenimiento de computadores.

Además hay que tomar en cuenta que de la muestra que se obtuvo un resultado de 352 encuestas se eleva el número de encuestados ya que algunas de las preguntas son de selección múltiple. (Ver Anexo N° 1 y 2)

1.9.1.2 Observación

Para complementar la información recopilada a través de la encuesta se elaboró fichas de observación, con la finalidad de sustentar La gestión empresarial caracterizada por administración, innovación y dinamismo del mercado; y la calidad del servicio caracterizada por amabilidad, agilidad y demostración del servicio.

Por otra parte se describió la presentación de los establecimientos donde operan las diferentes actividades económicas. (Ver Anexo N° 3, 4, 5, 6)

1.10. Evaluación y análisis de la Información Primaria

1. ¿Cuál es el nivel de escolaridad de los miembros de la familia?

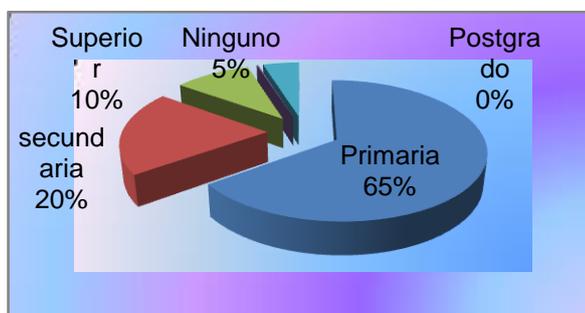
Tabla N° 1: Nivel de Escolaridad.

Ítem	Frecuencia	%
Primaria	942	65%
Secundaria	290	20%
Superior	145	10%
Postgrado	3	0,21%
Ninguno	69	5%
Total	1449	100%

Fuente: Diagnostico 2011

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 1: Nivel de Escolaridad.



Fuente: Diagnóstico 2011

Elaborado por: La Autora

Análisis: Según la investigación realizada se determinó el nivel de escolaridad de los miembros de las familias de los propietarios de las actividades económicas en la Ciudad de San Gabriel. Cuyo predominio de escolaridad está en el nivel primario, seguido del nivel secundario, superior, y Post Grado. Cabe indicar que el 5% corresponde al ítem ninguno en el que se incluye los niños menores de 5 años y que no asisten a ningún establecimiento educativo.

Como resultado del análisis sobre el nivel de escolaridad de los miembros de las familias que habitan la Ciudad de San Gabriel, se puede concluir que la mayoría de población únicamente a terminado el nivel primario; el mismo que tiene relación con el alto porcentaje de personas adultas, ya que únicamente han recibido la educación básica.

2. ¿Qué actividad económica realizan los miembros de la familia?

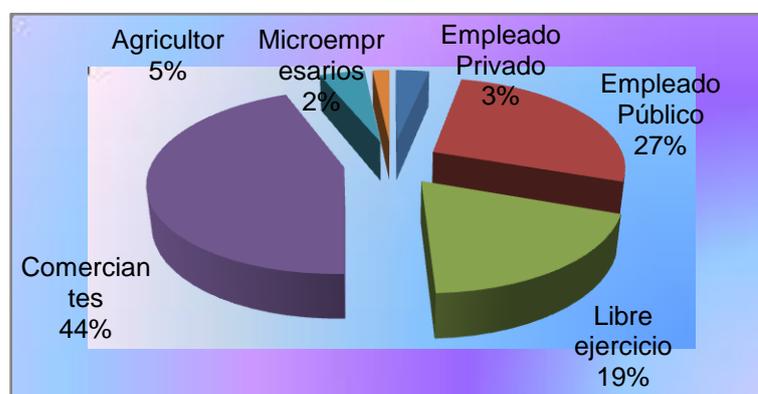
Tabla N° 2: Actividad Económica.

ÍTEM	FRECUENCIA	%
Empleado Privado	49	3%
Empleado Público	403	27%
Libre ejercicio	283	19%
Comerciantes	661	44%
Agricultor	67	5%
Microempresarios	25	2%
TOTAL	1.488	100%

Fuente: Diagnóstico 2011

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2: Actividad Económica



Fuente: Diagnóstico 2011

Elaborado por: La Autora

Análisis: Las actividades económicas que se desarrollan en la ciudad de San Gabriel y que tienen mayor predominio son: Comerciantes, seguido de empleados públicos y personas que ejercen funciones en libre ejercicio.

De la información recopilada se desglosa que la actividad económica predominante es Comerciantes, ya que el cantón Montufar se caracteriza por tener hombres de trabajo con valores bien forjados y transmitidos por sus familiares a través del tiempo, lo que será satisfactorio para el desarrollo familiar y empresarial del Cantón, sin dejar de lado a los agricultores, empleados privados y microempresarios que día a día generan cambios en la economía del mismo.

3. ¿Se fija objetivos para conocer el rendimiento de su negocio?

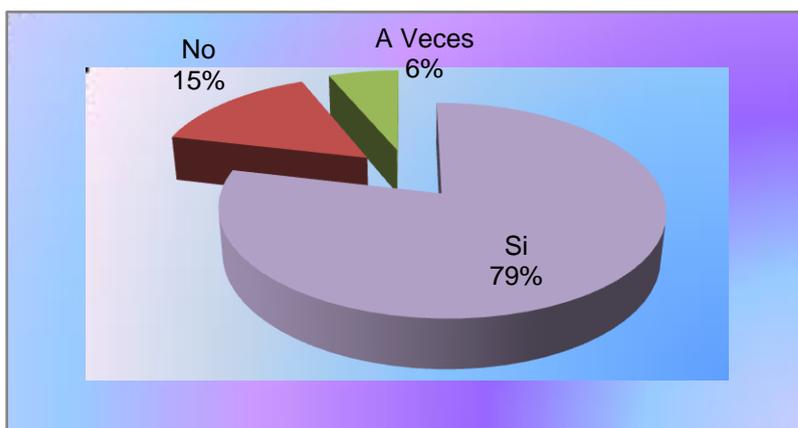
Tabla N° 3: Rendimiento del negocio

ÍTEM	FRECUENCIA	%
Si	277	79%
No	53	15%
A Veces	22	6%
TOTAL	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3: Rendimiento del negocio



Fuente: Diagnóstico 2011

Elaborado por: La Autora

Análisis: Los propietarios de las diferentes unidades productivas supieron manifestar en su mayoría que si se fijan objetivos en lo que a sus negocios se refiere, porque mediante los mismos pueden identificar cuáles de las estrategias y temporadas de venta son mejor y así de esta manera incrementar sus productos e invertir más, mientras que las personas que no se fijan objetivos lo hacen de manera intuitiva de acuerdo a las ventas obtenidas, y las demás personas que a veces suelen fijarse objetivos manifestaron que estos son a largo plazo es decir se fijan objetivos al año.

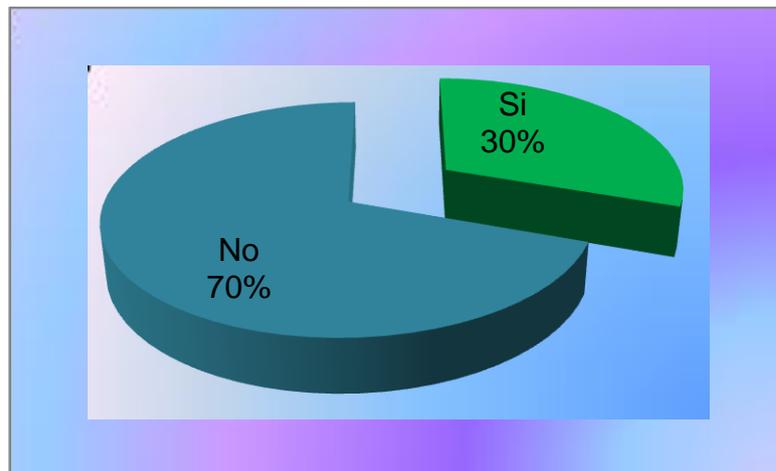
4. ¿Dispone de un sistema contable para el registro de ingresos y egresos?

Tabla N° 4: Disponibilidad de sistema contable

ÍTEM	FRECUENCIA	%
Si	107	30%
No	245	70%
TOTAL	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4: Disponibilidad de sistema contable.



Fuente: Diagnóstico 2011
Elaborado por: La Autora

Análisis: Los propietarios de las diferentes unidades productivas supieron manifestar en su minoría que no utilizan o emplean un sistema contable ya que carecen de conocimientos para utilizarlos, que no son tan útiles y que un sistema es caro adquirir, mientras que en una minoría indicaron que si usaban métodos contables es decir que anotaban en un cuaderno las ventas del día y cuanto era la ganancia. Cabe indicar que las personas que llevan un registro de ventas son pocas de las personas que tiene educación superior o secundaria.

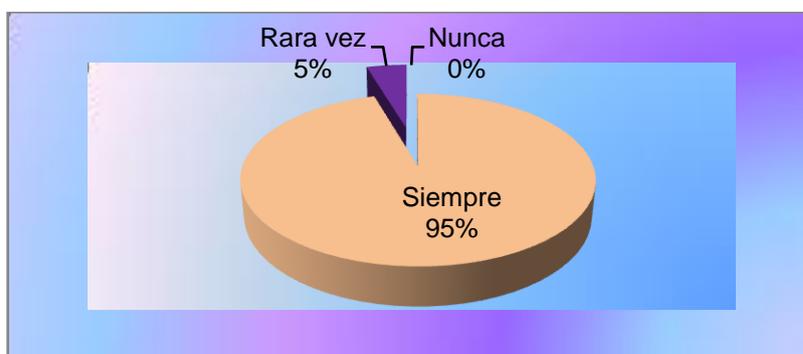
5. ¿Se preocupa por la calidad de los productos y/o servicios que produce su empresa?

Tabla N° 5: Calidad Servicios y/o productos

ÍTEM	FRECUENCIA	%
Siempre	336	95%
Rara vez	16	5%
Nunca	0	0%
TOTAL	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5: Calidad Servicios y/o productos.



Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Análisis: El número de personas a las que se elaboró la encuesta son los dueños de las unidades productivas y jefes de hogar por lo tanto al momento de responder las preguntas que en su mayoría fue positiva la respuesta fue que si se fijaban y preocupaban siempre por la calidad de sus productos ya que eso es lo que hace la diferencia y permite mantener a la clientela conforme, por otra parte las personas que su respuesta fue rara vez manifestaron que se debe a que la mercadería muchas veces llega empacada y es a la pelea la adquisición entonces compran la paca cerrada y cuando llegan a su local revisan, por otra parte no se obtuvo ninguna respuesta en la opción nunca ya que de una u otra manera las personas están al tanto de lo que fue invertido su dinero y saben a quién compran al por mayor.

6. ¿Ha asistido a cursos y/o charlas que constituyan al mejoramiento de su negocio?

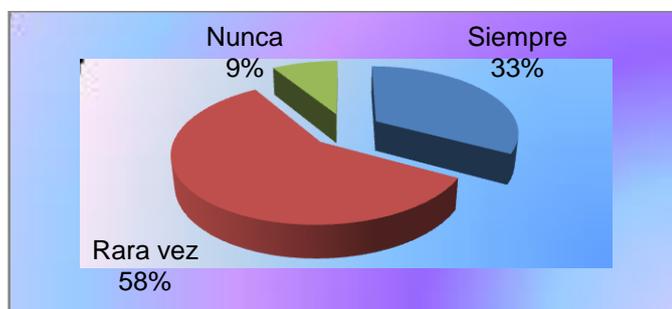
Tabla N° 6: Asistencia a cursos

ÍTEM	FRECUENCIA	%
Siempre	116	33%
Rara vez	205	58%
Nunca	31	9%
TOTAL	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6: Asistencia a cursos.



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: Las respuestas que se obtuvieron en esta pregunta fue en su mayoría que rara vez los dueños de los locales comerciales han asistido a cursos o charlas que le permitan mejorar su negocio manifestando que no lo hacían ya que son costosos, no son realizados en el cantón, no tienen disponibilidad de tiempo.

Por otra parte las personas que ya tienen mayor nivel de educación respondieron que siempre se están preparando ante los diferentes cambios que se presentan en las leyes por ende siempre asisten a cursos para mejorar sus conocimientos ya que eso no es un gasto si no una inversión que les ayuda a mejorar sus negocios.

Finalmente en una mínima parte la respuesta fue que nunca asisten ya que no ven conveniente asistir a clases o cursos porque no pueden dejar de atender sus negocios y cerrar para prepararse y adquirir conocimientos nuevos.

7. ¿Ha utilizado los siguientes servicios?

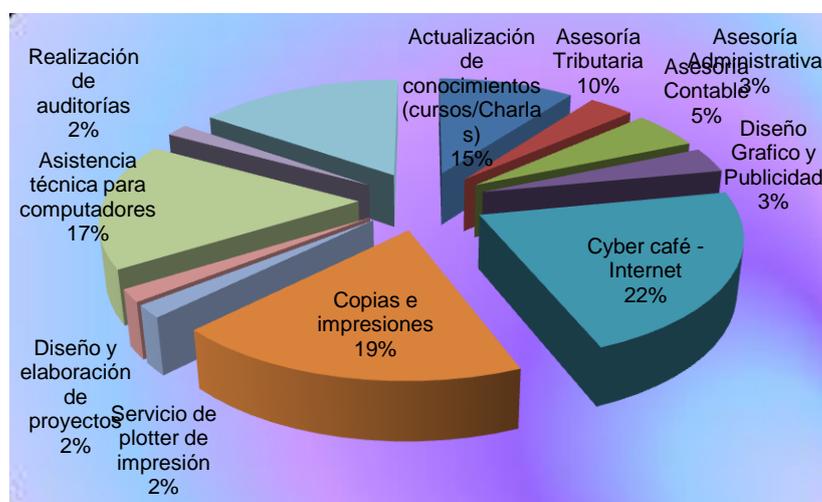
Tabla N° 7: Servicios utilizados

Ítem	Total	%
Asesoría Tributaria	151	10%
Asesoría Administrativa	50	3%
Asesoría Contable	75	5%
Diseño Grafico y Publicidad	50	3%
Cyber café - Internet	327	22%
Copias e impresiones	277	19%
Servicio de plotter de impresión	25	2%
Diseño y elaboración de proyectos	25	2%
Asistencia técnica para computadores	252	17%
Realización de auditorías	25	2%
Actualización de conocimientos (cursos/Charlas)	227	15%
Total	1.484	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7: Servicios Utilizados.



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: Una vez realizada la investigación de campo, se determinó que los propietarios de negocios de la ciudad de San Gabriel, han utilizado los siguientes servicios: asesoría tributaria, servicio de Internet, copias e impresiones, asistencia técnica para computadoras y cursos de capacitación en diversas ramas.

8. ¿Le gustaría que se cree una empresa que reúna todos estos servicios en un solo lugar?

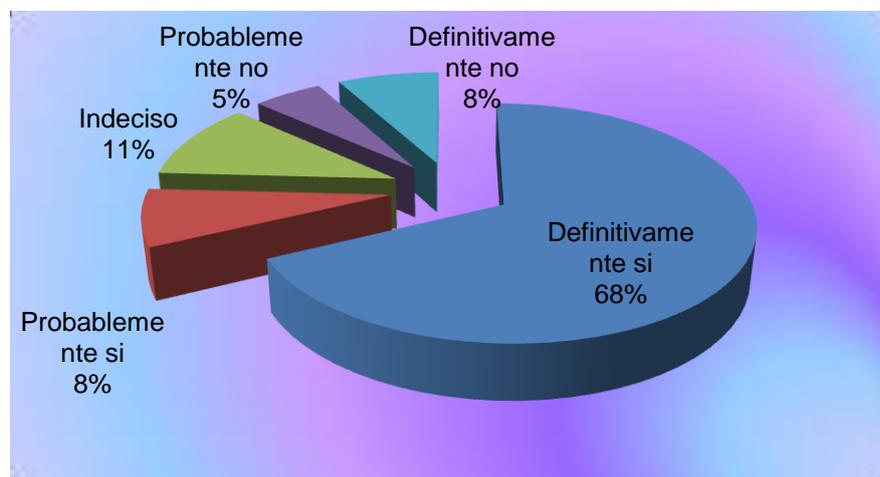
Tabla N° 8: Creación de la empresa

Ítem	Total	%
Definitivamente si	239	68%
Probablemente si	28	8%
Indeciso	38	11%
Probablemente no	19	5%
Definitivamente no	28	8%
Total	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8: Creación de la empresa.



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: Respecto a la creación de una empresa que reúna varios servicios, la mayoría de propietarios de las actividades económicas manifestaron definitivamente estar de acuerdo, un porcentaje está indeciso y un grupo de encuestados no está de acuerdo con la creación.

9. ¿En qué sector le gustaría que se ubique la empresa?

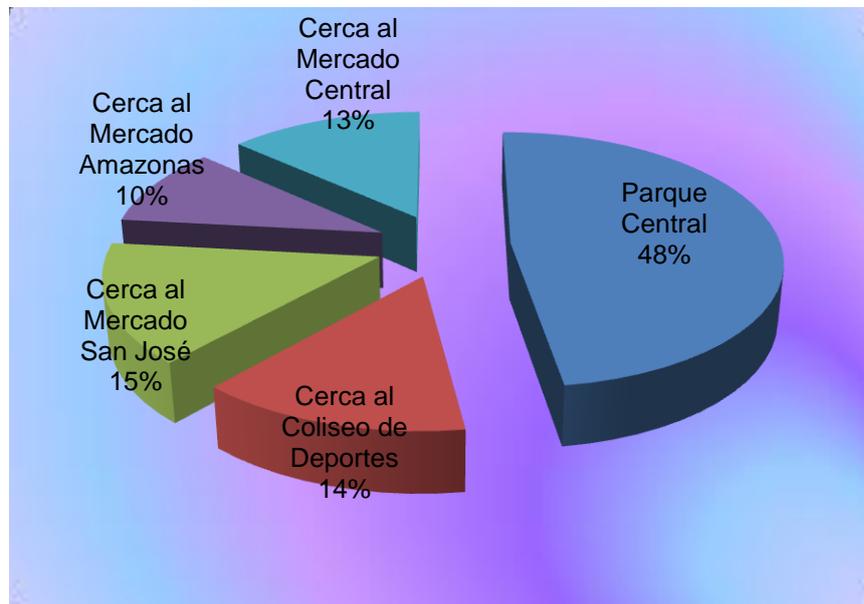
Tabla N° 9: Ubicación de la empresa

Ítem	Total	%
Parque Central	168	48%
Cerca al Coliseo de Deportes	49	14%
Cerca al Mercado San José	53	15%
Cerca al Mercado Amazonas	35	10%
Cerca al Mercado Central	47	13%
Total	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9: Ubicación de la empresa.



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: A través de la investigación se determinó que el lugar más apropiado para ubicar la empresa considerado por los propietarios de las actividades económica es el parque central y su sector de influencia.

10. ¿Qué servicios utilizaría en el futuro?

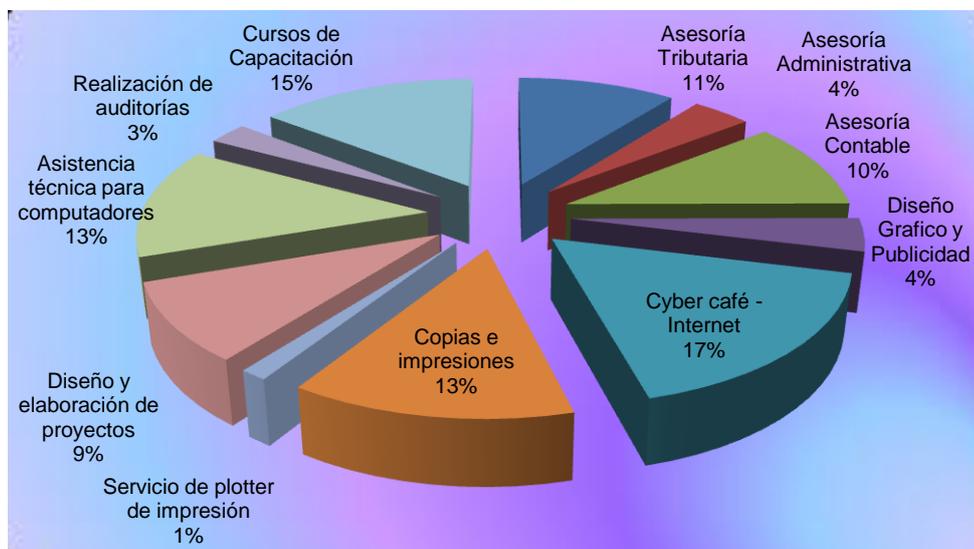
Tabla N° 10: Servicios a utilizar

Ítem	Total	%
Asesoría Tributaria	201	11%
Asesoría Administrativa	75	4%
Asesoría Contable	200	10%
Diseño Grafico y Publicidad	75	4%
Cyber café - Internet	327	17%
Copias e impresiones	252	13%
Servicio de plotter de impresión	25	1%
Diseño y elaboración de proyectos	177	9%
Asistencia técnica para computadores	252	13%
Realización de auditorías	50	3%
Actualización de conocimientos (cursos/Charlas)	277	14%
Total	1911	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10: Servicios a Utilizar



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: Acerca de los diferentes servicios a utilizar en el futuro, los microempresarios de las diferentes actividades económicas, manifestaron que utilizarían los servicios de asesoría tributaria, asesoría contable, Cyber café – Internet, diseño y elaboración de proyectos, asistencia técnica para computadoras y cursos de capacitación.

11. ¿Con qué frecuencia utilizaría estos servicios?

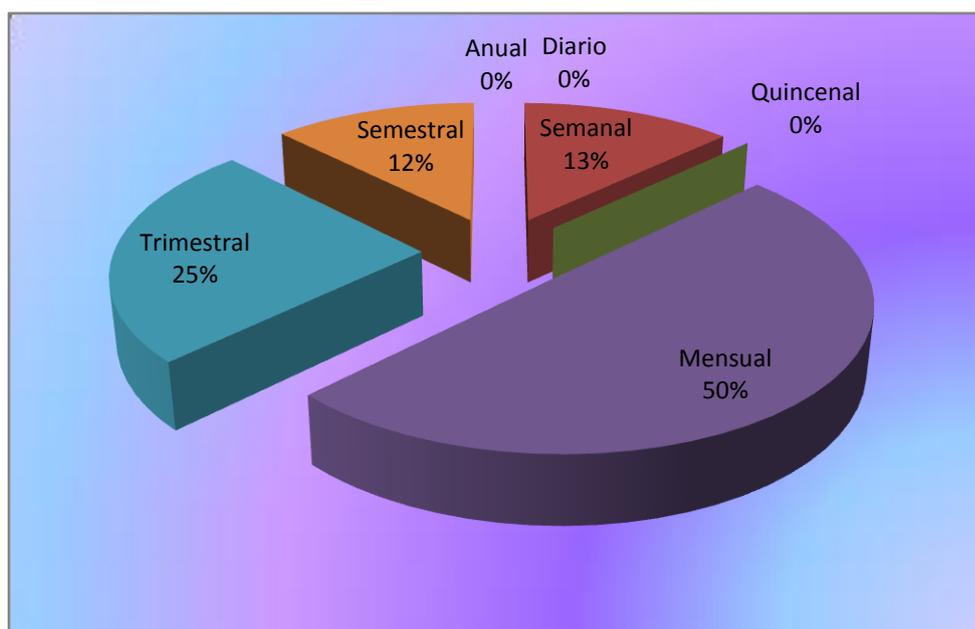
Tabla N° 11: Frecuencia de uso.

Asesoría Tributaria	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	26	13%
Quincenal	0	0%
Mensual	100	50%
Trimestral	50	25%
Semestral	25	12%
Anual	0	0%
Subtotal	201	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a la frecuencia de uso del servicio de asesoría tributaria, el mayor porcentaje de propietarios de las actividades económicas, manifestaron que utilizarían en forma mensual, y con menor frecuencia en forma trimestral, semanal y semestral.

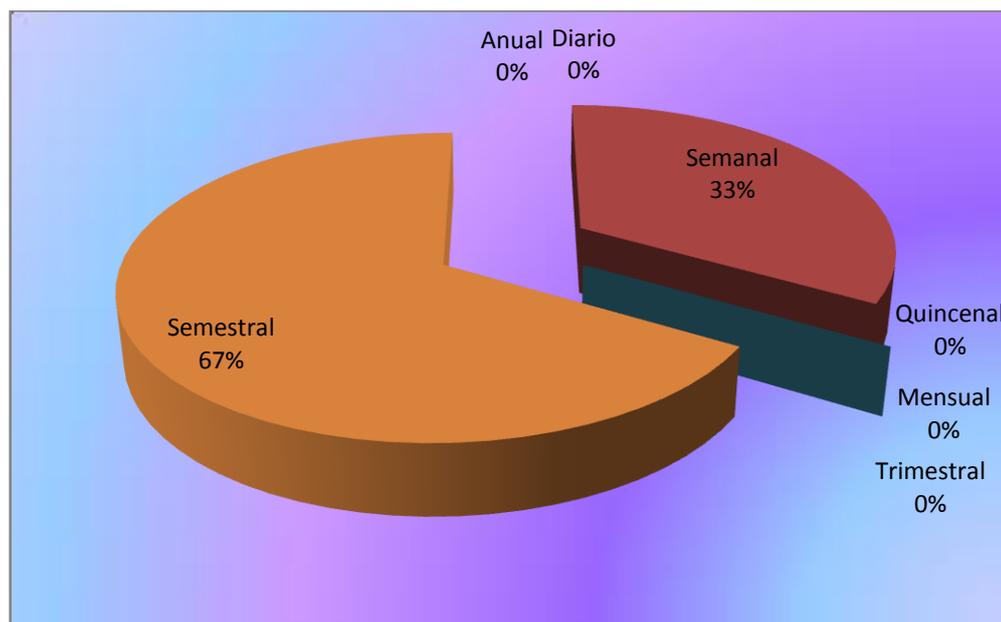
Tabla N° 12: Frecuencia de uso.

Asesoría Administrativa	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	25	33%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	0	0%
Semestral	50	67%
Anual	0	0%
Subtotal	75	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 12: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: Respecto a la frecuencia de uso del servicio de asesoría administrativa, el mayor porcentaje de microempresarios manifestó que utilizarían el servicio en forma semestral, y con menor frecuencia en forma semanal.

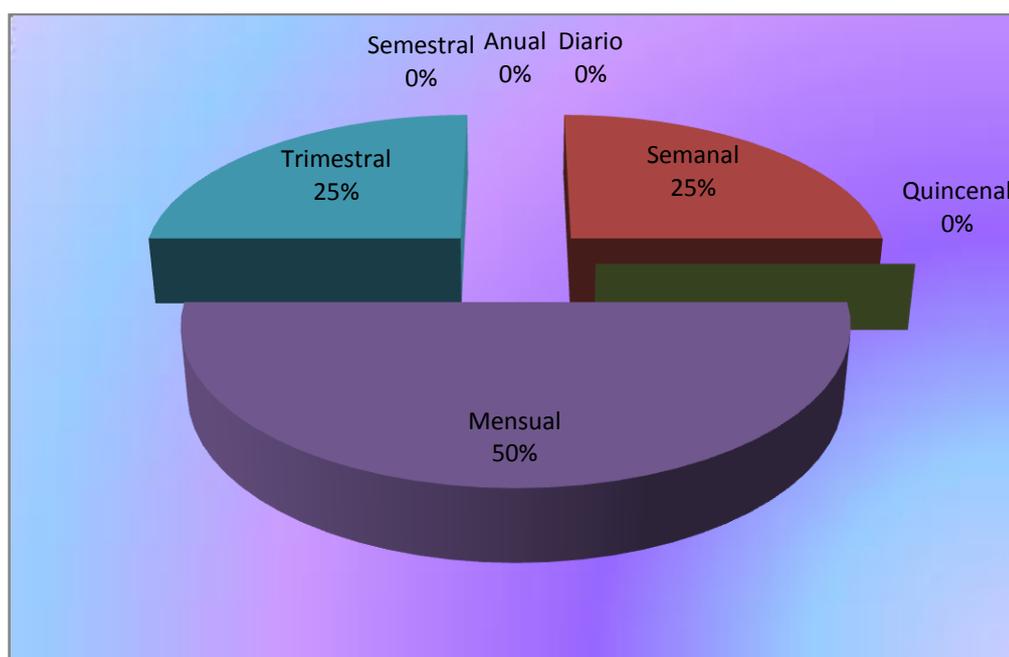
Tabla N° 13: Frecuencia de uso.

Asesoría Contable	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	50	25%
Quincenal	0	0%
Mensual	100	50%
Trimestral	50	25%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Subtotal	200	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 13: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

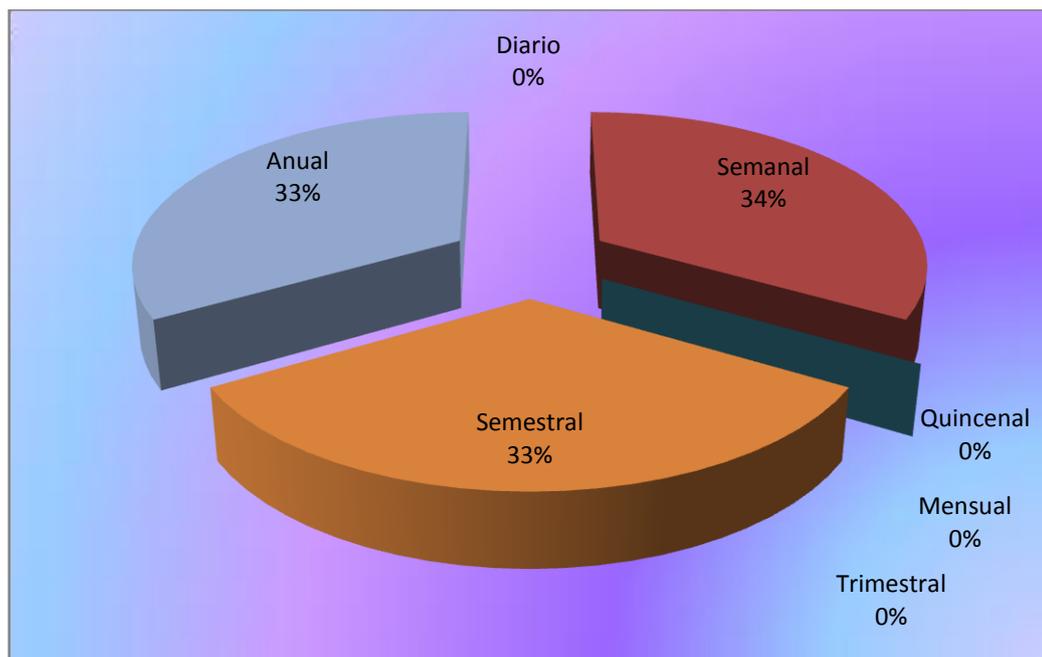
Análisis: En base a la información recaudada respecto al uso del servicio de asesoría contable, el mayor porcentaje de propietarios de los locales comerciales manifestó que utilizarán el servicio en forma mensual, seguido de forma trimestral y semanal.

Tabla N° 14: Frecuencia de uso.

Diseño Grafico y Publicidad	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	25	33%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	0	0%
Semestral	25	33%
Anual	25	33%
Subtotal	75	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 14: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

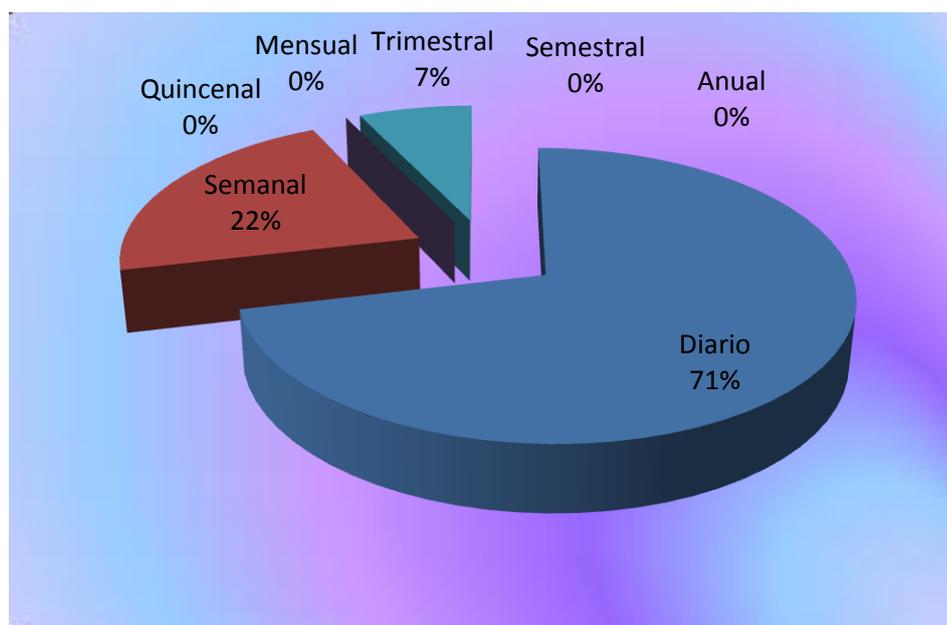
Análisis: De acuerdo con la investigación realizada, la frecuencia de uso del servicio de diseño gráfico y publicidad, será anual, semestral y semanal.

Tabla N° 15: Frecuencia de uso.

Cyber café - Internet	Total	%
Diario	251	71%
Semanal	76	22%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	25	7%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Subtotal	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 15: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Análisis: En base a la investigación realizada, se determinó que el uso del servicio con mayor porcentaje destaca el cyber café -internet, el mismo que será diario, semanal y trimestral.

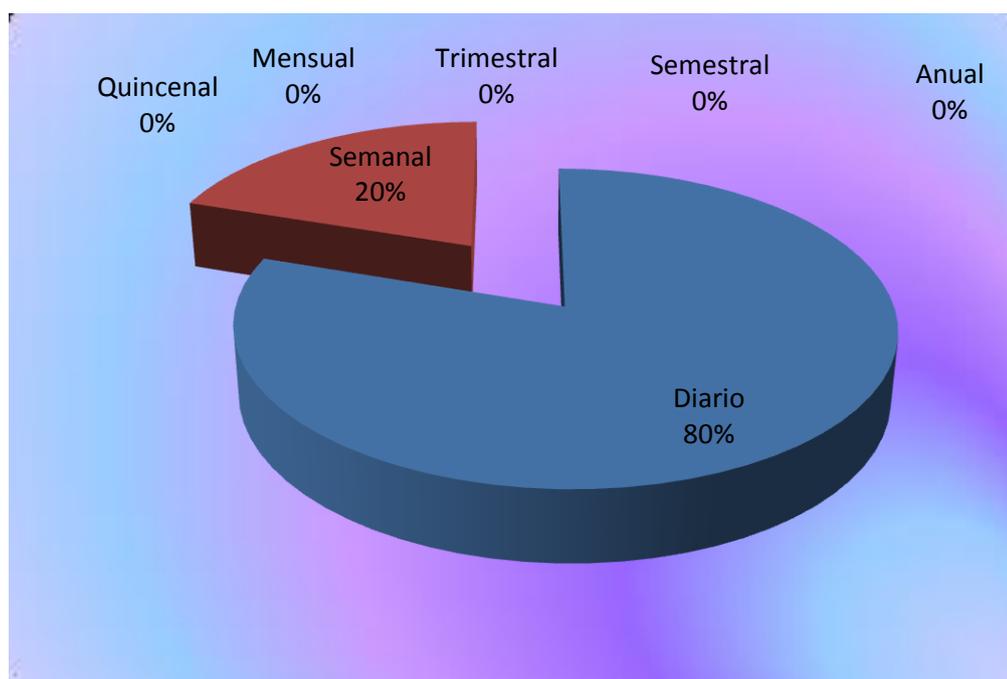
Tabla N° 16: Frecuencia de uso.

Copias e impresiones	Total	%
Diario	202	80%
Semanal	50	20%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Subtotal	252	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 16: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo con la información recaudada, se determinó que la frecuencia de mayor porcentaje en el uso del servicio de copias e impresiones, será diario y semanal.

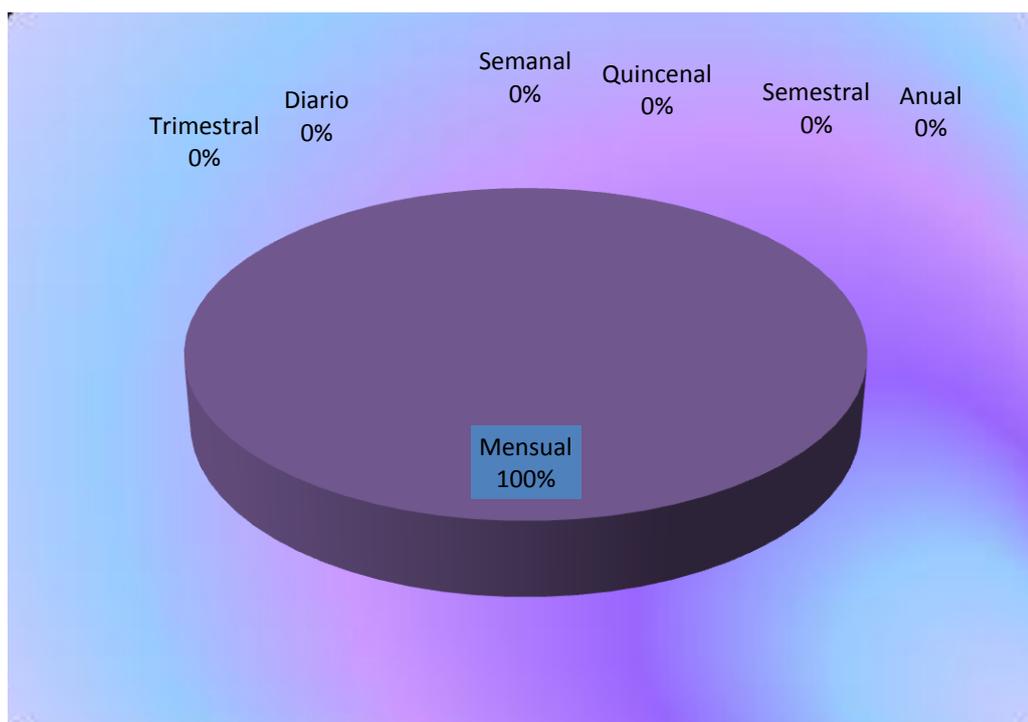
Tabla N° 17: Frecuencia de uso.

Servicio de plotter de impresión	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	25	100%
Trimestral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
Subtotal	25	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 17: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

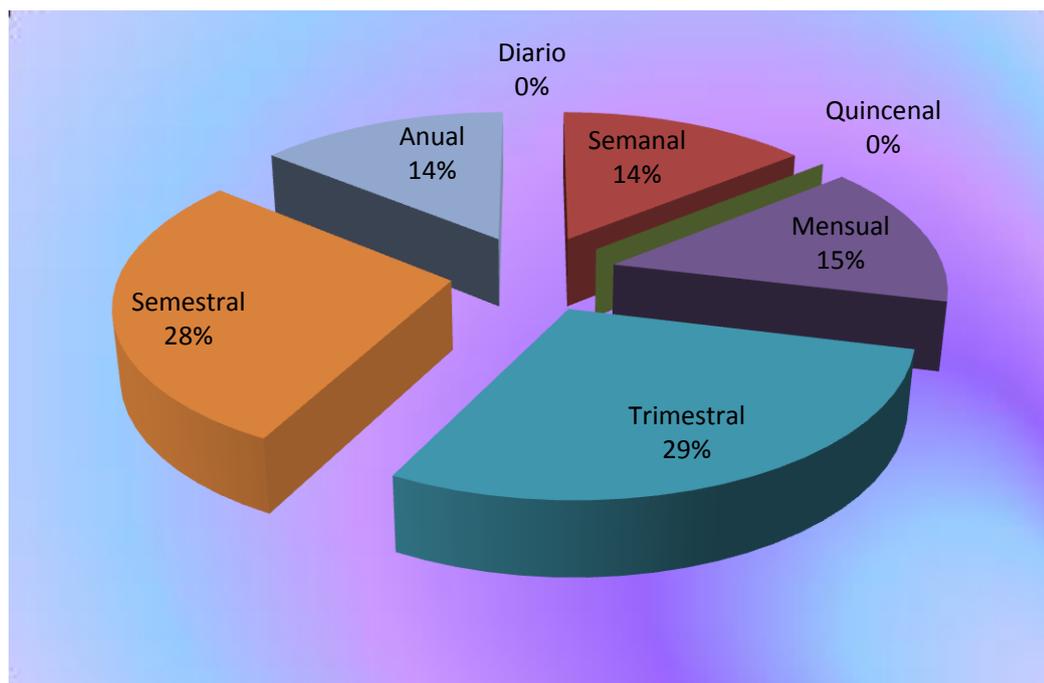
Análisis: De acuerdo con la investigación realizada, se determinó que la periodicidad de uso con gran porcentaje es mensual en el uso del servicio de plotter de impresión.

Tabla N° 18: Frecuencia de uso.

Diseño y elaboración de proyectos	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	25	14%
Quincenal	0	0%
Mensual	26	15%
Trimestral	51	29%
Semestral	50	28%
Anual	25	14%
Subtotal	177	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 18: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo con la investigación realizada, se determinó que la frecuencia de mayor porcentaje en el uso del servicio de diseño y elaboración de proyectos, será trimestral, seguido de forma semestral, mensual, anual y semanal.

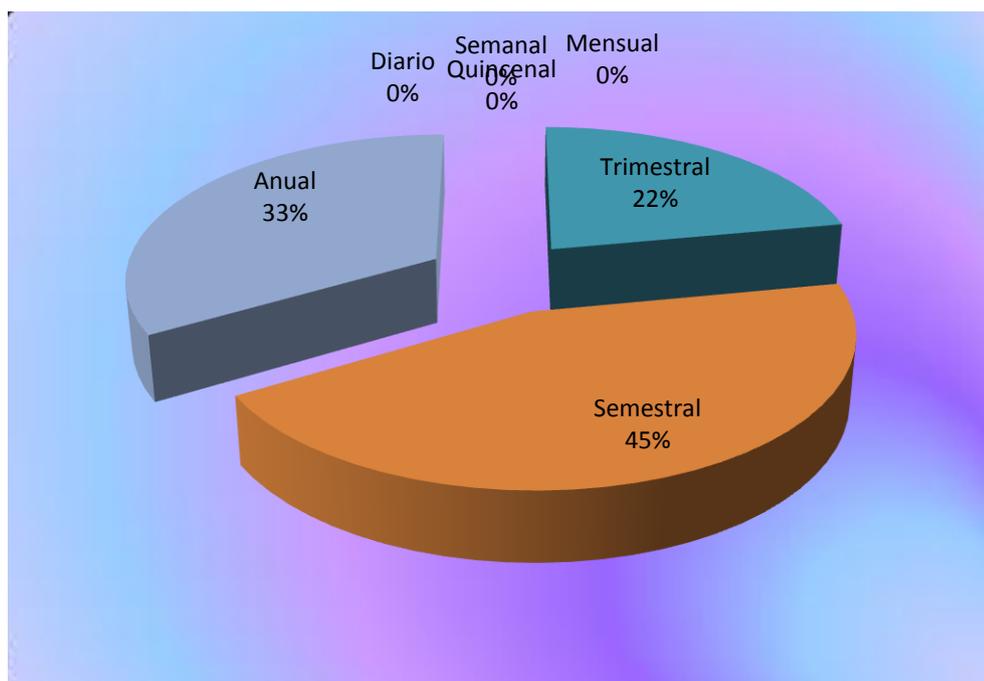
Tabla N° 19: Frecuencia de uso.

Asistencia técnica para computadores	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	50	22%
Semestral	101	44%
Anual	76	33%
Subtotal	227	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 19: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: En base a la información recolectada, se determinó que el mayor porcentaje y frecuencia es en el uso del servicio de asistencia técnica para computadores, de manera semestral, seguido de forma anual y trimestral.

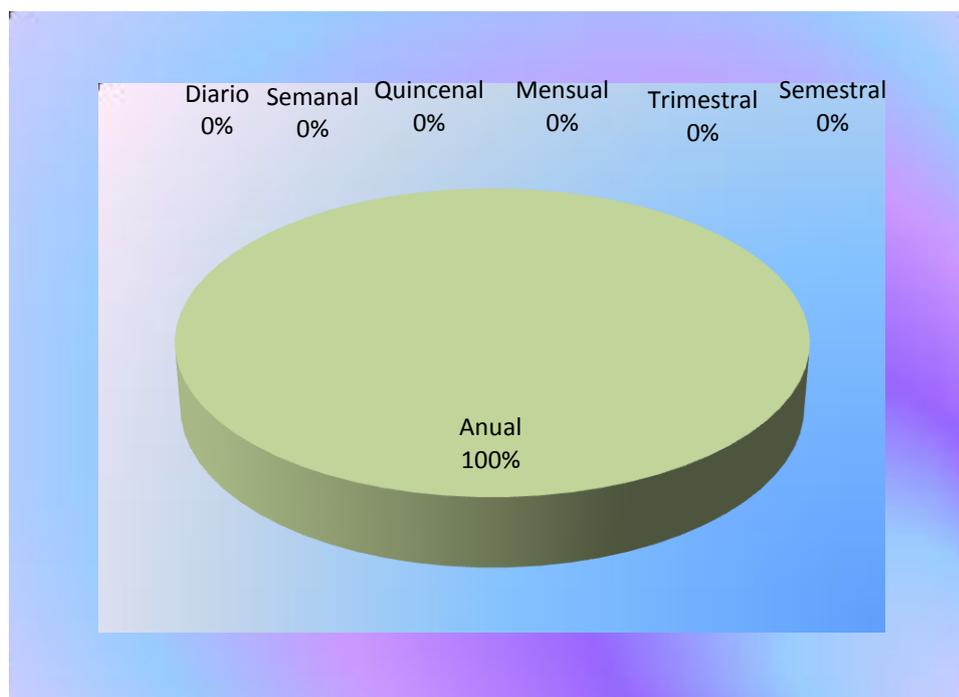
Tabla N° 20: Frecuencia de uso.

Realización de auditorías	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	0	0%
Trimestral	0	0%
Semestral	0	0%
Anual	50	100%
Subtotal	50	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 20: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

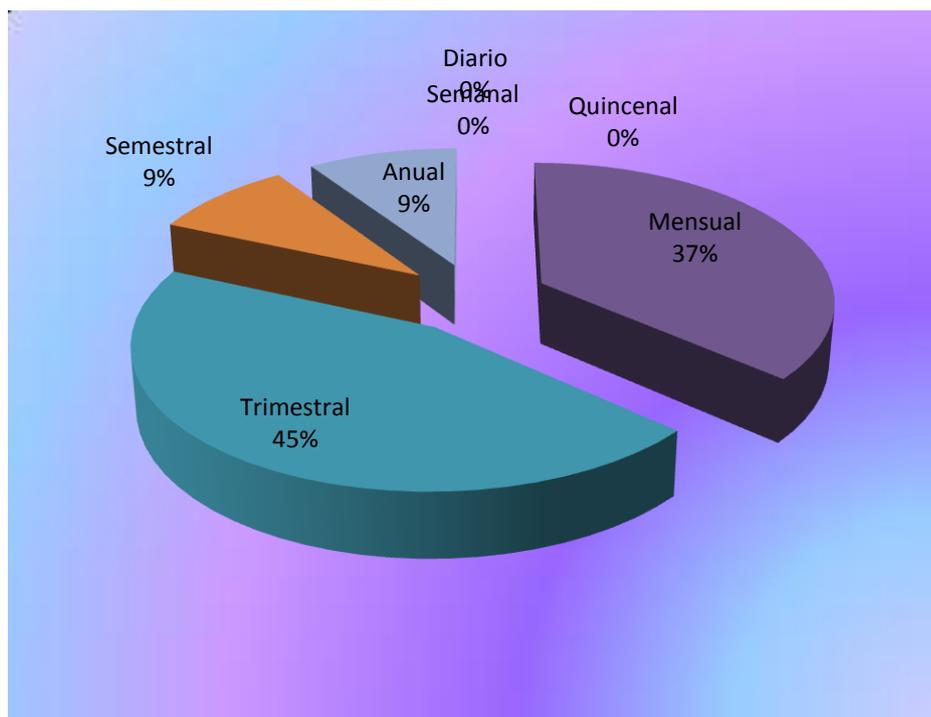
Análisis: De acuerdo con la información reunida, se determinó que el mayor porcentaje en el uso del servicio de realización de auditorías, será anual.

Tabla N° 21: Frecuencia de uso.

Actualización de conocimientos (cursos/Charlas)	Total	%
Diario	0	0%
Semanal	0	0%
Quincenal	0	0%
Mensual	101	36%
Trimestral	125	45%
Semestral	25	9%
Anual	26	9%
Subtotal	277	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Gráfico No 21: Frecuencia de uso



Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo con la investigación realizada, se determinó que la frecuencia de mayor porcentaje en el uso del servicio de actualización de conocimientos (cursos de capacitación), será trimestral, seguido de frecuencia mensual, anual y semestral.

12. ¿Cuál es el ingreso familiar?

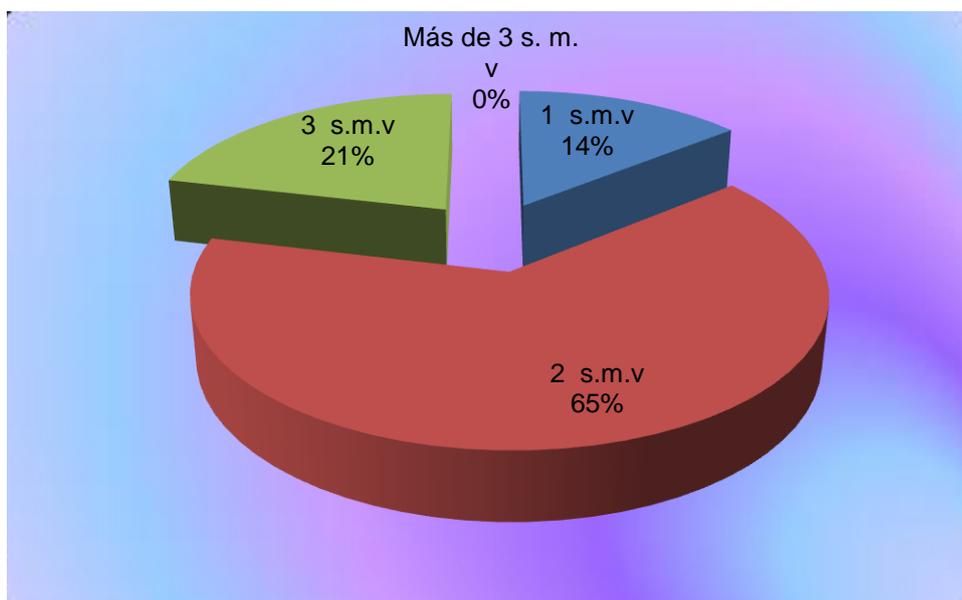
Tabla N° 22: Ingreso Familiar

Ítem	Total	%
1 s.m.v	50	14%
2 s.m.v	227	64%
3 s.m.v	75	21%
Más de 3 s. m. v	0	0%
Total	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 22: Ingreso Familiar.



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo con la investigación realizada, se determinó que el mayor porcentaje de las familias tienen dos salarios mínimos vitales de ingreso, seguido de tres salarios y un salario mínimo vital respectivamente.

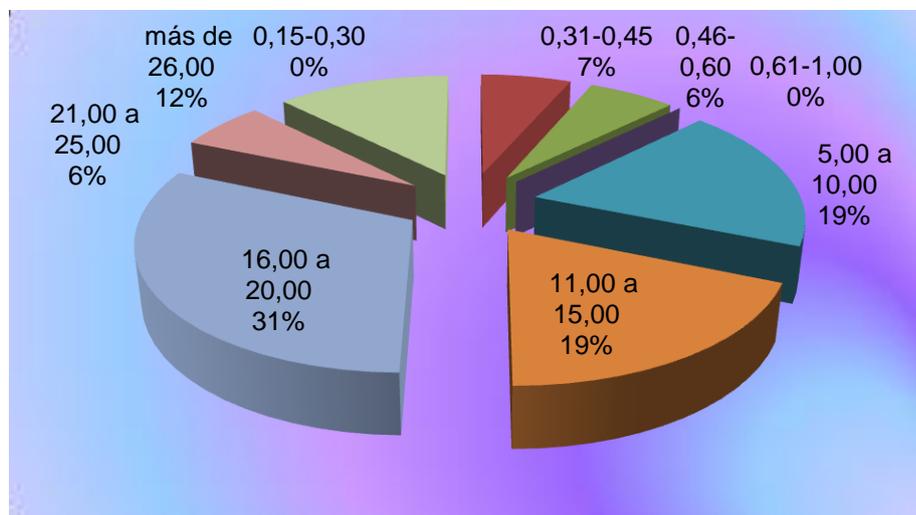
13. ¿Qué cantidad de dinero destinaría para pagar por estos servicios?

Tabla N° 23: Cantidad de dinero a destinar.

Ítem	Total	%
0,15-0,30	0	0%
0,31-0,45	26	6%
0,46-0,60	25	6%
0,61-1,00	0	0%
5,00 a 10,00	75	19%
11,00 a 15,00	76	19%
16,00 a 20,00	126	31%
21,00 a 25,00	25	6%
más de 26,00	50	12%
Total	403	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 23: Cantidad de dinero a destinar



Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo con la información recopilada, se determinó que el mayor porcentaje de las familias destinarían de 16 a 20 dólares para el pago de los diferentes servicios a utilizar, otras destinarían de 11 a 15, de 5 a 10, y más de 26 dólares.

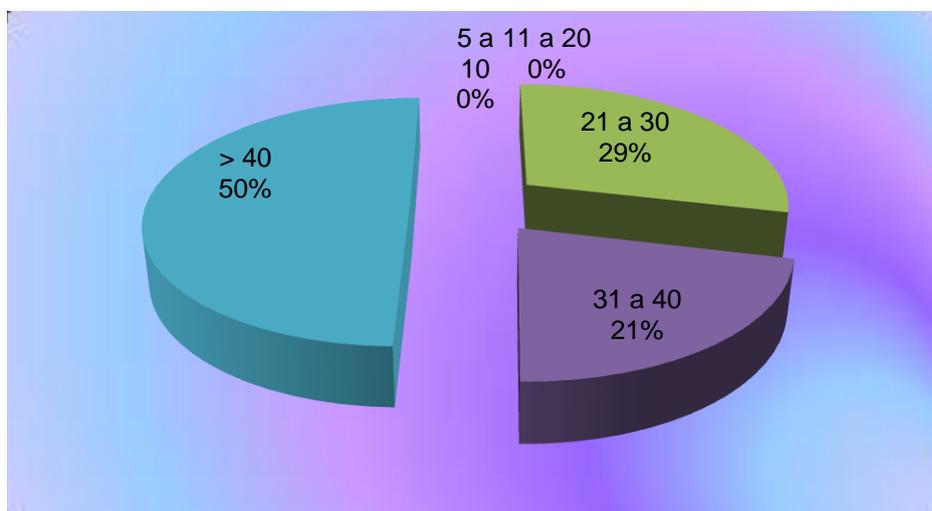
DATOS TÉCNICOS
Edad

Tabla N° 24: Edad

EDAD	Total	%
5 a 10	0	0%
11 a 20	0	0%
21 a 30	101	29%
31 a 40	76	22%
> 40	175	50%
TOTAL	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 24: Edad



Fuente: Diagnóstico 2011.
Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo con la investigación, se determinó que la mayoría de microempresarios son mayores de 40 años, seguido de un grupo con edades entre 21 y 30 años, y 31 a 40 años.

Sexo

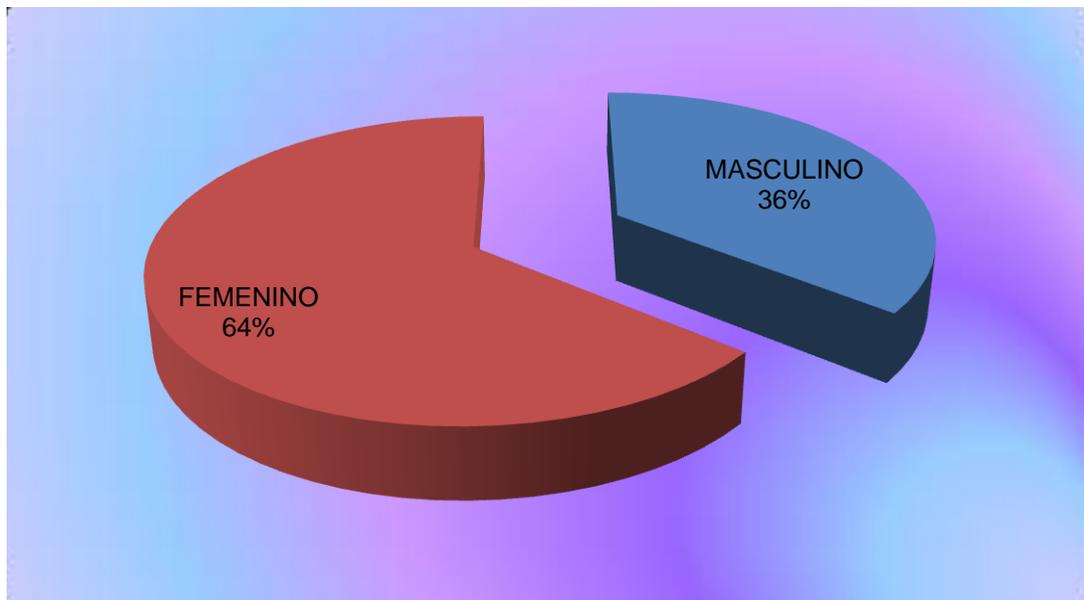
Tabla N° 25: Sexo

SEXO	Total	%
MASCULINO	126	36%
FEMENINO	226	64%
TOTAL	352	100%

Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 25: Sexo



Fuente: Diagnóstico 2011.

Elaborado por: La Autora

Análisis: En base a la encuesta realizada, se determinó que el mayor porcentaje de los propietarios de las diferentes actividades económicas son mujeres.

1.11. Construcción De La Matriz De Oportunidades y Riesgos.

OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento económico de la población. • Implementación de fuentes de trabajo. • Introducción en el mercado. • Actualización de conocimientos. • Renovación de tecnología • Realizar alianzas con empresas pequeñas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia leal y desleal. • Inflación. • Crisis Económica. • Evasión de impuestos. • Migración de la población a otras ciudades. • Mal manejo de los negocios.

1.12. Cruces Estratégicos OR

OPORTUNIDADES/RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • La crisis económica se reducirá ya que gracias a esta empresa se incrementará el crecimiento económico de la población. • La migración de los habitantes de cantón disminuirá ya que se incrementarán las fuentes de trabajo. • La competencia leal y desleal se verá afectada si se introduce y posesiona en el mercado. • La evasión de impuestos disminuirá gracias a la actualización de conocimientos y leyes. • La inflación permitirá que en el caso de disminuir precios en la tecnología ésta se pueda renovar con facilidad. • El mal manejo de los negocios cambiará y disminuirá si se realizan alianzas con las empresa pequeñas para que manejen de manera adecuada sus recursos.

1.13. Identificación del Problema Diagnóstico

Luego de realizar la investigación mediante el empleo de técnicas e instrumentos de información primaria y secundaria, en el análisis de las principales variables como educación, actividad económica, gestión empresarial y calidad de servicio al cliente y luego de la construcción de la matriz de Oportunidades y Riesgos se determinó las siguientes necesidades en la población del cantón Montufar.

El mayor porcentaje de población del cantón Montúfar dispone de un nivel de educación primario, concentrado en su mayoría en personas adultas, que en su momento no tuvieron la oportunidad de asistir a un centro educativo. Por lo que se concluye que las generaciones anteriores, tuvieron deficiencia en la educación y que en la actualidad son propietarios de un gran número de actividades productivas. Por lo que tienen dificultad para el pago de de impuestos, aduciendo desconocimiento en el procedimiento para el cumplimiento de las obligaciones tributarias.

A pesar del desarrollo económico logrado en el cantón Montúfar, reflejado en el incremento de la capacidad adquisitiva de sus habitantes, por la creación de empresas de lácteos, microempresas panificadoras, artesanos en madera y fuegos pirotécnicos, así como también diseñadoras de prendas de vestir y accesorios. Sin embargo no han logrado potenciar sus actividades productivas por la limitada educación y capacitación de propietarios y trabajadores, por lo que han visto mermado su nivel de productividad y competitividad.

Es necesario implementar los cursos y charlas en relación a atención al cliente, y temas que permitan el mejoramiento continuo y la preparación intelectual de los dueños de las diferentes unidades productivas, con ello se logrará cubrir una gran parte del mercado que no tiene acceso a estos servicios y más que todo que en el cantón no existen.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Consorcio

(Océano Centrum, 2004): “Asociación de negociantes establecida con objeto de realizar actividades comerciales. Sus miembros participan en los beneficios o en las pérdidas en proporción a la cuota aportada”.

Se ha hecho referencia al autor antes mencionado ya que en su significado menciona que el consorcio es la unión de empresas o comerciantes que buscan desarrollar una actividad comercial y que sus miembros participan brindando un solo servicio y así mismo obteniendo las utilidades o pérdidas de acuerdo al caso, permitiéndome así obtener una definición propia acerca del consorcio el cual es la reunión de personas naturales o jurídicas durante un periodo de tiempo con el fin de brindar un solo servicio en búsqueda de un mismo objetivo poniendo a disposición todos los recursos que se poseen, mediante ello se obtendrá una ganancia o una pérdida de acuerdo como se dé el caso.

2.1.1. Características del Consorcio.

Según (Gómez, 2006) las características del consorcio son las siguientes:

- a)** Existencia de una comunidad de intereses entre los sujetos que hayan de integrarse en el Consorcio, es decir, existencia de un interés público común.
- b)** Entidad de base asociativa de entes públicos entre sí y de éstos con sociedades privadas sin ánimo de lucro que surge para la cooperación entre estas entidades administrativas, y que adquiere denominación institucional.

- c) Personalidad jurídica propia e independiente y plena capacidad de obrar del Consorcio, respecto de los entes públicos y privados que en él se integran.
- d) La creación de esta nueva entidad pública, no supone desaparición de los entes agrupados, sino como observa STANCANELLI los sujetos consorciados permanecen vivos y mantienen su recíproca autonomía estructural.
- e) Su naturaleza es corporativa, al integrarse distintos sujetos en pie de igualdad, para la consecución de intereses comunes.

2.1.2. Ventajas de los consorcios.

Los consorcios suponen ventajas como según (Gómez, 2006):

- a) Aumentan y complementan la oferta de las empresas individuales.
- b) Los costos y gastos son compartidos y por lo tanto más asequibles.
- c) Hacen más fácil la consecución de recursos financieros.
- d) Disminuye el riesgo y aumenta el éxito de la promoción comercial.
- e) Aumenta la posibilidad de ofrecer un amplio número de productos.
- f) Mayor poder de negociación frente a los compradores.
- g) Posibilidad de optar a la concesión de ayudas públicas.

2.2. Estructura Organizacional

(Roobbins & Coulter, 2005) menciona: “Es la distribución normal de los empleos dentro de una organización. Cuando los gerentes desarrollan o cambian la estructura, participan en el diseño organizacional, proceso que involucra decisiones sobre seis elementos clave: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización, descentralización y formalización”.

De acuerdo con los autores antes mencionados puedo mencionar que la estructura organizacional permite dividir el trabajo, mediante la asignación de funciones y responsabilidades a cada una de las personas o grupos de personas que forman parte de una empresa con la finalidad de llevar a cabo la consecución de objetivos ya sea de la unidad de trabajo o de toda la empresa.

2.2.1. Organigrama funcional

Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.

2.2.2. Organigrama estructural.

Organigrama (órgano = órgano u organismo + grama = gráfico) es la gráfica que representa la organización de una empresa, o sea, su estructura organizacional, muestra su esqueleto y su constitución interna, pero no su funcionamiento ni su dinámica.

FUNCIONES: En forma general sirve para: Descubrir y eliminar defectos o fallas de organización. Comunicar la estructura organizativa. Reflejar los cambios organizativos.

ELEMENTOS GRÁFICOS PARA EL DISEÑO DE DIAGRAMAS: En el diseño de esta gráfica son fundamentalmente importantes los siguientes aspectos: La ubicación que se le da a cada unidad mayor de la organización a representarse en el diagrama. Las figuras geométricas Las líneas que enlazan las figuras geométricas. Los nombres de las unidades de trabajo.

2.3. Valores Corporativos

(Gómez M. , 2007) menciona: “Los valores son el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional”.

En base a los autores antes mencionados se puede decir que los valores corporativos son el conjunto de valores, reglas, creencias, costumbres que una institución asume como distintivas para lograr un posicionamiento en el entorno.

2.4. Estrategias empresariales.

(Martínez M. , 2003) menciona: “La estrategia es un proceso que trata de identificar continuamente aspectos en los que la empresa pueda ser más productiva que la competencia utilizando menos recursos para obtener el producto o prestar el servicio, para diferenciarse de los competidores y satisfacer de forma más eficaz las necesidades de los clientes”.

De acuerdo con la autora antes mencionada se puede definir a la estrategia empresarial como una medida que permita desarrollar y crecer a una institución mediante la reducción de la competencia que permita lograr el cumplimiento de metas y objetivos.

2.5. La contabilidad

(Océano Centrum, 2004) menciona: “Arte, ciencia, interpretación y métodos utilizados para registrar todas las transacciones que afectan a la situación financiera de una empresa u organización”.

Se ha hecho referencia al autor antes mencionado ya que en su definición menciona que la contabilidad es una ciencia, un arte y una técnica que permite analizar, interpretar y valorar los resultados económicos que obtiene la empresa agrupando y comparando resultados, es la base sobre la cual se fundamentan las decisiones gerenciales y por tanto, las decisiones financieras de la organización.

2.5.1. Fundamentos de la Contabilidad

La contabilidad es una actividad de prestación de servicios y constituye un instrumento de los negocios como medio para facilitar información financiera de las empresas.

A los grupos interesados en la información financiera de una empresa, les interesa que los resultados de la contabilidad se ajusten a ciertas normas que aseguren la confiabilidad y la comparabilidad en la información contable.

2.4.3.1. La Ley de Régimen Tributario Interno dispone:

a) Principios Generales

Art. 20. La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

2.4.3.2. El trabajo que realiza el contador.

El contador público desarrolla su actividad profesional en tres campos fundamentales.

- ♣ La contaduría de libre ejercicio profesional.
- ♣ La contaduría con lugar de dependencia.
- ♣ La contaduría del sector público.

2.5.2. Tipos de contabilidad

Según los tipos de usuarios (Externos-Internos), pueden ser:

a) Contabilidad financiera.

Da la información esencial del funcionamiento y estado financiero de la empresa a todos los agentes económicos interesados (clientes, inversores, proveedores, Administraciones Públicas, etc.). Viene regulada y planificada oficialmente para su comprensión por todos. Se trata de dar constancia a las ratios de Competitividad, Rentabilidad y Productividad para poderles dar utilidad en la actividad de la organización.

b) Contabilidad Directiva.

Que engloba Contabilidad de costos o Contabilidad de gestión. Es la contabilidad interna, para el cálculo de los costos y movimientos económicos y productivos en el interior de la empresa. Sirve para tomar decisiones en cuanto a producción, organización de la empresa, etc.

2.6. Norma Internacional de Información Financiera (NIIF) para Pequeñas y Medianas Entidades (PYMES).

2.6.1. Alcance pretendido de esta NIIF.

Se pretende que la NIIF para las PYMES se utilice por las pequeñas y medianas entidades (PYMES). Esta sección describe las características de las PYMES.

2.6.2. Descripción de las pequeñas y medianas entidades.

a) Las pequeñas y medianas entidades son entidades que:

- ❖ No tienen obligación pública de rendir cuentas, y

- ❖ Publican estados financieros con propósito de información general para usuarios externos. Son ejemplos de usuarios externos los propietarios que no están implicados en la gestión del negocio, los acreedores actuales o potenciales y las agencias de calificación crediticia.

b) Una entidad tiene obligación pública de rendir cuentas si:

- ❖ Sus instrumentos de deuda o de patrimonio se negocian en un mercado público o están en proceso de emitir estos instrumentos para negociarse en un mercado público (ya sea una bolsa de valores nacional o extranjera, o un mercado fuera de la bolsa de valores, incluyendo mercados locales o regionales), o
 - ❖ Una de sus principales actividades es mantener activos en calidad de fiduciaria para un amplio grupo de terceros. Este suele ser el caso de los bancos, las cooperativas de crédito, las compañías de seguros, los intermediarios de bolsa, los fondos de inversión y los bancos de inversión.
- c)** Es posible que algunas entidades mantengan activos en calidad de fiduciaria para un amplio grupo de terceros porque mantienen y gestionan recursos financieros que les han confiado clientes o miembros que no están implicados en la gestión de la entidad. Sin embargo, si lo hacen por motivos secundarios a la actividad principal (como podría ser el caso, por ejemplo, de las agencias de viajes o inmobiliarias, los colegios, las organizaciones no lucrativas, las cooperativas que requieran el pago de un depósito nominal para la afiliación y los vendedores que reciban el pago con anterioridad a la entrega de artículos o servicios como las compañías que prestan servicios públicos), esto no las convierte en entidades con obligación pública de rendir cuentas.
- d)** Si una entidad que tiene obligación pública de rendir cuentas utiliza esta NIIF, sus estados financieros no se describirán como en conformidad con la NIIF para las PYMES, aunque la legislación o

regulación de la jurisdicción permita o requiera que esta NIIF se utilice por entidades con obligación pública de rendir cuentas.

2.7. Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos.

2.7.1. Objeto de la ley

Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

2.7.2. De los Mensajes de Datos

Artículo 4.- Propiedad Intelectual.- Los mensajes de datos estarán sometidos a las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual.

Artículo 5.- Confidencialidad y reserva.- Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia.

Artículo 6.- Información escrita.- Cuando la Ley requiera u obligue que la información conste por escrito, este requisito quedará cumplido con un mensaje de datos, siempre que la información que éste contenga sea accesible para su posterior consulta.

Artículo 7.- Información original.- Cuando la Ley requiera u obligue que la información sea presentada o conservada en su forma original, este

requisito quedará cumplido con un mensaje de datos, si siendo requerido conforme a la Ley, puede comprobarse que ha conservado la integridad de la información, a partir del momento en que se generó por primera vez en su forma definitiva, como mensaje de datos.

Se considera que un mensaje de datos permanece íntegro, si se mantiene completo e inalterable su contenido, salvo algún cambio de forma, propio del proceso de comunicación, archivo o presentación.

Por acuerdo de las partes y cumpliendo con todas las obligaciones previstas en esta Ley, se podrán desmaterializar los documentos que por ley deban ser instrumentados físicamente;

Los documentos desmaterializados deberán contener las firmas electrónicas correspondientes debidamente certificadas ante una de las entidades autorizadas según lo dispuesto en el artículo 29 de la presente Ley, y deberán ser conservados conforme a lo establecido en el artículo siguiente.

a) **Momento de emisión del mensaje de datos.**- Cuando el mensaje de datos ingrese en un sistema de información o red electrónica que no esté bajo control del emisor o de la persona que envió el mensaje en nombre de éste o del dispositivo electrónico autorizado para el efecto.

b) **Momento de recepción del mensaje de datos.**- Cuando el mensaje de datos ingrese al sistema de información o red electrónica señalado por el destinatario.

Si el destinatario designa otro sistema de información o red electrónica, el momento de recepción se presumirá aquel en que se produzca la recuperación del mensaje de datos. De no haberse señalado un lugar preciso de recepción, se entenderá que ésta ocurre cuando el mensaje de datos ingresa a un sistema de información o red electrónica del destinatario, independientemente de haberse recuperado o no el mensaje de datos.

2.8. Tributo (Obligaciones Tributarias)

(Menéndez A. ,2009) menciona: “Desde una perspectiva estrictamente constitucional el tributo constituye una prestación patrimonial de carácter público que se satisface a los entes públicos con la finalidad de contribuir al sostenimiento de los gastos públicos, y grava un presupuesto de hecho o hecho imponible revelador de capacidad económica fijado en la ley”.

Se ha hecho referencia a éste autor ya que en su definición menciona que los tributos son los ingresos públicos que el Estado los obtiene mediante prestaciones en dinero como consecuencia de la realización del hecho imponible obteniendo así recursos para el cumplimiento de sus fines.

2.8.1. Naturaleza y características

a) Carácter coactivo

El carácter coactivo de los tributos está presente en su naturaleza desde los orígenes de esta figura. Supone que el tributo se impone unilateralmente por los entes públicos, de acuerdo con los principios constitucionales y reglas jurídicas aplicables, sin que concurra la voluntad del obligado tributario, al que cabe impeler coactivamente al pago.

Debido a este carácter coactivo, y para garantizar la auto imposición, principio que se remonta a las reivindicaciones frente a los monarcas medievales y que está en el origen de los Estados constitucionales, en Derecho tributario rige el principio de legalidad. En virtud del mismo, se reserva a la ley la determinación de los componentes de la obligación tributaria o al menos de sus elementos esenciales.

b) Carácter pecuniario

Si bien en sistemas pre modernos existían tributos consistentes en pagos en especie o prestaciones personales, en los sistemas tributarios

capitalistas la obligación tributaria tiene carácter dinerario. Pueden, no obstante, mantenerse algunas prestaciones personales obligatorias para colaborar a la realización de las funciones del Estado, de las que la más destacada es el servicio militar obligatorio.

En ocasiones se permite el pago en especie: ello no implica la pérdida del carácter pecuniario de la obligación, que se habría fijado en dinero, sino que se produce una dación en pago para su cumplimiento; las mismas consideraciones son aplicables a aquellos casos en los que la Administración, en caso de impago, proceda al embargo de bienes del deudor.

c) Carácter contributivo

El carácter contributivo del tributo significa que es un ingreso destinado a la financiación del gasto público y por tanto a la cobertura de las necesidades sociales. A través de la figura del tributo se hace efectivo el deber de los ciudadanos de contribuir a las cargas del Estado, dado que éste precisa de recursos financieros para la realización de sus fines.

2.8.2. Tipos de tributos

a) Impuestos

Los impuestos son tributos cuyo hecho imponible se define sin referencia a servicios prestados o actividades desarrolladas por la Administración Pública. Una definición más estricta señala que los impuestos son aquellos tributos que no tienen una vinculación directa con la prestación de un servicio público o la realización de una obra pública.

En los impuestos, el hecho imponible está constituido por negocios, actos o hechos que ponen de manifiesto la capacidad contributiva del contribuyente. Son los más importantes por el porcentaje que suponen del total de la recaudación pública.

b) Tasas

Generalmente se denominan tasas a los tributos que gravan la realización de alguno de los siguientes hechos imponibles:

- ❖ La utilización privativa o el aprovechamiento especial del dominio público.
- ❖ La prestación de servicios públicos.
- ❖ La realización de actividades en régimen de Derecho público.

c) Contribuciones especiales

Las contribuciones especiales o contribuciones de mejora son tributos cuyo hecho imponible consiste en la obtención por el obligado tributario de un beneficio o de un aumento de valor de sus bienes como consecuencia de la realización de obras públicas o del establecimiento o ampliación de servicios públicos.

d) Cotizaciones

Se denomina cotización a las cuantías que los trabajadores deben ingresar al estado en concepto de aportación a la seguridad social.

2.9. Servicios

(Stanton & Etzel & Walker, 2004) definen: “Los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”.

Se ha hecho referencia a estos autores ya que mencionan que un servicio es una actividad intangible los mismos que no son transportables ni almacenables surgen de una transacción que brindará a los clientes la satisfacción de una necesidad o deseo.

2.9.1. Características de los Servicios

Las características que poseen los servicios y que los distinguen de los productos son:

a) Intangibilidad

Esta es la característica más básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación

b) Heterogeneidad (o variabilidad)

Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

c) Inseparabilidad

En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

d) Perfectibilidad

Los servicios no se pueden almacenar, por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento, por ejemplo un vuelo con un asiento vacío en un vuelo comercial.

e) Ausencia de propiedad

Los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo. Luego de la prestación sólo existen como experiencias vividas.

2.9.2. Principios del servicio

2.9.2.1. Principios básicos del servicio

Los principios básicos del servicio son la subyacente de éste, que sirven para entenderlo y a su vez aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa.

- a)** Actitud de servicio: Convicción íntima de que es un honor servir.
- b)** Satisfacción del usuario: Es la intención de vender satisfacción más que productos.
- c)** Dado el carácter transitorio, inmediatesta y variable de los servicios, se requiere una actitud positiva, dinámica y abierta: esto es, la filosofía de “todo problema tiene una solución”, si se sabe buscar.
- d)** Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas: es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.
- e)** El buen servidor es quien dentro de la empresa se encuentra satisfecho, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes: pedir buenos servicios a quien se siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa, es pedir lo imposible.
- f)** Tratando de instituciones de autoridad, se plantea una continuidad que va desde el polo autoritario (el poder) hacia el polo democrático (el servicio): en el polo autoritario hay siempre el riesgo de la prepotencia y del mal servicio. Cuanto más nos alejemos del primer polo, mejor estaremos.

2.10. Cyber café.

(Fundación Santa María, 2003) menciona: “Local público donde se puede comer y beber con derecho a conectarse a internet, se refiere a las formas de pensamiento y actividades relacionadas con las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y principalmente a las redes de comunicación mundiales.”

De acuerdo con el autor antes mencionado un Cybercafé o Cibercafé es un lugar público donde se prestan servicios ya sea para el uso de Internet o paquetes informáticos como Word, ilustradores, juegos en red, grabación de CD o DVD mediante la prestación de computadores que se encuentran conectados en red, al que se puede acceder mediante el pago de una tarifa monetaria previamente establecida en el mercado por la competencia y usuarios.

2.10.1. El cibercafé como negocio

En la actualidad, gracias a la masificación de Internet en muchos países, los cibercafé se han convertido en negocios muy populares. Sin embargo, la sobreoferta, la competencia desleal y la caída de los precios han hecho que el sector haya sufrido una importante crisis, razón por la cual muchos negocios se han visto avecinados al cierre.

Otra circunstancia que ha puesto en la mira de las autoridades a los cafés Internet es el aumento de delitos informáticos realizados desde estos sitios de acceso público, donde se dificulta el control del usuario. Además, con el acceso libre a páginas pornográficas sin tener filtros adecuados para menores de edad, se ha impuesto la moda de las cabinas privadas lo cual propicia aún más el acceso a éstas páginas.

2.10.2. Tipos de cibercafé

a) Enfocado hacia el juego

Este tipo de cyber-sala se caracteriza por una clientela joven que acude para jugar en red con otros jugadores (normalmente conocidos o amigos) o bien solos (jugar con la computadora). Requieren ordenadores potentes, debido a las exigencias de los juegos modernos, y una mayor renovación de equipos, ya que constantemente salen al mercado nuevos juegos que

necesitan mayor potencia o calidad gráfica. Permiten una innovación constante en las tecnologías.

b) Enfocado hacia el uso de Internet

Disponen de ordenadores para poder navegar por Internet en un ambiente generalmente tranquilo y relajado.

Los equipos no tienen que ser tan potentes como en el caso anterior, pero deben configurarse adecuadamente para impedir un mal uso de éstos, como instalación de programas que puedan causar daños al equipo.

Se aconseja no conectar más de ocho cámaras web para el uso de videoconferencia.

Este tipo de local orienta el negocio a un público universitario o a extranjeros. Es el complemento ideal a los locutorios, pues ambos compiten por el mismo público objetivo. Los ordenadores son más baratos y permite tener a cargo del cibercafé a una persona menos calificada.

Es recomendable el máximo nivel de protección posible.

2.10.3. Usuarios

Hoy día, los mayores usuarios de los cibercafés son los jóvenes que suelen reunirse en ellos para acceder a videojuegos en red. También son frecuentados por gente que tiene controlado el acceso a Internet en su trabajo y no tiene alternativas de consulta en sus hogares, por estudiantes y padres que requieren asesoría en búsquedas de información, por viajeros que encuentran en los cibercafés la posibilidad de tener una vía para comunicarse con sus familiares y amigos y por cualquier otra persona que requiera acceso a Internet y sus servicios de forma rápida y barata.

2.10.4. Café en los cibercafés

Aunque en muchos países el concepto de café propiamente dicho no es la constante, todavía hay muchos de estos negocios que permiten la

venta y consumo de comida y bebida, incluido el café. Tal vez el nombre de café viene asociado a los antiguos cafés, donde la gente se reunía para intercambiar opiniones con sus amigos y conocidos, y como tal es sólo una evolución natural favorecida por la tecnología. Muchos cibercafés se llaman así aunque no vendan ningún alimento ni tampoco ninguna bebida.

2.10.5. Software de administración

Para la administración y el control de un cibercafé se puede encontrar software libre o comercial, lo cual permite gestionar, administrar el tiempo de uso, manejar stock de productos, bloquear equipos y manejar la contabilidad. Además permite llevar una base de datos de clientes de los que asisten con mayor frecuencia, al recibir beneficios por cada promoción y hacer mercadotecnia de fidelización.

2.11. Copias.

(<http://definicion.de/copia/> . , 2011)define: “Copia es la acción de copiar (reproducir con exactitud y fidelidad, imitar, repetir). Es posible copiar a través de un medio mecánico (como una fotocopidora) o de manera artesanal (tratar de dibujar a mano lo que aparece en un cuadro)”.

Haciendo referencia al autor antes mencionado la copia es un documento obtenido de manera mecánica o manual de forma exacta al original ya sea de manera legal o prohibida.

2.12. Impresiones

(<http://definicion.de/impresion/> 2011): “Del latín impressio, impresión es la acción y efecto de imprimir (marcar letras y otros caracteres gráficos en un papel u otra materia, estampar

un sello, fijar una idea o sentimiento en el ánimo, introducir algo con fuerza en otra cosa, dar una característica a algo). El concepto se utiliza para nombrar al proceso que consiste en la producción de textos e imágenes. Para esto suele aplicarse tinta sobre un papel mediante una impresora o una prensa...

De acuerdo con la definición expuesta anteriormente se puede decir que la impresión es la acción y efecto de plasmar letras, gráficos ya sea en papel o en otro material mediante el uso de una impresora o prensa junto con la ayuda de la tinta o en seco haciendo presión para poder observar el resultado.

2.13. Internet

(GARCÍA & SONGEL, 2004) mencionan: “trabajo en red global que permite a los ordenadores toda clase comunicación transparente y posibilidad de compartir servicios en todo el mundo. También valoran la capacidad entre la gente y las organizaciones que internet tiene de compartir los recursos de información, conocimiento y de intentar colaborar y cooperar entre las diferentes comunidades”.

De acuerdo con la definición expuesta anteriormente el internet es una herramienta de comunicación a través de un medio como es un cable, fibra óptica, línea telefónica entre otras con la finalidad de compartir información y ampliar la cobertura con el uso de un lenguaje común que utilizan las computadoras.

2.14. Asistencia técnica para computadores (mantenimiento de computadores)

(Guzmán, 2005), define: “Se puede definir el Mantenimiento del PC como una serie de rutinas periódicas que debemos realizar a la PC, necesarias para que la computadora ofrezca un rendimiento óptimo y eficaz a la hora de su funcionamiento. De esta forma podemos prevenir o detectar cualquier falla que pueda presentar el computador”.

De acuerdo al autor antes mencionado se puede definir al mantenimiento de una computadora como una secuencia de procesos de forma periódica y necesaria para que una procesadora pueda trabajar de manera óptima sin emitir mensajes de error.

2.15. Asesoría en diseño y elaboración de proyectos.

2.15.1. Asesoría

(<http://www.definicionabc.com/general/asesoria.php>, 2010) menciona: “La asesoría es una actividad muy común por estos días, pero informalmente utilizada desde tiempos inmemoriales por el hombre, mediante la cual se le brindará el apoyo necesario a las personas que así lo requiriesen para que puedan desarrollar diferentes actividades, motivos de la consulta y finalmente, a través del trabajo que la asesoría en cuestión le brinde, poder lograr la comprensión de diferentes situaciones en las cuales se halla la persona o institución que solicita asesoría, judiciales, económicas, políticas, financieras, inmobiliarias, entre otras”.

2.15.2. Diseño

(<http://definicion.de/disenos/>, 2010) define: “Del italiano disegno, la palabra diseño se refiere a la traza o delineación de un edificio o de una figura. Se trata, por ejemplo, de la concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. También puede referirse a un proyecto o plan, a la descripción verbal de algo, a la disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan a animales y plantas, y a la forma de los objetos”.

2.15.3. Elaborar

(<http://www.definicionabc.com/social/elaboracion.php>, 2010) define: “Para comprender el significado del término ‘elaboración’ podemos decir que tal es el proceso de trabajo, construcción y preparación de materiales, objetos u cosas para transformarlas en elementos de mayor complejidad. La elaboración puede darse sobre materias primas y otros objetos materiales, como también en espacios teóricos como cuando se habla de elaboración de hipótesis, discursos o teorías. La elaboración es entonces la primer instancia de construcción de cualquier tipo de producto humano ya que es en ella en la cual se da forma a lo que posteriormente se transformará en el resultado de la operación”.

2.15.4. Proyectos

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto>, 2010) define: “Un proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida, para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas

prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada”.

Entonces de acuerdo con las definiciones que se presentan anteriormente de los diferentes autores podemos unificar y hacer una sola que se acople a nuestras necesidades como es Asesoría en diseño y elaboración de proyectos. Se define a la asesoría de diseño y elaboración de proyectos el prestar ayuda necesaria mediante la descripción verbal del documento a realizarse mediante la investigación, construcción y obtención de recursos tanto materiales como económicos siguiendo un proceso cuya finalidad es lograr los objetivos planteados dentro de un lapso de tiempo.

2.16. Cursos y charlas (Cursos de capacitación)

2.16.1. Definición de capacitación.

(SILICEO A. 2004) menciona: “La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades actitudes del colaborador”.

De acuerdo con la definición denotada anteriormente la capacitación es una actividad educativa a corto plazo que le permite obtener nuevos conocimientos a la persona que lo requiera o a su vez actualizar lo que ya sabía, esto se produce en base a una necesidad, mediante la consecución de procesos y objetivos a alcanzar.

CAPÍTULO III

Estudio de Mercado.

3.1. Presentación.

En los últimos tiempos se ha vuelto indispensable y necesario realizar estudios de mercado para identificar las necesidades de la población en lo relacionado a productos o servicios, con el propósito de conocer si son aceptados o rechazados. Tomando en cuenta que existen otras empresas que se encuentran brindando un producto y/o servicio similar o sustituto.

El estudio de mercado analizó la factibilidad de instalar un consorcio con servicios de Asesoría Tributaria y Contable, Cyber-café, copias, impresiones e internet, Asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos, Asistencia técnica para computadores, Actualización de conocimientos mediante cursos y charlas. Estos servicios contribuirán al mejoramiento de la productividad de las microempresas, a través de la transferencia de tecnología y asesoramiento permanente a los propietarios de los negocios. Lo que fomentará el crecimiento económico del cantón, a través de una administración adecuada que genere rentabilidad y reinversión de sus utilidades.

El objetivo del estudio de mercado estuvo dirigido a determinar el nivel de oferta, demanda y precios de los servicios que pretende implementar el consorcio.

Como toda empresa que desea participar en el mercado, fijó como mercado meta a los microempresarios del cantón Montúfar. La segmentación se realizó en forma geográfica, por lo que el estudio se realizó en las parroquias urbanas del cantón.

Para diseñar los instrumentos de investigación se consideró el objetivo del estudio de mercado, las variables e indicadores que contribuyeron a analizar los servicios, plaza, promoción, oferta, demanda y calidad de servicio al cliente.

3.2. Identificación del Producto o Servicio.

3.2.1. Servicios Tributarios y Contables

El servicio procesará información contable de empresas, asesoría y charlas de actualización de conocimientos para que los comerciantes tengan una idea clara de cómo manejar los negocios y sus recursos económicos, a través de un registro contable de ingresos y egresos.

El servicio tributario consistirá en realizar asesoría a través de cursos y charlas, sobre el pago de impuestos, elaboración de facturas, cálculo del IVA, retenciones, manera de llenar formularios y entrega de documentación al SRI.

3.2.2. Servicios de Cyber-Café, copias, impresiones e Internet.

Este servicio está dirigido al alquiler de computadores para la elaboración de deberes y consultas, mediante internet o uso de otras aplicaciones que forman parte de Microsoft Office o de Windows. Como también la impresión de documentos, y fotocopias.

3.2.3. Servicios de Asistencia Técnica para Computadores.

La asistencia técnica para el mantenimiento de computadores, se realizará en el consorcio y si el caso lo amerita en el domicilio del cliente. Este servicio consistirá en la actualización de programas, antivirus, aplicaciones y accesorios.

3.2.4. Servicios de Diseño y Elaboración de Proyectos

En la actualidad es indispensable el diseño y elaboración de proyectos para determinar la factibilidad de implementar un negocio. El inversionista disminuirá notablemente el riesgo, si conoce la demanda del producto o servicio que pretende introducir al mercado. Además de conocer la rentabilidad de la inversión en un horizonte de cinco años.

3.2.5. Servicios de Cursos y Charlas.

Este servicio permite llegar a la población con cursos de capacitación de diversas temáticas de acuerdo a las necesidades del cliente. Básicamente comprenderá cursos y charlas sobre Microsoft office, relaciones humanas, Leyes y reglamentos tributarios, contables, entre otros.

3.3. Mercado Meta.

El mercado meta del Consorcio a implementarse constituyen los microempresarios del cantón Montufar que tienen necesidad de potenciar sus negocios, a través del servicio de asesoría en Tributación y Contabilidad, Diseño y elaboración de proyectos, Servicio de Cyber –café entre otros. (Ver Anexo N° 7)

3.4. Segmento del Mercado

Corresponde la división del mercado total del Consorcio en servicios específicos, de acuerdo a las necesidades de los grupos de población urbana del cantón Montufar y su zona de influencia. Para el Cyber-café, se ha considerado la población de 5 a 24 años, para el servicio de copias e impresiones de 10 a 49 años, para el servicio de mantenimiento de computadoras de 15 a 54 años; y para el servicio de tributación, contabilidad, diseño y elaboración de proyectos, cursos y charlas los 1056 microempresarios, cuyo nivel socio-económico es medio-alto. (Ver Anexo N° 18, 19,20)

3.5. Identificación de Oferta y Demanda

3.5.1. Servicios Tributarios

a) Identificación de la Oferta

Los servicios tributarios ofertan tres empresas que actualmente se encuentran en marcha en la ciudad de San Gabriel. Cada una tiene una capacidad promedio de generar tres servicios tributarios por día, lo que no abastece los requerimientos de los potenciales usuarios. (Ver Anexo 7 Marcas y patentes).

Tabla N° 26: Oferta de Asesoría Tributaria

Oferta	Cantidad de empresas	Frecuencia	Diario	5	2	2	3	2	2
				Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cantidad anual
Asesoría Tributaria	3	8	24	120	240	480	1.440	2.880	5.760
Cantidad Ofertada				5.760					

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se realizó de acuerdo a la fórmula del monto.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 5.760$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1 al 5})$$

Tabla N° 27: Proyección de la Oferta de Asesoría Tributaria

Año	Oferta
2012	5.760
2013	5.887
2014	6.016
2015	6.149
2016	6.284

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

c) Identificación de la Demanda

La demanda del servicio de asesoría tributaria, constituye la cantidad de servicios que necesitan los 1056 microempresarios de la ciudad de san Gabriel y su sector de influencia.

Para ello se ha tomado en cuenta la frecuencia de uso del servicio multiplicando la frecuencia por 302 días laborables sin tomar en cuenta festivos y feriados, 52 semanas, 26 quincenas, 12 meses, 4 trimestres, 2 semestres, 1 año respectivamente.

Y la necesidad por cliente que son tres horas para equilibrar con la oferta que tenemos en número de horas y no por número de clientes.

Tabla N° 28: Demanda de Asesoría Tributaria

Asesoría Tributaria	Cantidad de usuarios	Tiempo	Total
Diario	0	302	0
Semanal	26	52	1.352
Quincenal	0	26	0
Mensual	100	12	1.200
Trimestral	50	4	200
Semestral	25	2	50
Anual	0	1	0
Total	201		2.802
Necesidad por cliente		3 horas	
Cantidad demandada		8.406 horas	

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$C_n = C_0 (1+i)^n$$

$$C_0 = 8.406$$

$$i = 2,20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 29: Proyección Demanda de Asesoría Tributaria

Año	Demanda
2012	8.406
2013	8.591
2014	8.780
2015	8.973
2016	9.170

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

e) Balance Oferta - Demanda

La demanda potencial estimada para el año 2013 es de 2.704 servicios. Por lo que es viable la creación del consorcio Ibujés&Asociados en la ciudad de San Gabriel.

Tabla N° 30: Balance Oferta-Demanda de Asesoría Tributaria

Año	Oferta	Demanda	Demanda Potencial
2012	5.760	8.406	2.646
2013	5.887	8.591	2.704
2014	6.016	8.780	2.764
2015	6.149	8.973	2.825
2016	6.284	9.170	2.887

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

f) Análisis de precios.

Para la Fijación de precios del servicio de asesoría tributaria, se tomaron en cuenta los costos de operación del consorcio; pero sobre todo el precio de competencia, para analizar la viabilidad de implementar este servicio y conocer el índice de rentabilidad. Para determinar el importe del servicio se consideró el resultado de precios de tres empresas; obteniendo un valor promedio, con el que operará la empresa.

Tabla N° 31: Análisis de precios

Empresa	Precios
1	15
2	20
3	25
Promedio	20

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

g) Proyección de Precios

La proyección de precios se realizó de acuerdo a la fórmula que se presenta a continuación.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 20$$

$$i = 3, 80\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1 al 5})$$

Tabla N° 32: Análisis de precios

Año	Precios
2012	20,00
2013	20,76
2014	21,55
2015	22,37
2016	23,22

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

3.5.2. Servicios Contables

a) Identificación de la Oferta

La oferta de servicios contables en la ciudad de San Gabriel la ofrecen tres empresas que actualmente se encuentran en marcha. Cada empresa tiene una capacidad promedio de generar dos servicios contables por día, frente a una necesidad mayor de la población.

Tabla N° 33: Oferta de Asesoría Contable

Oferta	Cantidad de empresas	Frecuencia	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cantidad anual
Asesoría Contable	3	8	24	120	240	480	1.440	2.880	5.760
Cantidad Ofertada					5.760				

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se empleó la fórmula que se describe a continuación.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 5.760$$

$$i = 2, 20\%$$

n= (número de periodos del 1 al 5)

Tabla N° 34: Proyección Oferta de Asesoría Contable

Año	Oferta
2012	5.760
2013	5.887
2014	6.016
2015	6.149
2016	6.284

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

c) Identificación de la Demanda

Para el servicio de asesoría contable existen 1056 microempresarios, que se constituirán en los clientes potenciales del Consorcio Ibijés&Asociados. En la investigación de campo se conoció la satisfacción de los comerciantes por la implementación de este servicio en la Ciudad de San Gabriel y su sector de influencia.

Tabla N° 35: Demanda de Asesoría Contable

Asesoría Contable	Cantidad de usuarios	Tiempo	Total
Diario	0	302	0
Semanal	50	52	2.600
Quincenal	0	26	0
Mensual	100	12	1.200
Trimestral	50	4	200
Semestral	0	2	0
Anual	0	1	0
Total	200		4.000
Necesidad por cliente			3 horas
Cantidad demandada			12.000 horas

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$C_n = C_0 (1+i)^n$$

$$C_0 = 12.000$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1 al 5})$$

Tabla N° 36: Proyección Demanda de Asesoría Contable

Año	Demanda
2012	12.000
2013	12.264
2014	12.534
2015	12.810
2016	13.091

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

e) Balance Oferta - Demanda

La demanda potencial estimada para el año 2013 es de 6.377 servicios de asesoría contable, dando viabilidad a la creación del Consorcio Ibijés&Asociados en la ciudad de San Gabriel.

Tabla N° 37: Balance Oferta-Demanda Asesoría Contable

Año	Oferta	Demanda	Demanda Potencial
2012	5.760	12.000	6.240
2013	5.887	12.264	6.377
2014	6.016	12.534	6.518
2015	6.149	12.810	6.661
2016	6.284	13.091	6.808

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

f) Análisis de precios.

Para la fijación de precios de asesoría contable, se tomaron en cuenta los costos de operación del consorcio, y los precios de competencia; con el propósito de determinar la factibilidad de generar este servicio y conocer su índice de rentabilidad. El procedimiento para establecer el precio del servicio, consistió en hacer una sumatoria de precios de tres empresas, seguidamente se calculó la media aritmética, obteniendo un valor promedio que permitirá establecer las estrategias en la operación de este servicio.

Tabla N° 38: Análisis de Precios Asesoría Contable

Empresa	Precios
1	15
2	20
3	25
Promedio	20

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

g) Proyección de Precios

Una vez determinado el precio base del servicio de asesoría contable, se procedió a realizar la proyección para los cinco años de evaluación del proyecto.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 20$$

$$i = 3, 80\%$$

n= (número de periodos del 1al 5)

Tabla N° 39: Proyección Precios Asesoría Contable

Año	Precios
2012	20,00
2013	20,76
2014	21,55
2015	22,37
2016	23,22

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

3.5.3. Servicios de Cyber Café-Internet, Copias e Impresiones.

a) Identificación de la Oferta

La oferta de servicios de Internet, copias e impresiones la realizan 21 empresas que se encuentran en marcha en la ciudad de San Gabriel. Cada una tiene un promedio de 10 máquinas disponibles para atender a los clientes durante 8 horas de trabajo por día.

Tabla N° 40: Oferta de Cyber Café – Internet

Oferta	Cantidad de empresas	Frecuencia	Diario	5	2	2	3	2	2
				Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cantidad anual
Cyber Café - Internet	7	72	504	2.520	5.040	10.080	30.240	60.480	120.960
Cantidad Ofertada				120.960					

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 41: Oferta de Copias e Impresiones

Oferta	Cantidad de empresas	Frecuencia	Diario	5	2	2	3	2	2
				Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cantidad anual
Copias e Impresiones	9	300	2.700	13.500	27.000	54.000	162.000	324.000	648.000
Cantidad Ofertada				648.000					

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta de Cyber Café – Internet, se empleó la fórmula que se presenta a continuación.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 120.960$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 42: Proyección Oferta de Cyber Café - Internet

Año	Oferta
2012	120.960
2013	123.621
2014	126.341
2015	129.120
2016	131.961

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

Para la proyección de la oferta de Copias e impresiones, se empleó la fórmula que se presenta a continuación.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 648.000$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 43: Proyección Oferta Copias e Impresiones

Año	Oferta
2012	648.000
2013	662.256
2014	676.826
2015	691.716
2016	706.934

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

c) Identificación de la Demanda

La demanda del servicio de Internet, copias e impresiones, está constituida por los niños, jóvenes, adultos y el público en general que requiera de este servicio.

Para el uso de internet el segmento de mercado está comprendido entre las edades de 5 a 24 años obteniendo un total de 11.849 personas multiplicado por el 17% que es el porcentaje de frecuencia de uso, obteniendo como resultado 2.014.

Tabla N° 44: Demanda de Cyber Café – Internet

Cyber Café - Internet	Total	%	Tiempo	Total
Diario	1.436	71%	302	433.779
Semanal	435	22%	52	22.615
Quincenal	0	0%	26	0
Mensual	0	0%	12	0
Trimestral	143	7%	4	572
Semestral	0	0%	2	0
Anual	0	0%	1	0
Subtotal	2.014	100%		456.967
Necesidad por cliente			1 hora	
Cantidad demandada en horas				456.967

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

Para el uso de copias e impresiones el rango de usuarios está comprendido entre las edades de 10 a 49 años obteniendo un total de 16.720 personas.

Tabla N° 45: Demanda de Copias e Impresiones

Copias e impresiones	Total	%	Tiempo	Total
Diario	13.403	80%	302	4.047.567
Semanal	3.317	20%	52	172.508
Quincenal	0	0%	26	0
Mensual	0	0%	12	0
Trimestral	0	0%	4	0
Semestral	0	0%	2	0
Anual	0	0%	1	0
Subtotal	16.720	100%		4.220.075
Cantidad demandada				4.220.075

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda del servicio de Cyber Café – Internet, se siguió el siguiente procedimiento:

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 456.967$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 46: Proyección de la Demanda de Cyber Café - Internet

Año	Demanda
2012	456.967
2013	467.020
2014	477.294
2015	487.795
2016	498.526

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

Fórmula:

$$C_n = C_0 (1+i)^n$$

$$C_0 = 4.220.075$$

$$i = 2, 20\%$$

n= (número de periodos del 1al 5)

Tabla N° 47: Proyección de la Demanda de Copias e Impresiones

Año	Demanda
2012	4.220.075
2013	4.312.917
2014	4.407.801
2015	4.504.772
2016	4.603.877

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

e) Balance Oferta – Demanda

La demanda potencial estimada del servicio de Cyber Café-Internet para el año 2012 es de 343.399 y del servicio de copias e impresiones es 3.650.661. Por lo que es factible la creación del Consorcio Ibujés&Asociados en la ciudad de San Gabriel.

Tabla N° 48: Balance Oferta-Demanda Cyber Café - Internet

Año	Oferta	Demanda	Demanda Potencial
2012	120.960	456.967	336.007
2013	123.621	467.020	343.399
2014	126.341	477.294	350.954
2015	129.120	487.795	358.675
2016	131.961	498.526	366.566

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 49: Balance Oferta-Demanda Copias e Impresiones

Año	Oferta	Demanda	Demanda Potencial
2012	648.000	4.220.075	3.572.075
2013	662.256	4.312.917	3.650.661
2014	676.826	4.407.801	3.730.975
2015	691.716	4.504.772	3.813.057
2016	706.934	4.603.877	3.896.944

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

f) Análisis de precios.

Para la Fijación de precios de Cyber Café-Internet, copias e impresiones se tomaron en cuenta los costos de operación del consorcio, y precios de competencia. Estos factores permitieron analizar la viabilidad de generar este servicio y conocer el nivel de rentabilidad.

Tabla N° 50: Análisis de precios de Cyber Café - Internet

Empresa	Precios
1	1,00
2	0,80
3	0,60
4	0,70
5	0,60
Promedio	0,74

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 51: Análisis de precios Copias e Impresiones

Empresa	Precios
1	0,03
2	0,02
3	0,05
4	0,10
5	0,05
Promedio	0,05

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

g) Proyección de Precios

La proyección de precios se realizó de acuerdo a la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 0,74$$

$$i = 3,80\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 52: Proyección de precios de Cyber Café – Internet

Año	Precios
2012	0,74
2013	0,77
2014	0,80
2015	0,83
2016	0,86

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 0,05$$

$$i = 3,80\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 53: Proyección de precios Copias e Impresiones

Año	Precios
2012	0,050
2013	0,052
2014	0,054
2015	0,056
2016	0,058

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

3.5.4. Servicios de Asistencia Técnica para Computadores.

a) Identificación de la Oferta

En la actualidad, la oferta de servicio de asistencia técnica para computadores la realizan 6 empresas. Si se toma en cuenta que para dar mantenimiento a una máquina se ocupan cinco horas en promedio, la capacidad de cada empresa sería de 1,6 servicios por día.

Tabla N° 54: Oferta Asistencia Técnica para Computadores

Oferta	Cantidad de empresas	Frecuencia	Diario	5	2	2	3	2	2
				Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cantidad anual
Asistencia técnica para computadores	6	1	6	30	60	120	360	720	1.440
Cantidad Ofertada				1.440					

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

b) Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se empleó la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 1.440$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 55: Proyección Oferta Asistencia Técnica para Computadores

Año	Oferta
2012	1.440
2013	1.472
2014	1.504
2015	1.537
2016	1.571

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

c) Identificación de la Demanda

La demanda del servicio de Asistencia técnica para computadores está constituida por 14.465 personas; entre microempresarios, estudiantes y clientes que necesiten hacer un mantenimiento a sus equipos de cómputo. Obtenido de la sumatoria del rango de edades desde 15 a 54 años. Aplicando un porcentaje de frecuencia del 13% dando como resultado 1.907.

Tabla N° 56: Demanda Asistencia Técnica para Computadores

Asistencia técnica para computadores	Total	%	Tiempo	Total
Diario	0	0%	302	0
Semanal	0	0%	52	0
Quincenal	0	0%	26	0
Mensual	0	0%	12	0
Trimestral	420	22%	4	1.681
Semestral	849	44%	2	1.697
Anual	639	33%	1	639
Subtotal	1.907	100%		4.017
Necesidad por cliente	2 horas			
Cantidad demandada en horas				8.033

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda del servicio de asistencia técnica para computadores, se consideró la cantidad del año base 8.033 seguidamente se aplicó la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 8.033$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1 al 5})$$

Tabla N° 57: Proyección Demanda Asistencia Técnica para Computadores

Año	Demanda
2012	8.033
2013	8.210
2014	8.391
2015	8.575
2016	8.764

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

e) Balance Oferta - Demanda

La demanda potencial estimada del servicio de Asistencia Técnica para Computadores para el año 2012 es de 6.738 servicios, lo que viabiliza la incorporación de este servicio al Consorcio Ibijés&Asociados en la ciudad de San Gabriel.

Tabla N°58: Balance Oferta-Demanda Asistencia Técnica para Computadores

Año	Oferta	Demanda	Demanda Potencial
2012	1.440	8.033	6.593
2013	1.472	8.210	6.738
2014	1.504	8.391	6.887
2015	1.537	8.575	7.038
2016	1.571	8.764	7.193

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

f) Análisis de precios.

Para determinar los precios de Asistencia técnica para computadores, se tomo en cuenta los costos de operación del consorcio y los precios de competencia.

Tabla N° 59: Análisis de precios Asistencia Técnica para Computadores

Empresa	Precios
1	25
2	15
3	20
4	18
5	22
Promedio	20

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

g) Proyección de Precios

Una vez determinado el precio base del servicio de Asistencia Técnica para computadores, como resultado de la sumatoria y promedio de precios de cinco empresas se aplicó la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 20$$

$$i = 3, 80\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1 al 5})$$

Tabla N° 60: Proyección de precios Asistencia Técnica para Computadores

Año	Precios
2012	20,00
2013	20,76
2014	21,55
2015	22,37
2016	23,22

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

3.5.5. Servicios de Asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos

a) Identificación de la Oferta

La oferta de servicios de asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos la realizan dos empresas en el cantón Montufar, las mismas que operan en modalidades de trabajo por hora.

Tabla N° 61: Oferta Diseño y Elaboración de Proyectos

Oferta	Cantidad de empresas	Frecuencia	Diario	5	2	2	3	2	2
				Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cantidad anual
Diseño y elaboración de proyectos	2	8	16	80	160	320	960	1.920	3.840
Cantidad Ofertada				3.840					

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se realizó de acuerdo a la fórmula del monto, una vez determinado la cantidad base al año 2011.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 3840$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1 al 5})$$

Tabla N° 62: Proyección Oferta Diseño y Elaboración de Proyectos

Año	Oferta
2012	3.840
2013	3.924
2014	4.011
2015	4.099
2016	4.189

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

c) Identificación de la Demanda

La demanda del servicio de Diseño y Elaboración de Proyectos está constituida por 1.941 clientes, integrados por empresas públicas, privadas y público en general.

Tabla N° 63: Demanda Asesoría Diseño y Elaboración de Proyectos

Diseño y elaboración de proyectos	Total	%	Tiempo	Total
Diario	0	0%	302	0
Semanal	274	14%	52	14.256
Quincenal	0	0%	26	0
Mensual	285	15%	12	3.421
Trimestral	559	29%	4	2.237
Semestral	548	28%	2	1.097
Anual	274	14%	1	274
Subtotal	1.941	100%		21.285
Necesidad por cliente			4 horas	
Cantidad demandada en horas				85.141

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de la demanda

Para la proyección de la demandase determinó la cantidad base y se aplicó la formula siguiente.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 85141$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1 al 5})$$

Tabla N° 64: Proyección Demanda Diseño y Elaboración de Proyectos

Año	Demanda
2012	85.141
2013	87.014
2014	88.928
2015	90.885
2016	92.884

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

e) Balance Oferta - Demanda

La demanda potencial insatisfecha del servicio de Diseño y elaboración de Proyectos estimada para el año 2012 es de 18170 servicios. Por lo que es viable la creación de este servicio en el Consorcio Ibujés&Asociados.

Tabla N° 65: Balance Oferta-Demanda Diseño y Elaboración de Proyectos

Año	Oferta	Demanda	Demanda Potencial
2012	3.840	85.141	81.301
2013	3.924	87.014	83.089
2014	4.011	88.928	84.917
2015	4.099	90.885	86.786
2016	4.189	92.884	88.695

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

f) Análisis de precios.

Para la fijación del precio del servicio de asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos, se tomó en cuenta los costos de operación del servicio, pero sobre todo el precio de competencia.

Tabla N° 66: Análisis de precios Diseño y Elaboración de Proyectos

Empresa	Precios
1	20
2	25
3	30
Promedio	25

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

g) Proyección de Precios

Para la proyección de precios del servicio de Diseño y Elaboración de proyectos se aplicó la fórmula del monto al valor obtenido de la sumatoria y promedio de precios de tres empresas.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 25$$

$$i = 3, 80\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 67: Proyección de precios Diseño y Elaboración de Proyectos

Año	Precios
2012	25,00
2013	25,95
2014	26,94
2015	27,96
2016	29,02

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.
Elaborado por: La Autora

3.5.6. Servicio de Cursos de Capacitación.

a) Identificación de la Oferta

La oferta de servicio de Capacitación en el cantón Montufar, la ofrecen 3 empresas que actualmente se encuentran en operación. Cada una tiene una capacidad de generar un curso de capacitación por mes.

Tabla N° 68: Oferta Cursos de Capacitación

Oferta	Cantidad de empresas	Frecuencia	Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	Trimestral	Semestral	Cantidad anual
Cursos de Capacitación	3	1				3	9	18	36
Cantidad Ofertada	36								

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta del servicio de Capacitación se realizó de acuerdo a la fórmula del monto.

Fórmula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 36$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1al 5})$$

Tabla N° 69: Proyección Oferta Cursos de Capacitación

Año	Oferta
2012	36
2013	37
2014	38
2015	38
2016	39

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

c) Identificación de la Demanda

La población que demanda el servicio de Capacitación, constituyen los 1.056 microempresarios, personas naturales y jurídicas de la ciudad de San Gabriel que requieran de este servicio.

Teniendo en cuenta que la población total del Cantón Montufar es de 28.576 habitantes multiplicada por el 14% de las personas que su frecuencia fue afirmativa obteniendo un total de 4.001, esta cantidad se la dividió para grupos de 36 personas y se obtuvo un total de 111 posibles usuarios.

Tabla N° 70: Demanda Cursos de Capacitación

Demanda de cada servicio	Demanda
Cursos de Capacitación	111

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se consideró la cantidad base de 111 personas, seguidamente se aplicó la fórmula del monto.

Formula:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

$$C_o = 111$$

$$i = 2, 20\%$$

$$n = (\text{número de periodos del 1 al 5})$$

Tabla N° 71: Proyección Demanda Cursos de Capacitación

Año	Demanda
2012	111
2013	114
2014	116
2015	119
2016	121

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

e) Balance Oferta – Demanda

La demanda potencial del servicio de Capacitaciones estimada para el año 2013 es de 77 personas. Por lo que se hace viable la incorporación de este servicio al Consorcio Ibujés&Asociados en la ciudad de San Gabriel.

Tabla N° 72: Balance Oferta- Demanda Cursos de Capacitación

Año	Oferta	Demanda	Demanda Potencial
2012	36	111	75
2013	37	114	77
2014	38	116	78
2015	38	119	80
2016	39	121	82
2017	40	124	84

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

f) Análisis de precios.

Para la fijación de precios del servicio de Capacitación, se consideró los costos de operación del servicio y los precios de competencia. Teniendo en cuenta que este valor es por un total de 35 personas.

Tabla N° 73: Análisis de Precios Cursos de Capacitación

Empresa	Precios
1	1.000
2	1.200
3	1.500
Promedio	1.233

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

En este caso los 1.233 divididos para 35 personas nos da un valor unitario por persona de 35,24 USD.

g) Proyección de Precios

Para la proyección de precios se utilizó la fórmula que se describe a continuación.

$$C_n = C_o * (1+i)^n$$

$$C_o = 1233$$

$$i = 3,80\%$$

n= (número de periodos del 1 al 5)

Tabla N° 74: Proyección de Precios Cursos de Capacitación

		35
Año	Precio Global por curso	Precio Unitario por persona
2012	1.233	35,24
2013	1.280	36,58
2014	1.329	37,97
2015	1.379	39,41
2016	1.432	40,91
2017	1.486	42,46

Fuente: Estudio de mercado, Septiembre 2011.

Elaborado por: La Autora

3.6. Análisis de la Competencia.

Según estudio de mercado realizado en el mes de Junio del 2011 se determinó que en el Cantón Montufar no existe una empresa que brinde una gama de servicios en forma conjunta. Sin embargo se pudo conocer que existen pequeños locales comerciales que brindan servicios similares en forma individual.

En la actualidad existen 7 negocios de servicio de internet, 9 de copias e impresiones; 3 servicios de asesoría tributaria y contable; 2 de servicio de Diseño y Elaboración de proyectos y 6 actividades de servicio de asistencia técnica para computadores.

La capacidad de los servicios profesionales de asesoría tributaria, contable, diseño y elaboración de proyectos, asistencia técnica para computadores, disponen de 8 horas de trabajo diario. Por lo que en

promedio estos negocios estarían en capacidad de atender dos o tres clientes por día. Mientras que en el servicio de copias, impresiones e Internet, la capacidad de atención es diversa.

Los precios de los servicios que prestan las empresas que actualmente se encuentran en operación, tienen una dispersión significativa, si se considera los precios de una empresa a otra.

La calidad de los servicios que brindan actualmente las empresas de asesoría tributaria, contable, internet, copias e impresiones y asistencia técnica para computadores es medianamente satisfactorio; en cambio que los servicios de Diseño y Elaboración de Proyectos no tienen capacidad de cobertura ya que en cada microempresa trabaja un profesional.

Como se puede observar, en la descripción de las empresas que actualmente se encuentran en operación, sus actividades realizan sin ajustarse a normas, procedimientos y estatutos de una estructura organizacional que permita brindar un producto y/o servicio de calidad a los usuarios.

3.7. Conclusión del Estudio de mercado.

Como resultado del estudio de mercado se determinó la oferta y demanda de los servicios que prestará el consorcio en la ciudad de San Gabriel. En cada servicio propuesto se determinó que existe demanda potencial significativa, lo que viabiliza la creación del Consorcio Ibujés&Asociados.

La información recopilada a través del estudio de mercado evidenció que el 93% de los encuestados están de acuerdo con la creación del Consorcio, ya que contribuirá al desarrollo económico del Cantón Montufar, a través del uso de servicios profesionales con nuevas tecnologías que en la actualidad se han vuelto indispensables para las empresas, con el propósito de obtener ventajas competitivas y estar en capacidad de generar rentabilidad a través de la buena gestión empresarial.

CAPITULO IV

Estudio Técnico.

4.1. Localización del proyecto.

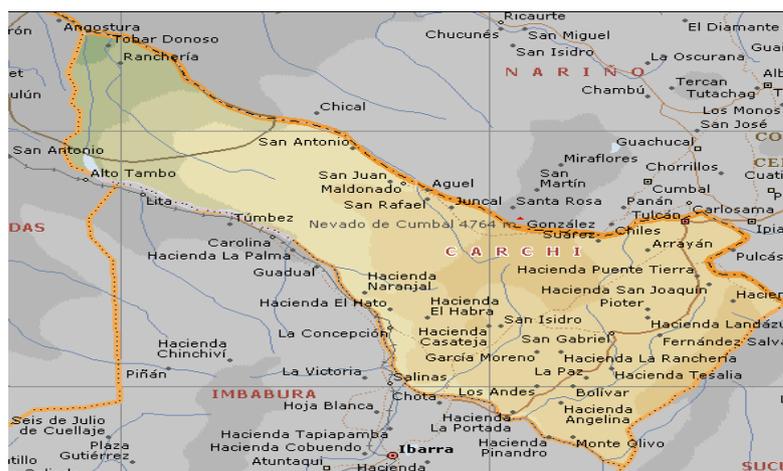
4.1.1. Macro Localización

Gráfico N° 26: República del Ecuador



Fuente: Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2010.

Gráfico N° 27: Provincia Carchi



Fuente: Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2010.

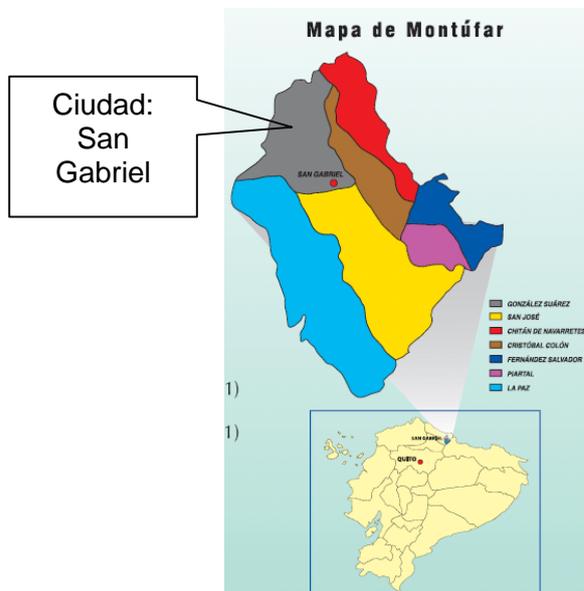
4.1.2. Micro Localización

Gráfico N° 28: Cantón: Montufar



Fuente: Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2010.

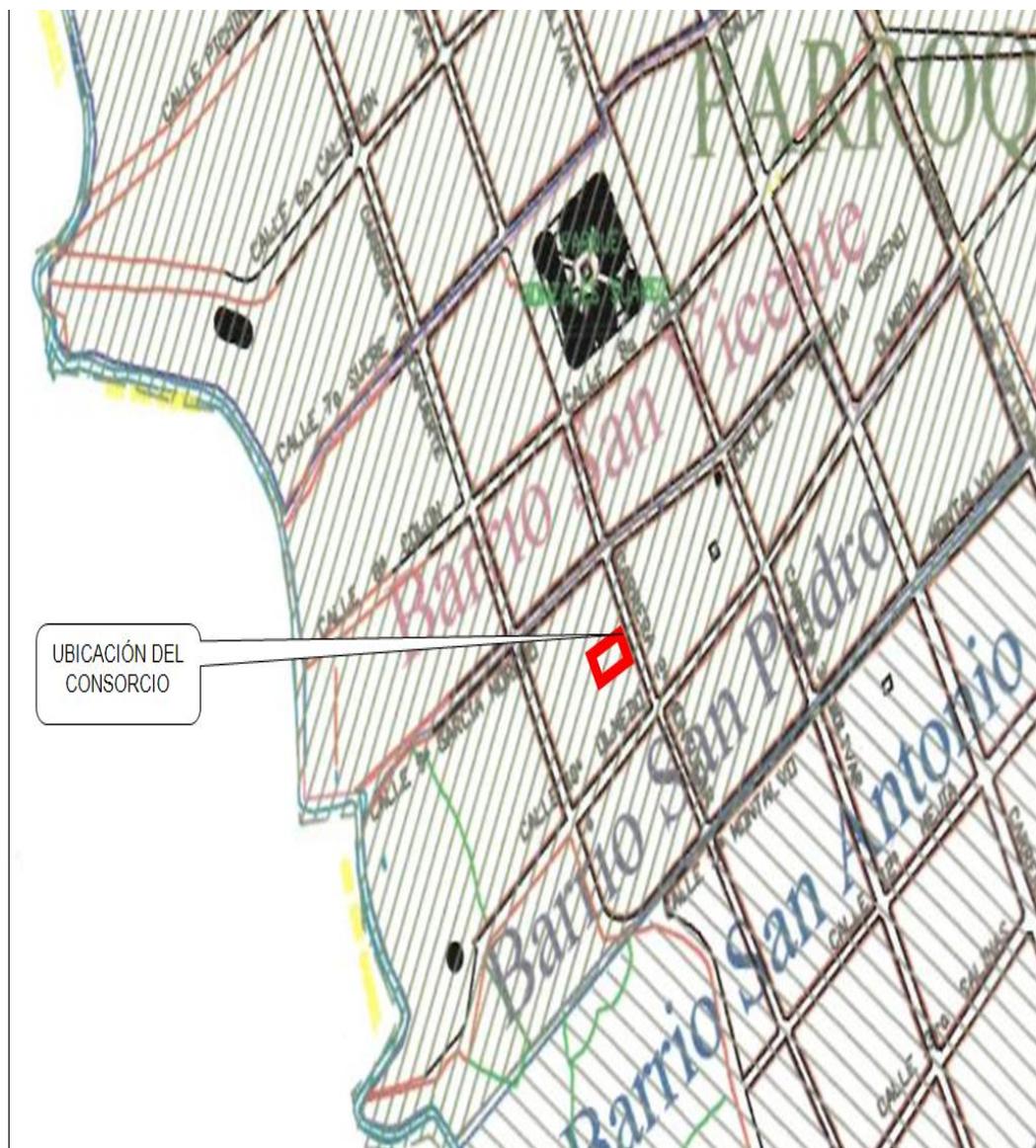
Gráfico N° 29: Ciudad: San Gabriel



Fuente: Biblioteca de consulta Microsoft Encarta 2010.

4.2. Ubicación de la planta (Centro Productivo)

Gráfico N° 30: Croquis de ubicación del consorcio.

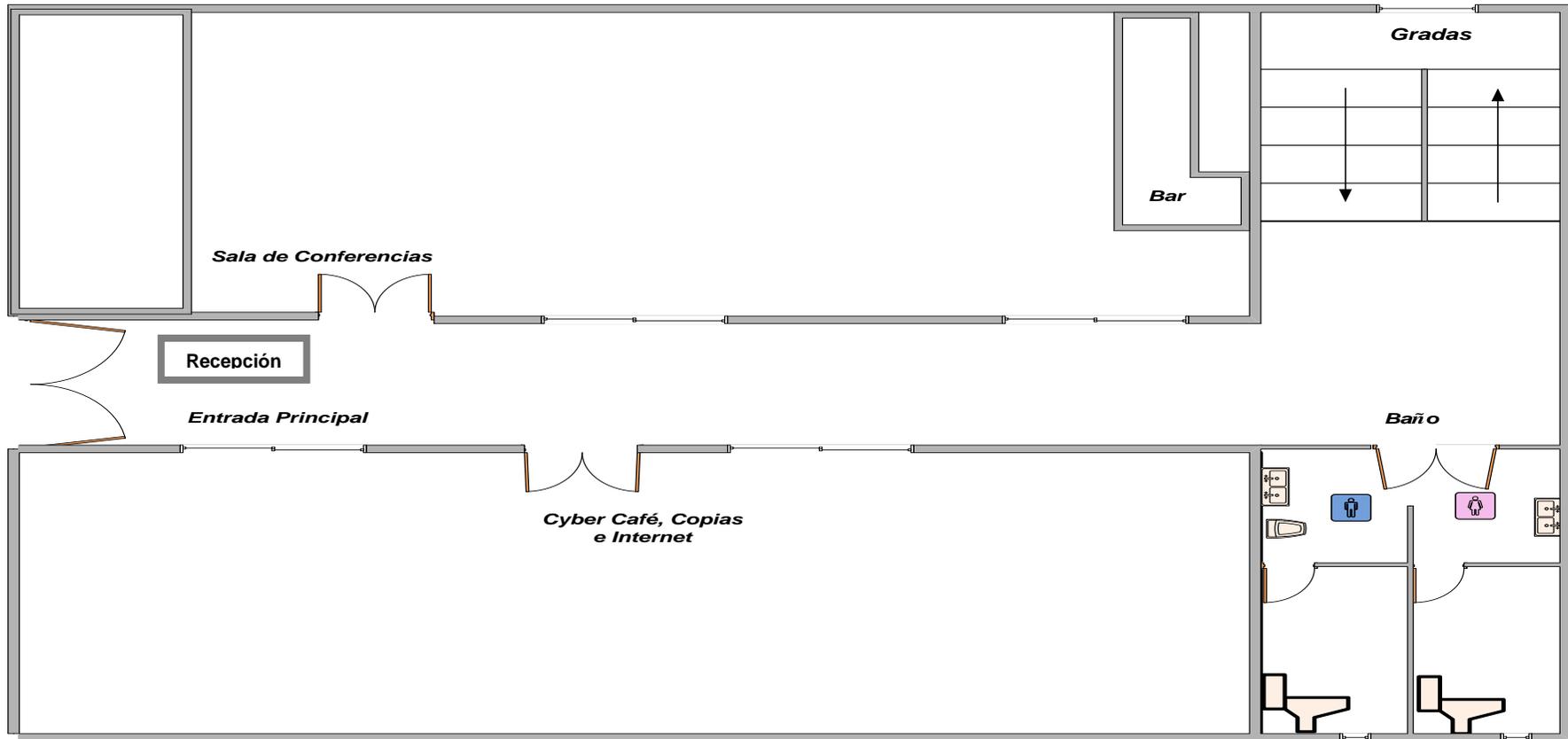


Fuente: Gobierno Municipal de Montufar.

El consorcio estará ubicado en el centro de la ciudad de San Gabriel, en el Barrio San Pedro en las calles Montúfar 11- 48 y Olmedo a una cuadra del parque central. Este lugar dispone de servicios básicos como: Energía Eléctrica, agua potable, servicio telefónico y vía de acceso.

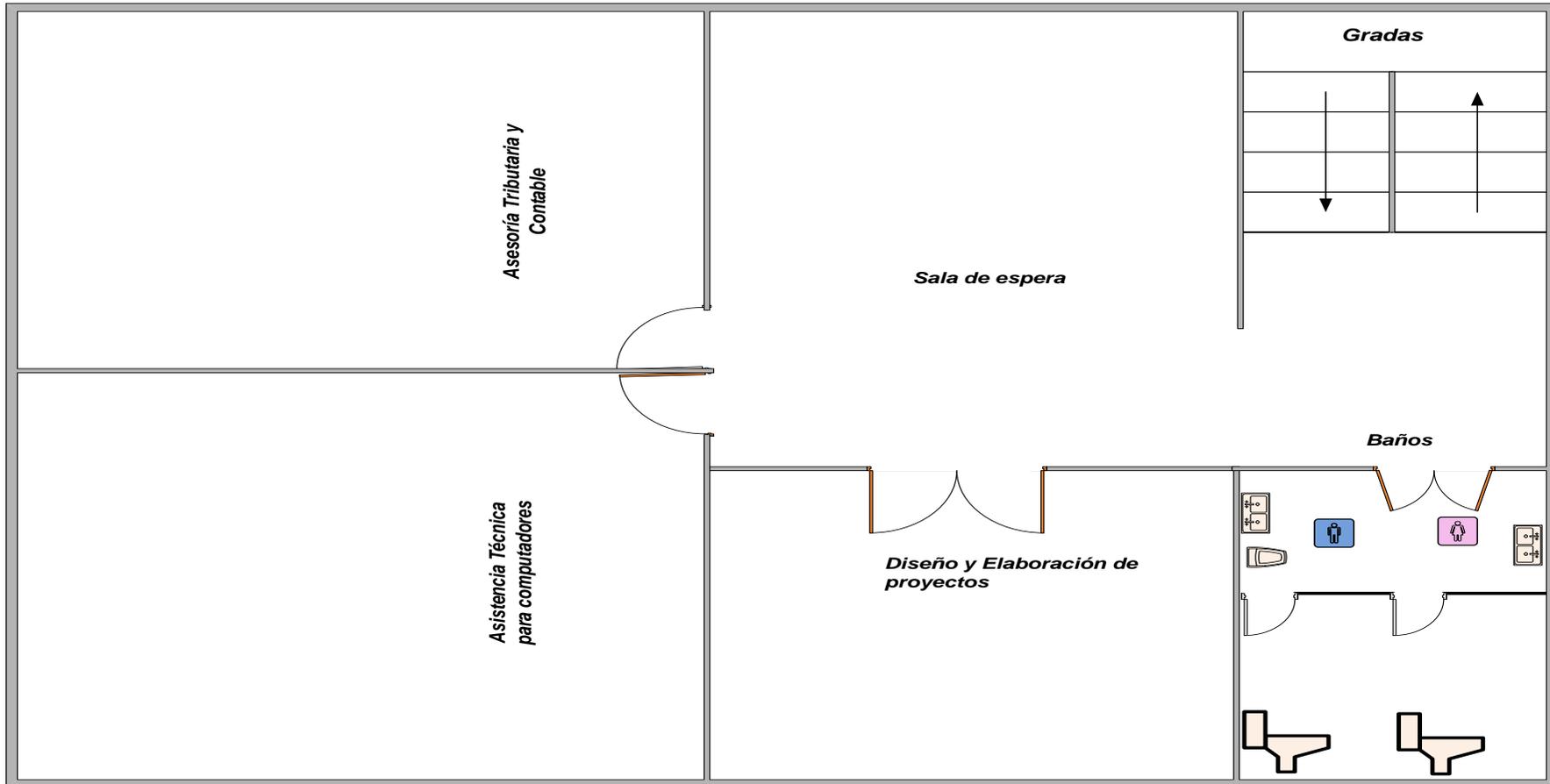
4.3. Distribución de la planta

Gráfico N° 31: PLANTA BAJA



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora.

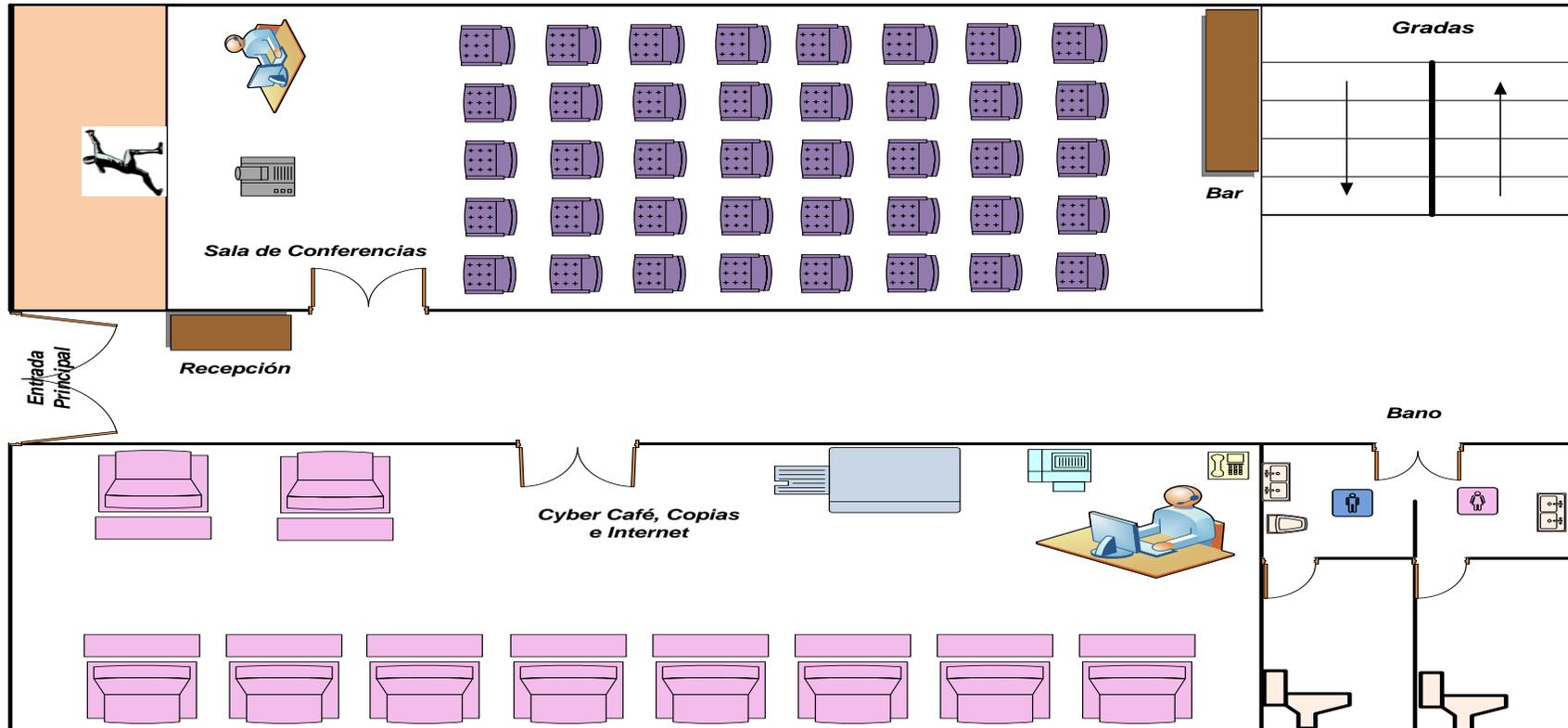
Gráfico N° 32: PLANTA ALTA



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora.

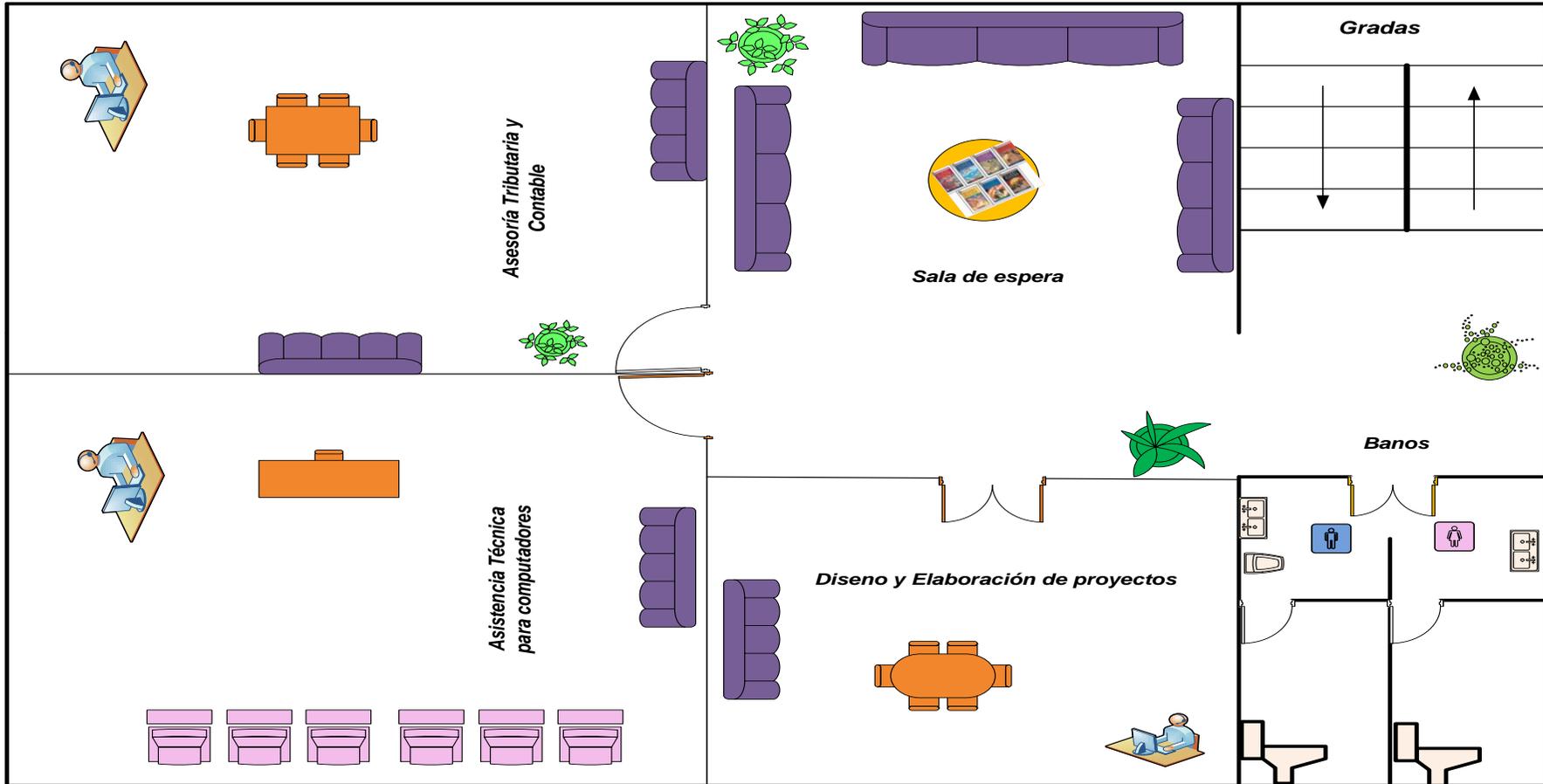
4.4. Diseño de Instalaciones

Gráfico N° 33: PLANTA BAJA



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora.

Gráfico N° 34: PLANTA ALTA



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora.

4.5. Matriz de Factores.

4.5.1. Selección de factores.

- a) Disponibilidad de agua
- b) Mercado Meta
- c) Tecnología y asistencia técnica
- d) Insumos
- e) Competencia
- f) Mano de obra
- g) Canales de distribución

4.5.2. Lugares Elegibles.

- a) Parque central. (A)
- b) Cerca al mercado San José. (B)
- c) Cerca al coliseo de deportes. (C).

4.5.3. Definición de la matriz básica.

FACTORES	A	B	C
Disponibilidad de agua	90	80	90
Mercado Meta	80	40	60
Tecnología y asistencia técnica	80	80	80
Insumos	90	90	90
Competencia	90	50	70
Mano de obra	70	40	70
Canales de distribución	90	90	90

4.5.3.1. Priorización de Factores y Ponderación.

FACTORES	PONDERACIÓN	A	B	C
Disponibilidad de agua	0,2	18	16	18
Mercado Meta	0,2	16	8	12
Tecnología y asistencia técnica	0,2	16	16	16
Insumos	0,05	4,5	4,5	4,5
Competencia	0,3	27	15	21
Mano de obra	0,025	1,75	1	1,75
Canales de distribución	0,025	2,25	2,25	2,25
TOTALES PONDERADOS	1,00	85,50	62,75	75,50

De acuerdo a los valores ponderados la mejor opción es la A, sin embargo habrá que analizar otras situaciones coyunturales para la decisión definitiva.

4.6. Tamaño del Proyecto

4.6.1. Capacidad Instalada de los servicios

4.6.1.1. Servicio de Asesoría Tributaria

Para determinar la capacidad de servicio de Asesoría Tributaria, se consideró la modalidad de trabajo por hora. Por lo que el Consorcio podría atender durante 8 horas diarias que constituye la jornada de trabajo de un profesional, empleando las ocho horas ya sea en asesoría tributaria o contable, por lo tanto serían 4 horas para un servicio y 4 horas para el otro servicio respectivamente.

Además el tiempo ocioso se obtuvo a partir de la observación a locales similares aplicando una regla de tres simple es decir que el 100% son las 8 horas de trabajo, de estas 8 horas 3,20 permanecen sin uso los equipos obteniendo un 40% de tiempo ocioso.

Cuadro N° 4: Capacidad Asesoría Tributaria

	Número de clientes				40%	
	4	5	4	12		
Actividad	Diario	Semanal	Mensual	Anual	Tiempo ocioso	Capacidad real
Revisión de documentos	4	20	80	960	384	576
Total	4	20	80	960	384	576

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.6.1.2. Servicio de Asesoría Contable

Cuadro Nº 5: Capacidad Asesoría Contable

Actividad	Número de clientes				Tiempo ocioso	Capacidad real
	4	5	4	12		
					40%	
Revisión de documentos	4	20	80	960	384	576
Total	4	20	80	960	384	576

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.6.1.3. Servicio de Cyber Café- Internet

La capacidad del servicio de Cyber Café - Internet, es de 8 horas por máquina. El presupuesto del consorcio esta previsto para servir al público con 10 máquinas; por lo que la capacidad de este servicio será de 80 horas/día, incluyéndose un porcentaje de tiempo ocioso.

Cuadro Nº 6: Capacidad Cyber Café-Internet

Máquina	Número de clientes					Tiempo ocioso	Capacidad real
	8		5	4	12		
						40%	
1	8	10	80	400	1.600	19.200	7.680
Total	8		80	400	1.600	19.200	7.680

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.6.1.4. Servicio de Copias e Impresiones

Para estimar la capacidad del servicio de copias se consideró las especificaciones técnicas de la copiadora Xerox, que describe en la ficha que se puede fotocopiar 1.750 hojas por día, con una copiadora.

Cuadro N° 7: Capacidad Copias

Máquina	Hojas copiadas							
	1 MIN	1 hora	Diario	Semanal	Mensual	Anual	Tiempo ocioso	Capacidad real
1,00	4	219	1.750	8.750	35.000	420.000	168.000	252.000

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

La capacidad del servicio de impresiones se determinó a través de las especificaciones técnicas de la impresora CANON, que tiene capacidad de imprimir 240 hojas por día según la ficha técnica.

Cuadro N° 8: Capacidad Impresiones

Máquina	N° De hojas impresas							
	1 MIN	1 hora	Diario	Semanal	Mensual	Anual	Tiempo ocioso	Capacidad real
1	0,5	30	240	1.200	4.800	57.600	23.040	34.560

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.6.1.5. Servicio de Asistencia Técnica para Computadores

El servicio de Asistencia Técnica para Computadores consiste en dar mantenimiento personalizado. Para determinar la capacidad del Consorcio en este servicio, se consideró los valiosos criterios de técnicos en computación, quienes manifestaron que pueden dar servicio técnico a 2 máquinas por día, en una jornada de 8 horas de trabajo de un profesional.

Cuadro N° 9: Capacidad Asistencia Técnica para Computadores

Máquina	Hora	Número de Clientes				Tiempo ocioso	Capacidad real
		Día	Semanal	Mensual	Anual		
1	5	1,6	8	32	384	154	230

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.6.1.6. Servicio de Asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos

El consorcio operará con un técnico, quien atenderá al público en modalidad de trabajos por hora en el servicio de Asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos. Para atender a los usuarios este servicio dispondrá de un Ingeniero en Marketing con una capacidad de 8 horas diarias de labor.

Cuadro N° 10: Capacidad Asesoría en Diseño y Elaboración de Proyectos

Persona	Tiempo	Número de clientes				Tiempo ocioso	Capacidad real
		Diario	Semanal	Mensual	Anual		
1	1	8	40	160	1.920	768	1.152

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.6.1.7. Cursos de Capacitación

La capacidad del servicio de Capacitación es de 1 evento por mes. Este servicio dispondrá de un profesional que se encargará de coordinar la realización de eventos con el Jefe de Marketing y la Gerencia, previo la aprobación del informe de estudio de mercado. El Coordinador de estos eventos se encargará de contratar los profesionales de acuerdo a las necesidades de los usuarios.

Cuadro N° 11: Capacidad Cursos de Capacitación

Numero d clientes

1 3 4 50%

Eventos	Semanal	Mensual	Trimestral	Anual	Tiempo ocioso	Capacidad real
1		1	3	12	6	6

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado Por: La Autora

4.7. Proceso de prestación de los servicios.

El proceso de prestación de los servicio de Asesoría Tributaria y contable, Cyber Café – Internet, Diseño y elaboración de proyectos, entre otros se apoya en los siguientes elementos:

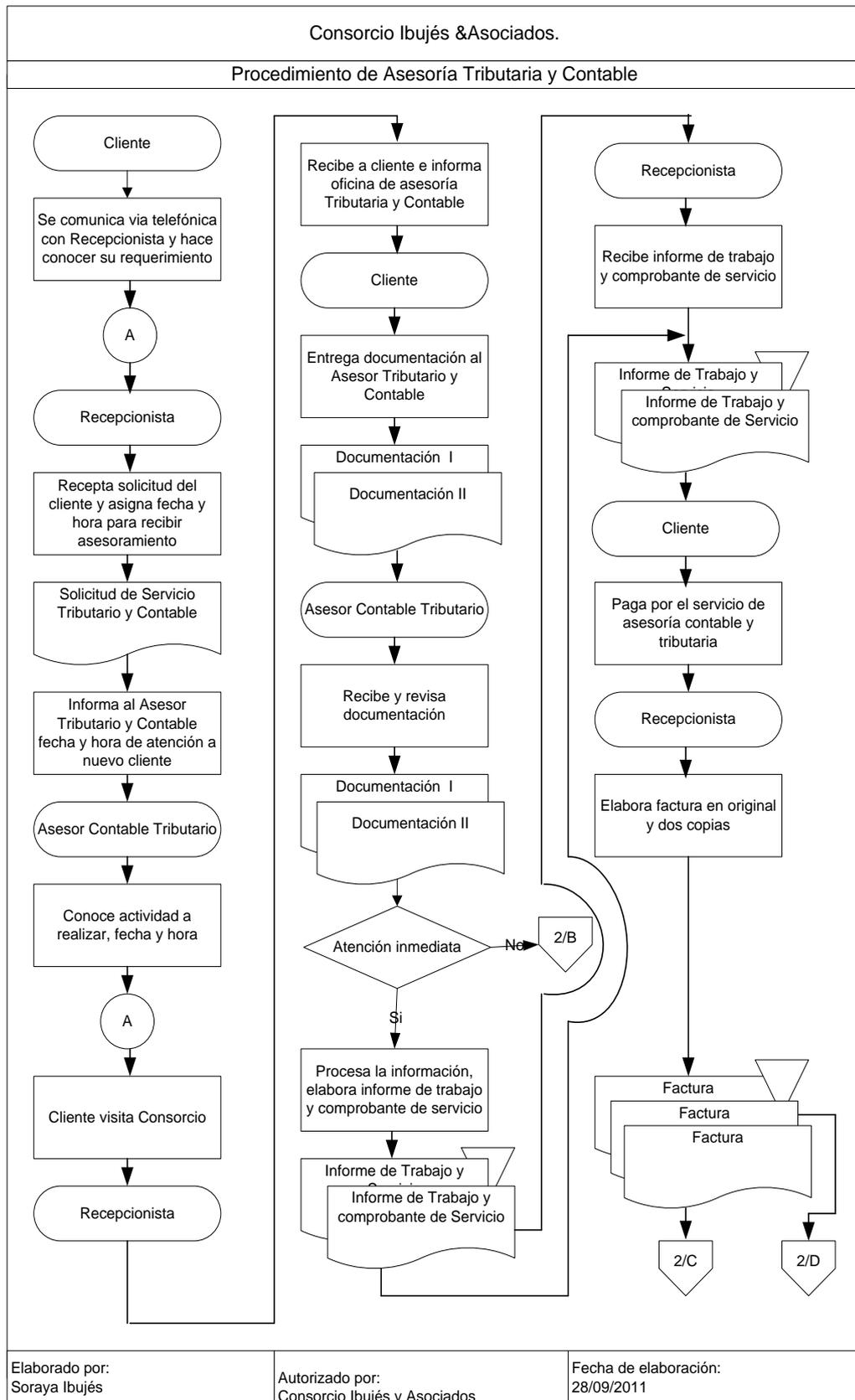
- Cliente
- Mercado
- Consorcio

El proceso de prestación de los servicios del Consorcio, se expresan a través de una serie de características que tienen relación con la calidad; ya que en todo proceso se requerirá de una estructura física y organizacional para la atención a los usuarios.

El proceso de prestación de los servicios constituye una secuencia de actividades necesarias para atender a los usuarios. A continuación se describe el proceso para la prestación de servicios del Consorcio a través de flujogramas de procesos, diseñados de acuerdo a las Normas ANSI.

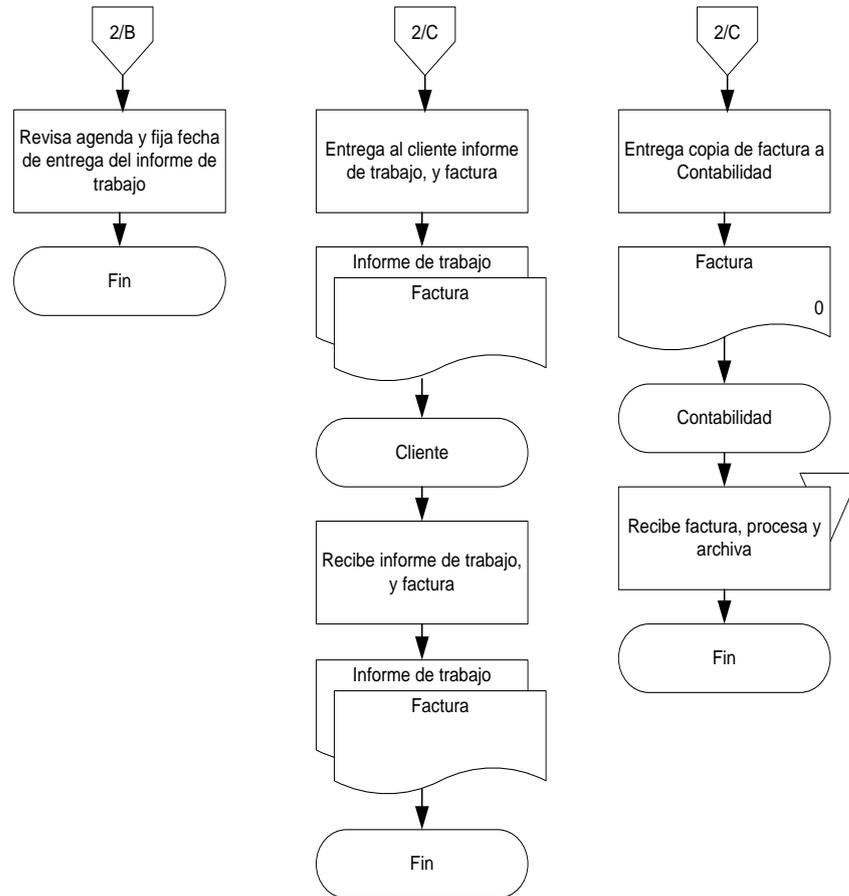
4.8. Flujogramas de procesos de servicios

a) Procedimiento del servicio de asesoría Tributaria y Contable



Consortio Ibujés & Asociados.

Procedimiento de Asesoría Tributaria y Contable

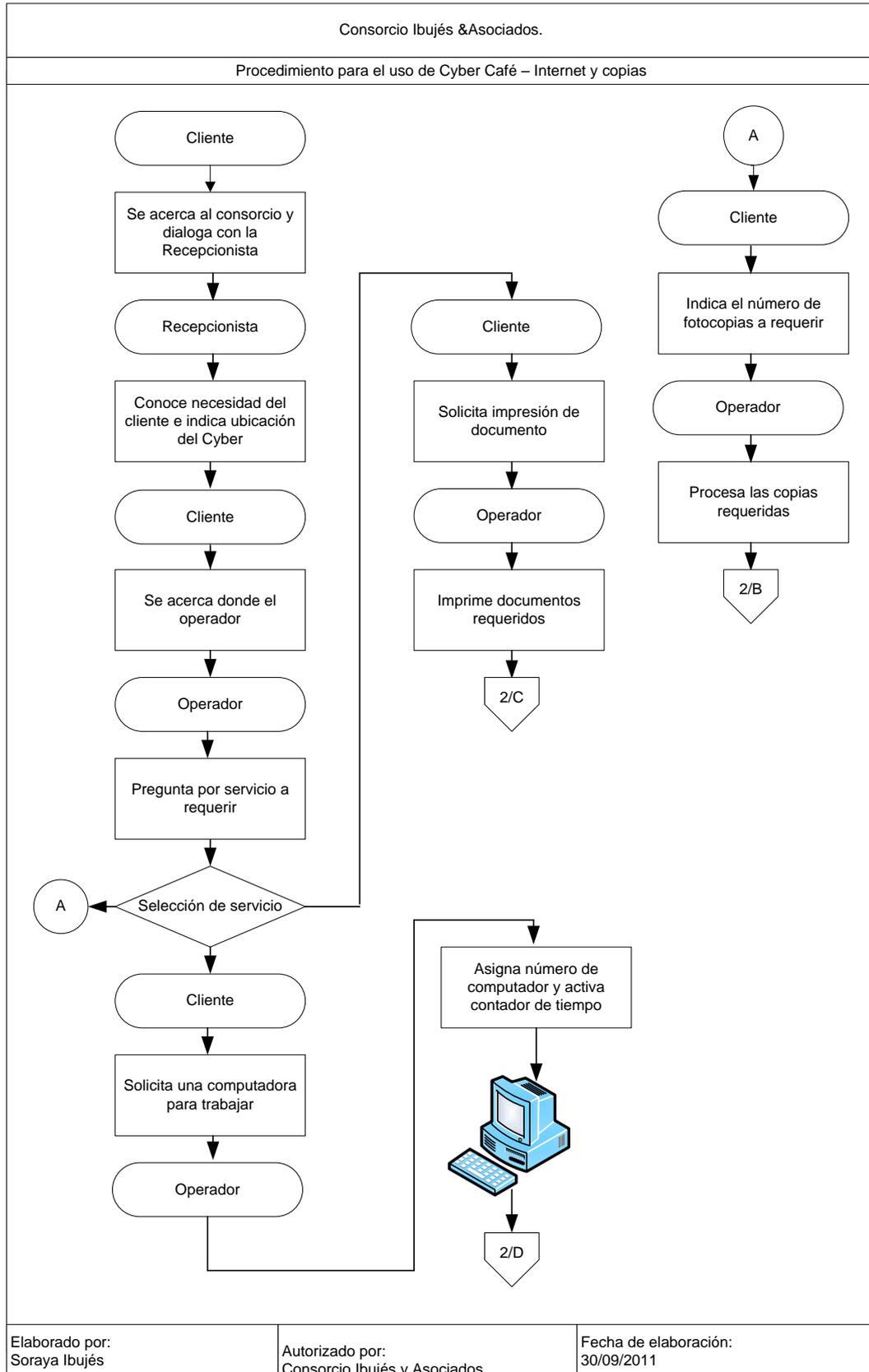


Elaborado por:
Soraya Ibujés

Autorizado por:
Consortio Ibujés y Asociados

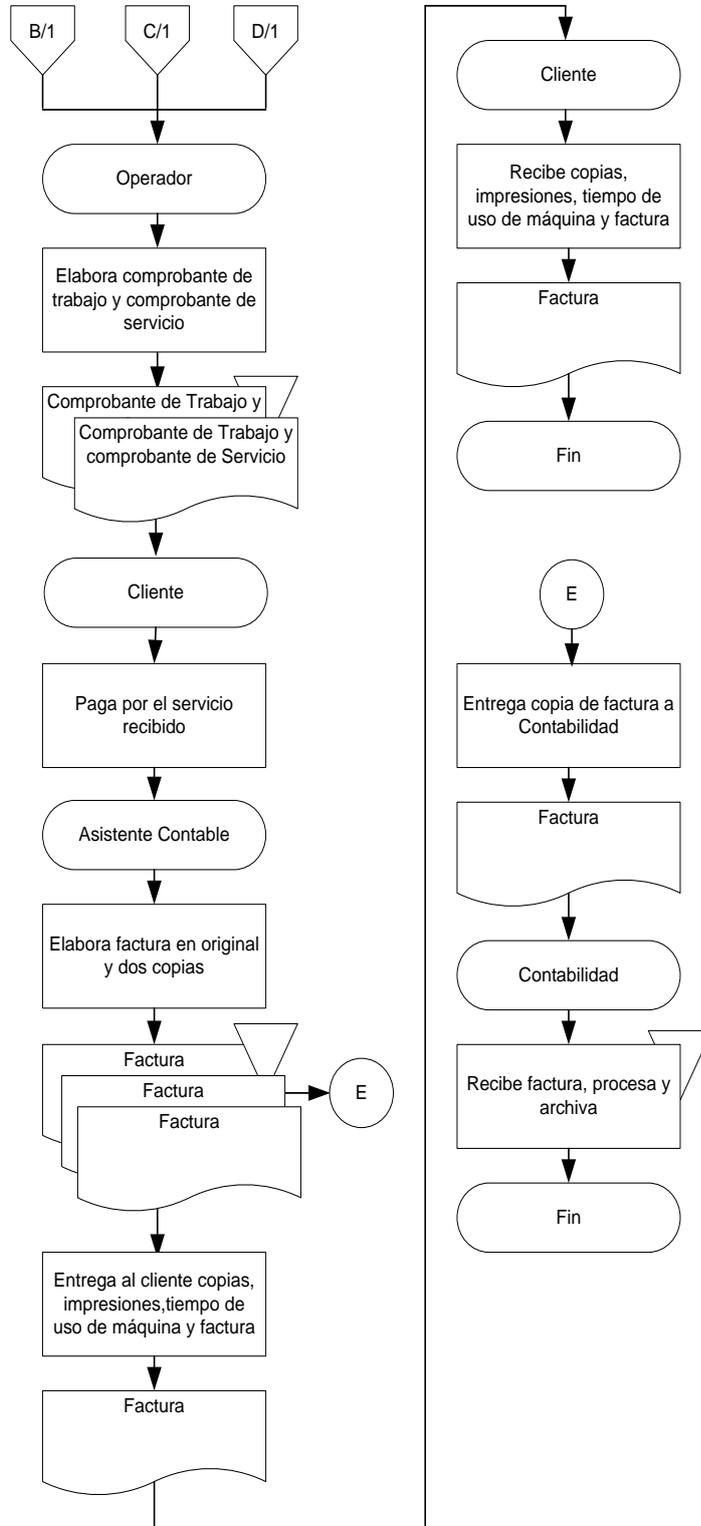
Fecha de elaboración:
28/09/2011

Procedimiento del servicio de Cyber-Café, Internet, Copias e Impresiones.



Consortio Ibijés & Asociados.

Procedimiento para el uso de Cyber Café – Internet y copias

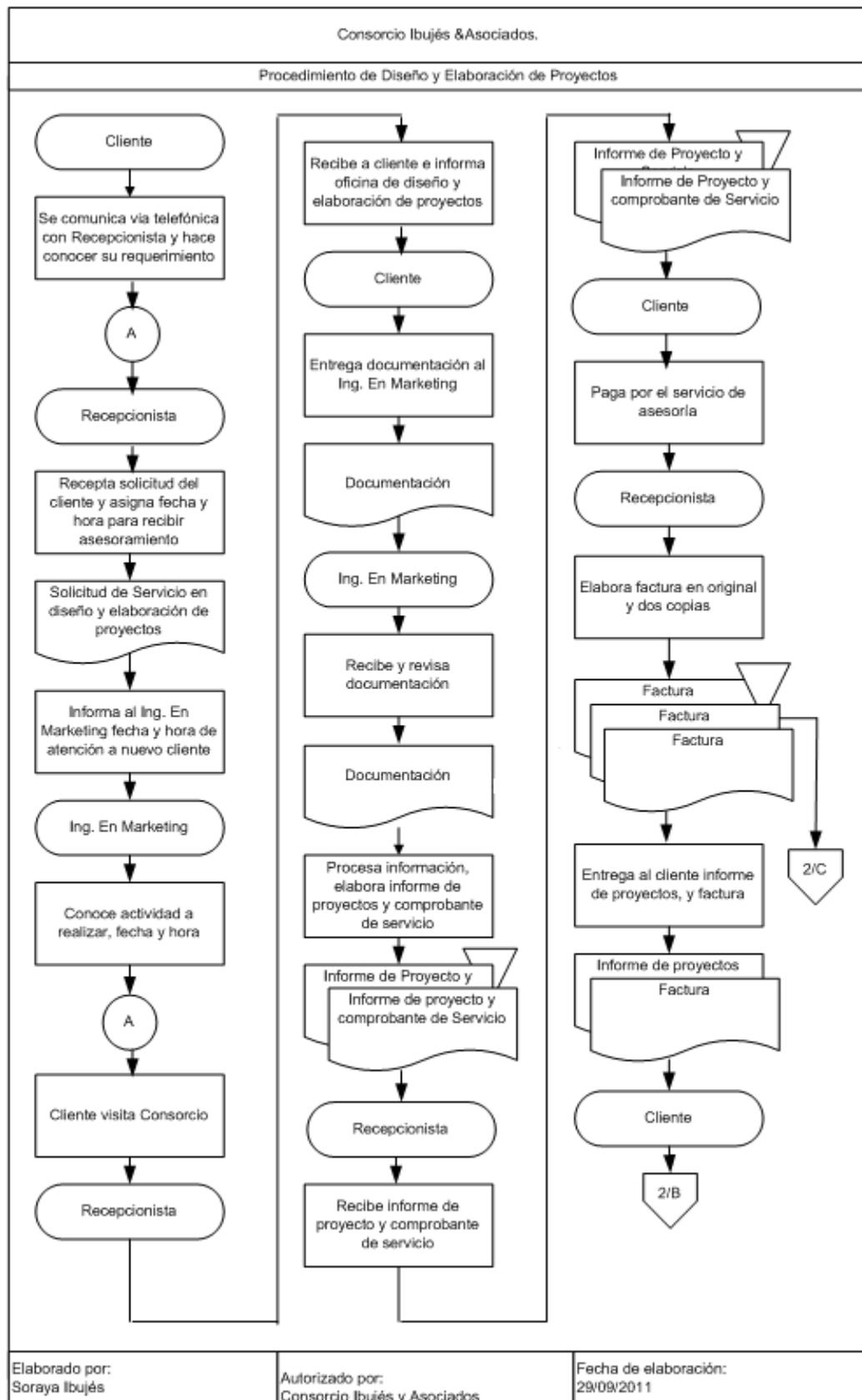


Elaborado por:
Soraya Ibijés

Autorizado por:
Consortio Ibijés y Asociados

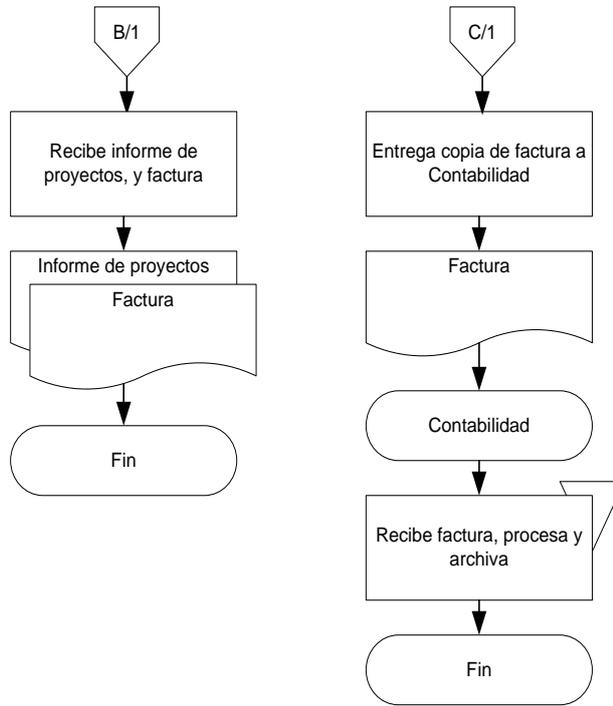
Fecha de elaboración:
30/09/2011

b) Procedimiento para asesoría de Diseño y Elaboración de Proyectos.



Consortio Ibujés & Asociados.

Procedimiento de Diseño y Elaboración de Proyectos

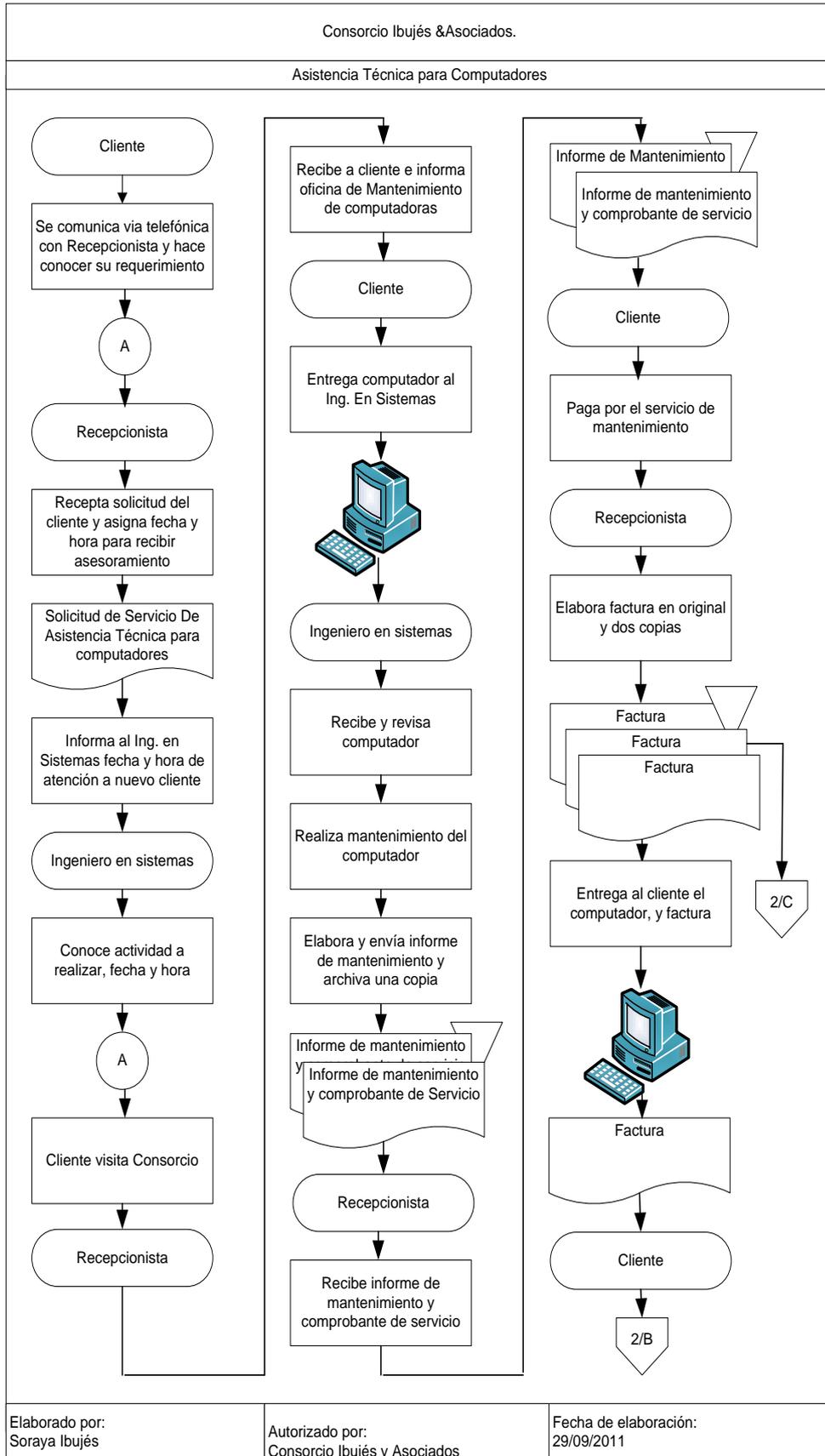


Elaborado por:
Soraya Ibujés

Autorizado por:
Consortio Ibujés y Asociados

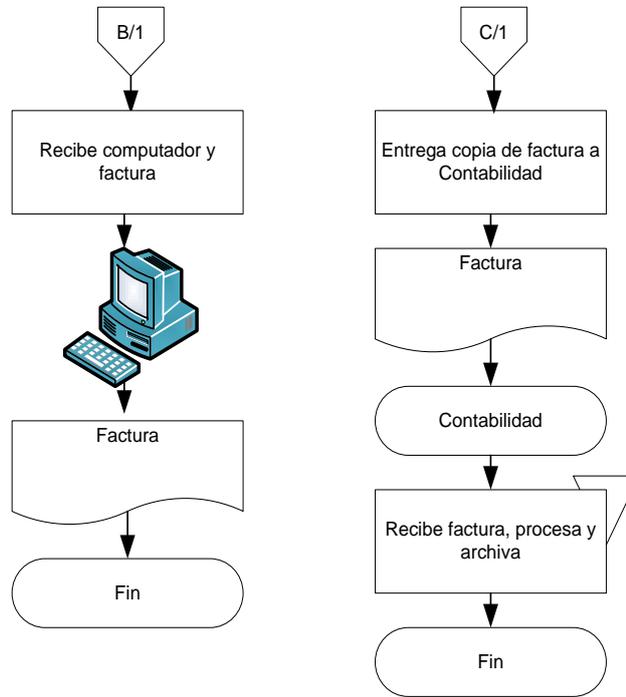
Fecha de elaboración:
28/09/2011

c) Procedimiento para Asistencia Técnica de Computadores.



Consortio Ibujés & Asociados.

Asistencia Técnica para Computadores

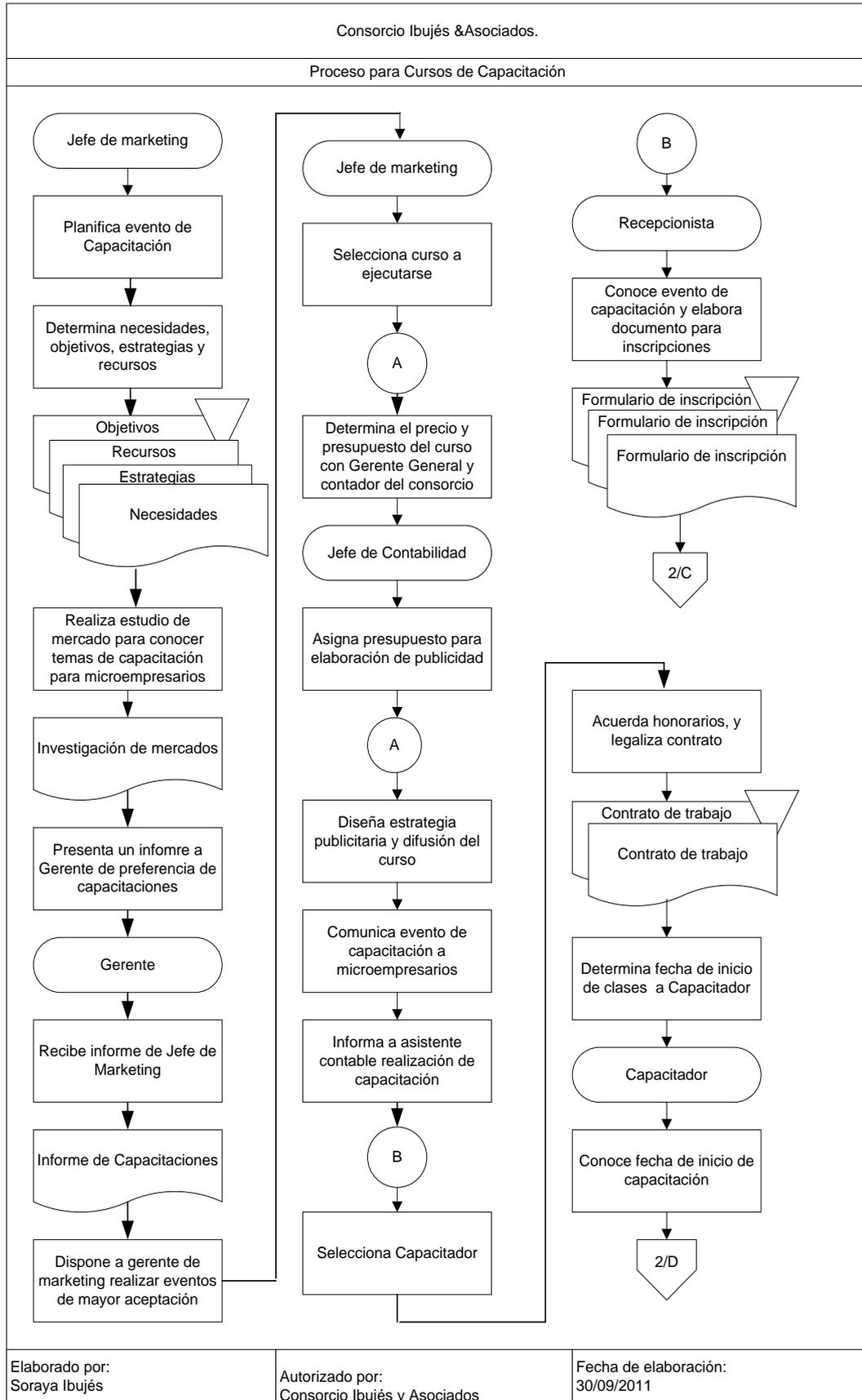


Elaborado por:
Soraya Ibujés

Autorizado por:
Consortio Ibujés y Asociados

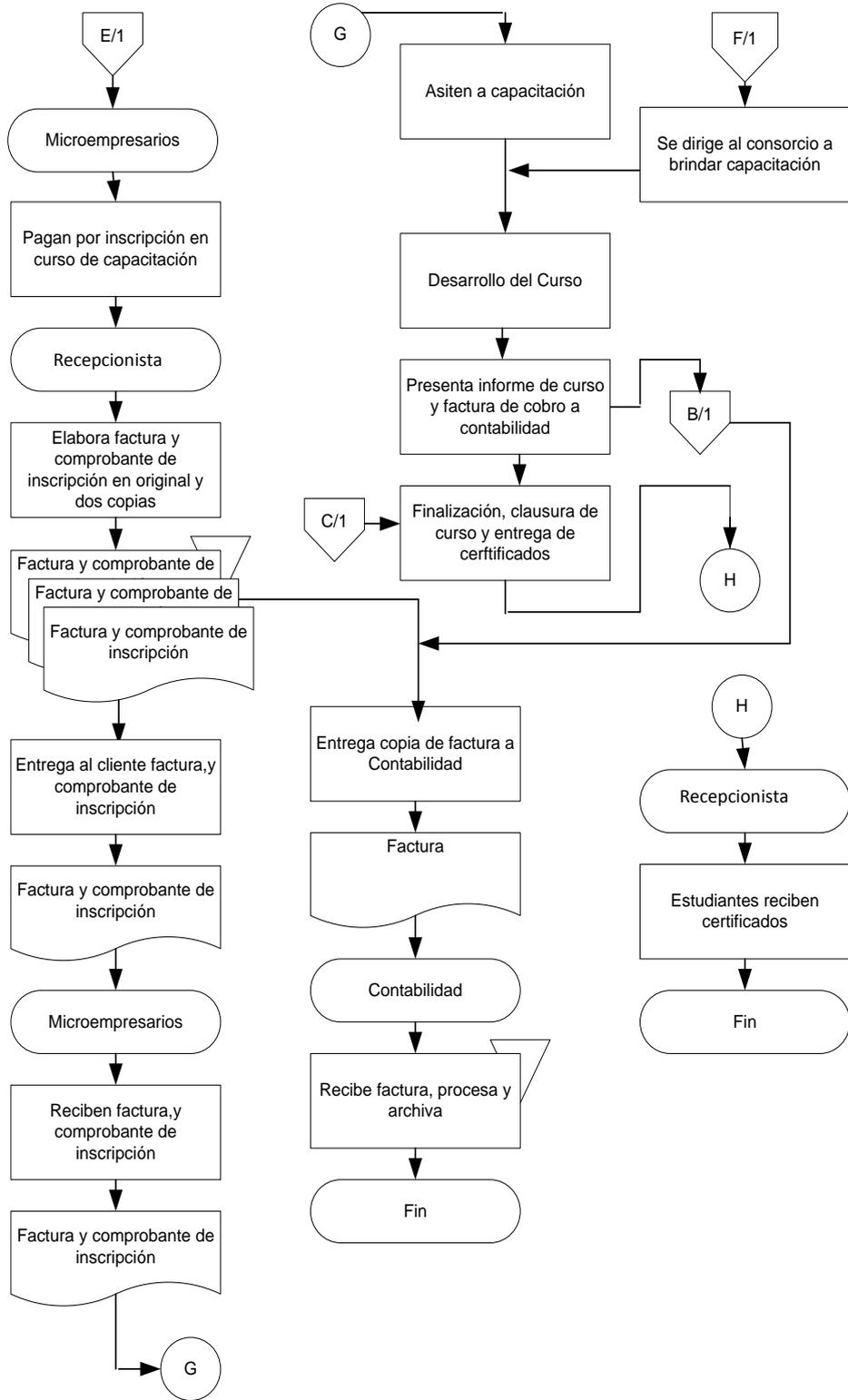
Fecha de elaboración:
28/09/2011

d) Procedimiento para Cursos y Charlas.



Consortio Ibijés & Asociados.

Proceso Para Cursos de Capacitación



Elaborado por:
Soraya Ibijés

Autorizado por:
Consortio Ibijés y Asociados

Fecha de elaboración:
30/09/2011

4.9. Equipo y Software de Oficina

Cuadro N° 12: Equipo y Software de Oficina

ítem	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	15	506	7.590
Sistema Contable	1	900	900
Teléfono	5	35	175
Impresora	3	132	396
Reguladores	14	40	560
Cortapicos	10	12	120
UPS	1	44	44
Caja de herramientas	1	30	30
Proyector	1	657	657
Copiadora	1	976	976
Cámara de seguridad	3	50	150
TOTAL			11.598

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.10. Presupuesto Técnico

4.10.1. Inversiones Fijas

4.10.1.1. Muebles de Oficina

Cuadro N° 13: Muebles de Oficina

ítem	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	4	90	360
Silla Tipo Gerente	1	100	100
Sillas Oficina	53	18	954
Archivador	2	90	180
Mesas	12	75	900
Silla secretaria	1	50	50
Silla sala de espera	1	100	100
TOTAL			2.644

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.10.1.2. Terreno

Cuadro N° 14: Terreno

Ítem	Unidad de medida	Especificaciones Técnicas	Tamaño	Costo Unitario	Costo Total
Terreno	m ²	Humífero	80	40	3.200

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

El terreno dispone de un área de 80 m², lugar donde se construirá la planta del Consorcio Ibujés&Asociados, está ubicado en la carrera Montufar 11-48 entre Olmedo y García Moreno.

4.10.1.3. Obras físicas

Cuadro N° 15: Planta Baja

Planta baja	Largo	Ancho	Total	Costo unitario m ²	Total
Capacitaciones	8,00	3,37	27	130	3.503
Cyber café, copias e internet	8,00	3,16	25	130	3.284
Baño	2,00	3,16	6	130	821
Gradas	2,00	2,32	5	130	602
Entrada principal	10,00	1,47	15	130	1.916
Espacio libre	2,00	1,05	2	130	274
Total Obra Civil			80		10.400

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

En el cuadro N° 15 se describe las áreas de trabajo de Capacitaciones, Cyber Café, Baño, Gradas, Hall entrada principal, espacio libre; construido en hormigón. Su costo está presupuestado en 10.400,00.

Cuadro N° 16: Planta Alta

Planta alta	Largo	Ancho	Total	Costo unitario m²	Total
Asesoría Tributaria y Contable	4,55	3,79	17	130	2.239
Asistencia técnica para Computadores	4,55	4,21	19	130	2.488
Diseño y elaboración de proyectos	3,45	3,16	11	130	1.418
Baño	2,00	3,16	6	130	821
Gradas	2,00	2,32	5	130	602
Espacio libre	2,00	2,53	5	130	657
Sala de espera	3,45	4,84	17	130	2.175
Total Obra Civil			80		10.400
Total Obra Civil Planta Baja y Planta alta	20.800				

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

En el cuadro N° 16 se describe las áreas de trabajo de las oficinas de Asesoría Tributaria y Contable, Asistencia técnica para Computadores, Diseño y elaboración de proyectos, Baño, Gradas, Espacio libre, Sala de espera. Su costo está presupuestado en 10.400,00. Por lo que el total de la obra civil de la planta alta y baja es de 20.800,00 USD.

Cuadro N° 17: Total Inversión Fija

CONCEPTO	COSTOS EN USD
Muebles de oficina	2.644
Equipo y Software de oficina	11.598
Terreno	3.200
Total Obra Civil P. Baja y Alta	20.800
TOTAL	38.242

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.11. Inversiones Diferidas

Para determinar los activos diferidos del consorcio, se consideró los gastos de constitución que servirán para que el consorcio funcione de manera legal.

Cuadro N° 18: Gastos de Constitución

Concepto	COSTOS EN USD
Patente Municipal	50
Permiso de Bomberos	50
Permiso de Ministerio de Salud	200
Escrituras de Constitución	2.000
Obtención del RUC	20
Total Gastos de Constitución	2.320

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.12. Capital de Trabajo

Cuadro N° 19: Capital de Trabajo

Detalle	Costo Anual Total	Valores		Total
		1º Mes	2º Mes	
Suministros de Oficina	510	42	42	85
Suministros de Limpieza	142	12	12	24
Servicios Básicos	2.314	193	193	386
Pago sueldos de personal	33.312	2.776	2.776	5.552
Beneficios Sociales	10.547	879	879	1.758
Total Capital de Trabajo	46.825	3.902	3.902	7.804

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.13. Inversión Total del Proyecto

Cuadro N° 20: Inversión total Activo Fijo y Diferido

Inversión Total	Parcial	USD
<i>Capital de Trabajo (2 meses)</i>		7.804
<i>Inversión Fija</i>		38.242
Muebles de oficina	2.644	
Equipo y Software de oficina	11.598	
Terreno	3.200	
Total Obra Civil P. Baja y Alta	20.800	
<i>Inversión Diferida</i>		2.320
Gastos de Constitución	2.320	
TOTAL INVERSIÓN		48.366

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado Por: La Autora

4.14. Financiamiento

Para el financiamiento de la deuda se considero al valor de la inversión total del proyecto como el 100%, seguidamente se determinó el porcentaje que deberán aportar los socios y el resto del porcentaje será financiado a la Corporación Financiera Nacional.

Cuadro N° 21: Financiamiento de la deuda

Accionista	% Aportación	Aportación USD
<i>Inversión Total</i>	100%	48.366
Inversionistas (3)	40%	19.346
CFN	60%	29.020

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

Seguido se detalla las condiciones de la deuda que adquirirá el consorcio:

Cuadro N° 22: Financiamiento del pago de la deuda

Importe del Préstamo	29.020
Tasa de Interés Anual	11%
Plazo de préstamo en años	5
Número de pagos al Año	1
Fecha inicial del préstamo	01/08/2012

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

4.14.1. Pago de la deuda

Cuadro N° 23: Pago de la deuda

Año	Saldo Deuda	Cuota	Interés	Amortización
2012	\$ 29.020	\$ 7.852	\$ 3.192	\$ 4.660
2013	\$ 24.360	\$ 7.852	\$ 2.680	\$ 5.172
2014	\$ 19.188	\$ 7.852	\$ 2.111	\$ 5.741
2015	\$ 13.447	\$ 7.852	\$ 1.479	\$ 6.373
2016	\$ 7.074	\$ 7.852	\$ 778	\$ 7.074
2017	\$ 0	\$ 7.852	\$ 0	\$ 7.852

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

4.15. Talento Humano

Cuadro N° 24: Talento Humano

12 12,15%

CARGO	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL	IESS PATRONAL	FONDOS RESERVA	VACACIONES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	500	6.000	729	-	250	500	292	7.771
Jefe de Talento Humano	1	350	4.200	510	-	175	350	292	5.527
Jefe de Contabilidad	1	350	4.200	510	-	175	350	292	5.527
Jefe de Marketing	1	350	4.200	510	-	175	350	292	5.527
Ing. En sistemas	1	350	4.200	510	-	175	350	292	5.527
Operador	1	292	3.504	426	-	146	292	292	4.660
Recepcionista	1	292	3.504	426	-	146	292	292	4.660
Auxiliar de servicios	1	292	3.504	426	-	146	292	292	4.660
Total									43.859

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado Por: La Autora

En el cuadro N° 24 se describe el balance de talento humano necesario para operar la parte administrativa y en la prestación en los servicios del Consorcio.

CAPITULO V

Estudio Económico-Financiero

5.1. Estado de Situación Financiera Inicial

Cuadro N° 25: Estado de situación Financiera Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS Y PATRIMONIO	
<u>Activo Corriente</u>		<u>Pasivos</u>	
Caja- Banco	7.804	Préstamo por pagar	29.020
<i>Subtotal Activo Corriente</i>	<u>7.804</u>		
<u>Activo Fijo</u>		<u>Total Pasivos</u>	
Equipo de Computación y Sistema Contable	11.598		<u>29.020</u>
Muebles y enseres	2.644		
Terreno	3.200		
Obra Civil	20.800	<u>Patrimonio</u>	
<i>Subtotal Activo Fijo</i>	<u>38.242</u>	Capital Social	19.346
<u>Activo Diferido</u>		<u>Total Patrimonio</u>	
Gastos de Constitución	2.320		<u>19.346</u>
<i>Subtotal Gastos de Constitución</i>	<u>2.320</u>		
TOTAL ACTIVOS	<u>48.366</u>	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	<u>48.366</u>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

5.2. Determinación de los ingresos proyectados

Para determinar los ingresos del proyecto se ha tomado en cuenta la capacidad que el consorcio tiene para brindar los servicios de acuerdo al personal y la modalidad de trabajo por hora como se indica en el punto

4.5 Tamaño del Proyecto.

Seguidamente se elaboró la proyección de dicha capacidad para los diferentes años empleando la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o * (1+i)^n$$

C_o = Capacidad inicial de Cada uno de los servicios (576)

i = 2, 20%

n = (número de periodos del 1al 5)

Cuadro Nº 26: Proyección Capacidad Asesoría Tributaria

AÑO	Capacidad Proyectada
2012	576
2013	589
2014	602
2015	615
2016	628

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Cuadro Nº 27: Proyección Capacidad Asesoría Contable

AÑO	Capacidad Proyectada
2012	576
2013	589
2014	602
2015	615
2016	628

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Cuadro Nº 28: Proyección Capacidad Cyber Café-Internet

AÑO	Capacidad Proyectada
2012	11.520
2013	11.773
2014	12.032
2015	12.297
2016	12.568

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Cuadro N° 29: Proyección Capacidad Copias e Impresiones

AÑO	Capacidad Proyectada
2012	286.560
2013	292.864
2014	299.307
2015	305.892
2016	312.622

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

Cuadro N° 30: Proyección Capacidad Diseño y Elaboración de Proyectos

AÑO	Capacidad Proyectada
2012	1.152
2013	1.177
2014	1.203
2015	1.230
2016	1.257

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

Cuadro N° 31: Proyección Capacidad Asistencia técnica para Computadores

AÑO	Capacidad Proyectada
2012	230
2013	235
2014	241
2015	246
2016	251

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

Cuadro N° 32: Proyección Capacidad Cursos de Capacitación

AÑO	Capacidad Proyectada
2012	6,00
2013	6,13
2014	6,27
2015	6,40
2016	6,55

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

Luego de haber determinado la proyección de la capacidad se multiplicó los precios proyectados por las capacidades proyectadas obteniendo los ingresos proyectados para cinco años.

Cuadro N° 33: Ingresos Proyectados

AÑO	Asesoría Tributaria	Asesoría Contable	Cyber Café - Internet	Copias e Impresiones	Diseño y elaboración de proyectos	Asistencia técnica para computadores	Cursos de Capacitación	TOTAL INGRESO POR AÑO
2012	11.520	11.520	8.525	14.328	28.800	4.608	211	79.512
2013	12.221	12.221	9.043	15.200	30.552	4.888	224	84.349
2014	12.964	12.964	9.594	16.124	32.411	5.186	238	89.481
2015	13.753	13.753	10.177	17.105	34.382	5.501	252	94.925
2016	14.590	14.590	10.796	18.146	29.179	5.836	268	93.405

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

5.3. Determinación de los Egresos proyectados

5.3.1. Costos de Operación

Los costos de Operación del Consorcio Ibujés&Asociados son la valoración monetaria de los recursos destinados a la operación de sus actividades a través de los costos de producción, administración y ventas.

5.3.1.1. Costos de Producción

Cuadro N° 34: Suministros de Oficina

Ítem	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total
Resmas de papel	13,5	3,5	47,25
Grapadora	6	15	90
Perforadora	6	15	90
Esféros	14	0,2	2,8
Marcadores	10	0,5	5
Folders	55	1,5	82,5
Clips	1	0,25	0,25
Sellos	2	5	10
Pizarra de tiza líquida	1	45	45
Guillotina	1	30	30
Anilladora	1	45	45
Grapas	5	0,5	2,5
CD	50	0,2	10
Perfiles	15	0,5	7,5
Tinta impresora	4	5	20
Tóner copiadora	1	22	22
		Total	510

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

5.3.1.2. Suministros de Limpieza

Cuadro N° 35: Útiles de limpieza

Útiles de limpieza	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Guantes de limpieza	2	1	2
Franelas	4	0,5	2
Detergente	1	4	4
Escobas	2	2	4
Cloro	1	1,5	1,5
Trapeador	2	2	4
Balde	1	1,5	1,5
Mandil	2	15	30
Basureros	8	3	24
Escobillas de baño	2	1,5	3
Dispensador de papel	2	20	40
Papel higiénico	4	3,5	14
Jeringuillas	20	0,2	4
Guantes quirúrgicos	15	0,5	7,5
		Total	142

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Son los costos que sin ser parte de los servicios del consorcio, intervienen en el proceso de prestación de los mismos.

5.3.1.3. Consumo de energía eléctrica

Cuadro N° 36: Consumo Eléctrico

Mes	kwh		12
	Consumo	Mensual	Anual
Marzo	500	62,11	745
Abril	550	68,33	820
Mayo	592	26,54	318
Subtotal	1642	156,98	1.884
Total	547,33	52,33	627,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

En el cuadro N° 36 se describe el consumo de energía eléctrica en diferentes meses del año, tomado como referencia el consumo de microempresas con características similares.

5.3.1.4. Consumo de Agua Potable

Cuadro N° 37: Consumo Agua Potable

12

Mes	m³	Precio	Alcantarillado	Costo Mensual	Costo Anual
Marzo	68	13,3	1,34	14,64	175,68
Abril	76	14,92	1,5	16,42	197,04
Mayo	64	12,5	1,26	13,76	165,12
Subtotal	208	40,72	4,1	44,82	537,84
Total	69,33	13,57	1,37	14,94	179,28

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Para presupuestar el costo de consumo de agua se tomo como referencia cartas de pago de microempresas que se encuentran en operación y que tienen similares características.

5.3.1.5. Consumo de Teléfono e Internet

Cuadro N° 38: Servicio Telefónico

Mes	Costo Mensual	Costo Anual
Marzo	44,45	533,4
Abril	48,78	585,36
Mayo	43,59	523,08
Subtotal	136,82	1641,84
Total	45,61	547,28

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Cuadro N° 39: Servicio de Internet

12

Consumo Internet	Kbps	Costo mensual	Costo anual
Consumo comercial	1.500	80	960

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Para valorar el costo del servicio telefónico e internet se tomó como referencia las facturas de pago de microempresas que tienen similares características.

5.3.1.6. Costo de Mano de Obra Directa

Cuadro N° 40: Costo de Mano de Obra Directa

CARGO	N° DE PUESTOS	SUELDO	SUELDO ANUAL	IESS PATRONAL	FONDOS RESERVA	VACACIONES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL
Ing. En sistemas	1	350	4.200	510	-	175	350	292	5.527
Operador	1	292	3.504	426	-	146	292	292	4.660
TOTAL									10.187

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

5.3.1.7. Costos de Mantenimiento

Cuadro N° 41: Costo Mantenimiento Anual

Equipo	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Computadora	15	50	750
Impresora	3	20	60
Copiadora	1	150	150
UPS	1	15	15
Proyector	1	30	30
Total			1.005

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

Representa el costo que incurrirá el Consorcio Ibujés&Asociados para tener en buen estado de funcionamiento las computadoras, impresoras, copiadora, etc.

5.3.1.8. Total Costos de Producción

Cuadro N° 42: Total Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	2012
Suministros de Oficina	510
Suministros de Limpieza	142
Energía Eléctrica	628
Agua Potable	179
Teléfono	547,28
Internet	960
Mano de Obra Directa	10.187
Costo de Mantenimiento	1.005
TOTAL	14.158

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

5.3.1.9. Presupuesto Gastos de Administración

Cuadro N° 43: Gasto Administración 2012

CARGO	N° DE PUESTOS	SUELDO UNITARIO	SUELDO ANUAL	IESS PATRONAL	FONDOS RESERVA	VACACIONES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL
Gerente General	1	500	6.000	729	-	250	500	292	7.771
Jefe de Talento Humano	1	350	4.200	510	-	175	350	292	5.527
Jefe de Contabilidad	1	350	4.200	510	-	175	350	292	5.527
Recepcionista	1	292	3.504	426	-	146	292	292	4.660
Auxiliar de servicios	1	292	3.504	426	-	146	292	292	4.660
TOTAL									28.145

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

5.3.1.10. Presupuesto Gastos de Ventas

Cuadro N° 44: Gasto de Venta 2012

CARGO	N° DE PUESTOS	SUELDO	SUELDO ANUAL	IESS PATRONAL	FONDOS RESERVA	VACACIONES	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL ANUAL
Jefe de Marketing	1	350	4.200	510	-	175	350	292	5.527
TOTAL									5.527

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Los gastos de venta del año 2012 representan el pago al Jefe de Marketing y gastos por concepto de publicidad.

Cuadro N° 45: Total Gasto de Venta

GASTOS DE VENTA	USD
Jefe de Marketing	5.527
Publicidad	2.430
TOTAL GASTOS DE VENTA	7.957

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

5.3.1.11. Costo Total de Operación

Cuadro N° 46: Costo Total de Operación

Gastos	2012
Costo de Producción	14.158
Gasto de Administración	28.145
Gasto de Venta	7.957
TOTAL	50.260

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

5.4. Egresos proyectados

Para la proyección de egresos se aplicó una tasa del 3,80% empleando la siguiente fórmula:

$$C_n = C_0 * (1+i)^n$$

C_0 = Egreso de cada uno de los servicios al año 2012.

i = 3,80%

n = (número de periodos del 1 al 5)

Cuadro Nº 47: Egresos proyectados

Gastos	2012	2013	2014	2015	2016
Costo de Producción	14.158	14.696	15.254	15.834	16.436
Gasto de Administración	28.145	29.215	30.325	31.477	32.673
Gasto de Venta	7.957	8.260	8.574	8.899	9.238
TOTAL	50.260	52.170	54.153	56.210	58.346

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

5.5. Amortización de Activo Diferido

Cuadro Nº 48: Amortización Activo Diferido

VALOR	TIEMPO EN AÑOS	% DE AMORTIZACIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
2.320	5	20%	464	464	464	464	464

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

5.6. Depreciación Activo Fijo

Cuadro Nº 49: Depreciación Activo Fijo

ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL	% DE SALVAMENTO	VALOR DE SALVAMENTO	BASE DEPRECIABLE	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computadora	15	506	7.590	3	10%	759	6.831	2.277
Sistema Contable	1	900	900	3	10%	90	810	270
Escritorio	4	90	360	10	10%	36	324	32
Silla Tipo Gerente	1	100	100	10	10%	10	90	9
Sillas Oficina	53	18	954	10	10%	95	859	86
Archivador	2	90	180	10	10%	18	162	16
Teléfono	5	35	175	3	10%	18	158	53
Impresora	3	132	396	3	10%	40	356	119
Reguladores	14	40	560	3	10%	56	504	168
Cortapicos	10	12	120	3	10%	12	108	36
Mesas	12	75	900	10	10%	90	810	81
UPS	1	44	44	3	10%	4	40	13
Caja de herramientas	1	30	30	10	10%	3	27	3
Proyector	1	657	657	3	10%	66	591	197
Silla secretaria	1	50	50	10	10%	5	45	5
Silla sala de espera	1	100	100	10	10%	10	90	9
Copiadora	1	976	976	10	10%	98	878	88
Cámara de seguridad	3	50	150	3	10%	15	135	45
Obra civil	1	20.800	20.800	20	10%	2.080	18.720	936
							Total	4.442

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

Cuadro N° 50: Depreciación de Activo Fijo Proyectado

Concepto	Vida Útil	2012	2013	2014	2015	2016
Computadora	3	2.277	2.277	2.277		
Sistema Contable	3	270	270	270		
Escritorio	10	32	32	32	32	32
Silla Tipo Gerente	10	9	9	9	9	9
Sillas Oficina	10	86	86	86	86	86
Archivador	10	16	16	16	16	16
Teléfono	3	53	53	53		
Impresora	3	119	119	119		
Reguladores	3	168	168	168		
Cortapicos	3	36	36	36		
Mesas	10	81	81	81	81	81
UPS	3	13	13	13		
Caja de herramientas	10	3	3	3	3	3
Proyector	3	197	197	197		
Silla secretaria	10	5	5	5	5	5
Silla sala de espera	10	9	9	9	9	9
Copiadora	10	88	88	88	88	88
Cámara de seguridad	3	45	45	45		
Obra civil	20	936	936	936	936	936
TOTAL		4.442	4.442	4.442	1.265	1.265

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

5.7. Estado de Resultados Proyectado

Cuadro N° 51: Estado de Resultados Proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO					COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
	2012	2013	2014	2015	2016		
Ingresos	79.512	84.349	89.481	94.925	93.405		
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	79.512	84.349	89.481	94.925	93.405		
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	14.158	14.696	15.254	15.834	16.436	11.147	3.011
UTILIDAD BRUTA	65.354	69.654	74.227	79.091	76.969		
(-) GASTOS:							
Gastos Administrativos	28.145	29.215	30.325	31.477	32.673	28.145	
Gastos de Ventas	7.957	8.260	8.574	8.899	9.238	7.162	796
Depreciación	4.442	4.442	4.442	1.265	1.265	4.442	
Amortización	464	464	464	464	464	464	
TOTAL GASTOS	41.008	42.380	43.804	42.105	43.639		
UTILIDAD OPERACIONAL	24.346	27.273	30.422	36.986	33.330		
(-) Gastos Financieros	3.192	2.680	2.111	1.479	778	3.192	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	21.154	24.594	28.312	35.507	32.552		
(-) 15% Participación Trabajadores	3.173	3.689	4.247	5.326	4.883		
UTILIDAD ANTES DE IR	17.981	20.905	24.065	30.181	27.669		
(-) Impuesto a la Renta	4.136	4.599	5.294	6.640	6.087		
UTILIDAD NETA	13.845	16.306	18.771	23.541	21.582		
TOTAL COSTOS						54.552	3.807

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

5.8. Flujo de Efectivo Financiero

Cuadro N° 52: Flujo de Efectivo Financiero

DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS					
Utilidad Neta Proyectada	13.845	16.306	18.771	23.541	21.582
(+) Depreciación	4.442	4.442	4.442	1.265	1.265
(+) Amortización	464	464	464	464	464
Valor de Salvamento					3.504
(=) TOTAL INGRESOS	18.751	21.212	23.677	25.269	26.814
EGRESOS					
Pago De La Deuda	4.660	5.172	5.741	6.373	7.074
(=) TOTAL EGRESOS	4.660	5.172	5.741	6.373	7.074
(=) FLUJO DE CAJA NETO	14.092	16.039	17.935	18.897	19.741

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

5.9. Evaluación Financiera

5.9.1. Costo de Capital y Tasa de Rendimiento Medio.

La tasa de 4,53 es otorgada por el Banco Central en el caso que a la inversión propia se la pusiera a plazo fijo en dicha entidad y la tasa del 11 es la otorgada por la CFN.

Cuadro N° 53: Costo de Capital

Descripción	Valor	%	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Inversión Propia	19.346	40	4,53	181
Inversión Financiada	29.020	60	11,0	660
TOTAL	48.366	100	16	841

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado Por: La Autora

Costo de Capital = (841/100)

Costo de Capital = 8,412

$$Ck = (8,412/100) = 0,08412$$

La tasa de rendimiento medio se calcula en base a la siguiente fórmula:

$$TRM = (1+Ck)^*(1+inf)-1$$

$$Ck = 0,08412$$

$$\text{Inflación} = 3,80$$

Cuadro Nº 54: Tasa de Rendimiento Medio

TRM=	$(1+0,08412)^*(1+0,038)-1$
TRM=	0,12531656
TRM=	$(0,12531656*100\%) = 12,53\%$

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Teóricamente el proyecto producirá una rentabilidad del 12,53 %.

5.10. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN se la calcula en base a la siguiente fórmula:

$$VAN = < \text{Inversión Inicial} > + \frac{FE+FE+FE+FE+FE}{(1+I)^1+(1+I)^2+(1+I)^3+(1+I)^4+(1+I)^5}$$

$$I = TRM = 0,12531656$$

$$VAN = -48.366 + \frac{14.092}{(1+0,125)^1} + \frac{16.039}{(1+0,125)^2} + \frac{17.935}{(1+0,125)^3} + \frac{18.897}{(1+0,125)^4} + \frac{19.741}{(1+0,125)^5}$$

$$VAN = -48.366 + 12.522 + 12.666 + 12.586 + 11.784 + 10.939$$

$$VAN = -48.366 + 60.497$$

$$VAN = 12.131$$

El VAN es positivo por lo tanto el proyecto es potencialmente rentable.

5.11. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa Interna de retorno muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto con el paso del tiempo, considerando los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es cero.

La TIR se la calcula en base a la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Ti} + (\text{Ts} - \text{Ti})$$

Donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

Ti = Tasa Inferior 21%

Ts = Tasa Superior 22%

VAN Positivo 21% 785,26

VAN Negativo 22% -328,32

INTERPOLANDO

Diferencia entre tasas 22% menos 21% = 0,01

$$\text{TIR} = 21 + (0,01 * (785,26 / (785,26 - (-328,32))))$$

TIR = 21,0071 %

5.12. Índice Beneficio Costo

Para calcular el índice beneficio costo se empleó la siguiente fórmula:

$$\text{TRB/C} = (\text{sumatoria FCN} / (1+i)^n) / \text{Inversión}$$

Inversión 48.366

Sumatoria Flujos 60.497

Beneficio / Costo = 1,25081983

Relación Beneficio Costo:

R; B/C >1; VIABLE

R; B/C = 1; INDIFERENTE

R; B/C < 1; NO VIABLE

– El beneficio es mayor a uno, el proyecto es viable.

– Entonces se puede decir que por cada dólar invertido se espera recuperar 0,2508 centavos.

5.13. Recuperación del Dinero en el Tiempo

Cuadro Nº 55: Recuperación del Dinero en el Tiempo

		Años
Sumatoria de los flujos de caja netos (FCN)	86.704	5
Inversión	48.366	X
$X = (\text{Inversión} * \text{años}) / \text{sumatoria flujos netos caja}$	2,789163979	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

$$X = 2,79$$

La recuperación del dinero se efectuará a partir de 2 años.

5.14. Determinación del punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se consideró el presupuesto de ingresos y costos de los servicios del consorcio, administración y ventas. Estos valores se clasificaron en costos fijos y costos variables.

Cuadro Nº 56: Costos Fijos y Variables Proyectados

		tasa de inflación 3,80%				
		1	2	3	4	5
CONCEPTO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costos Variable	3.807	3.951	4.101	4.257	4.419	4.587
Costos Fijos	54.552	56.625	54.552	54.552	54.552	54.552
TOTAL	58.358	60.576	58.653	58.809	58.971	59.139

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado Por: La Autora

Para el Punto de Equilibrio se aplicó la siguiente fórmula:

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

Al año 2012

$$PE\$ = \frac{54.552}{1 - \frac{3.807}{79.512}}$$

$$PE\$ = 57.295$$

CAPÍTULO VI

Estructura Organizacional

6.1 Nombre del Consorcio.

“Consorcio Ibijés&Asociados”

6.2 Base Legal

6.2.1 Cómo se forma un consorcio

Un consorcio se forma mediante un contrato entre las partes integrantes, es decir, entre aquellas empresas, productores o emprendedores que quieran integrarlo.

Las partes integrantes pueden limitar su responsabilidad hacia terceros, en la medida que así lo acuerden. Y para ello se determinan estatutos en los cuales se guiará el consorcio:

- a)** En la Ciudad de San Gabriel se reúnen de manera libre y voluntaria los accionistas para conformar el consorcio, el Sr. Altamirano Madruñero Rodrigo Fabián, Ibijés Narváez Eliana Marisela, Ibijés Narváez Soraya Lizeth. PRIMERA.- CONSTITUCIÓN.- Los comparecientes convienen constituir como Sociedad de Hecho al “CONSORCIO IBUJÉS&ASOCIADOS” que se regirá por las leyes del Ecuador y el presente Estatuto.- SEGUNDA.- ESTATUTO DEL “CONSORCIO IBUJÉS&ASOCIADOS”.- NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.- ARTÍCULO UNO: La sociedad de hecho llevará el Nombre de “Consorcio Ibijés&Asociados”.- ARTÍCULO DOS: El domicilio principal de la Sociedad es la ciudad de San Gabriel, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi, por resolución de la junta general de socios, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas, y representaciones en cualquier lugar del país o del exterior, conforme a la Ley.- ARTÍCULO TRES.- La Sociedad tiene como objetivo social principal la prestación de varios servicios empresariales, la compraventa de bienes muebles e inmuebles para el giro del negocio,

la compra de acciones o participaciones como socio en otras Sociedades o compañías; y en general, toda clase de actos y contratos, civiles o mercantiles permitidos por la ley relacionadas con el objeto social principal.- ARTÍCULO CUARTO.- El plazo de duración es de cincuenta años contados a partir de la fecha de inscripción del contrato de constitución en el registro mercantil del cantón Montufar: pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prorrogar su plazo, si así lo resuelve la Junta General de Accionistas en la forma prevista por la Ley y el presente Estatuto. CAPITULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL. DE LOS PARTICIPANTES Y DE LA RESERVA LEGAL.- ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la Compañía es de 19.346,00 dólares. CAPITULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDAD.- ARTÍCULO CINCO.- Son obligaciones de los socios a) Las que se señala en La ley de Compañías, cumplir las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta General de Accionistas y el gerente General del Consorcio. ARTICULO SEIS.- SON ATRIBUCIONES DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS: Los socios, reunidos en junta general, decidirán por mayoría, establecida por vía legal o estatutaria, en los asuntos propios de su competencia, señalados de modo específico por la ley. a) La administración de la sociedad se puede confiar a un administrador único, a varios administradores que actúen de forma solidaria o en conjunto, o a un consejo de administración. En este último caso, los estatutos o en su defecto la junta general fijará el número mínimo y máximo de sus componentes y el régimen de organización y funcionamiento, sistema que debe comprender en todo caso las reglas de convocatoria y constitución de este órgano, así como el modo de deliberar y adoptar acuerdos. Hay normas especiales respecto de las siguientes cuestiones: nombramiento de administradores, administradores suplentes, duración y ejercicio del cargo, representación de la sociedad y ámbito de la misma, separación y responsabilidad de los administradores. b) Modificación de estatutos.

c) Aumento y reducción del capital social. d) Cuentas anuales, distribución de dividendos y derecho de examen de la contabilidad. e) Transformación, fusión y escisión de la sociedad. f) Separación y exclusión de socios. g) Disolución y liquidación. ARTICULO SIETE.- LAS CARACTERISTICAS DEL PUESTO SERÁN.- a) Responsabilidad por la implementación y aplicación de leyes, normas e instrumentos técnicos administrativos. b) Responsabilidad por el buen uso de bienes institucionales. c) Ejercer la supervisión a unidades administrativas y personal de servicios para la consecución y cumplimiento de sus objetivos. d) Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión). e) Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación. ARTICULO OCHO.- SON ATRIBUCIONES DEL GERENTE GENERAL.- Organizar, dirigir y coordinar el funcionamiento y desarrollo del consorcio, en concordancia con la política y objetivos institucionales establecidos por el directorio, ejerciendo su representación legal. Tomar decisiones e impartirlas a sus subordinados. a) Asignar recursos tanto humanos como materiales. b) Está al frente de las negociaciones del consorcio. c) Dar seguimiento interno y externo de informaciones que pueden ser útiles para el consorcio. d) Planificar, organizar, liderar y controlar al consorcio. e) Crear planes formales y controlar la ejecución. administrativos y operacionales del consorcio. ARTÍCULO NUEVE.- LAS CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO SERÁN.- a) Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. b) A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo. c) Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. d) Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos

necesarios para el desarrollo de los planes de acción. e) Actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad. f) Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos.

Dado y firmado en la ciudad de San Gabriel:

Sr. Altamirano Rodrigo
C.C.....

Sra. Ibujés Marisela
C.C.....

Srta. Ibujés Soraya
C.C.....

6.2.2 Requisitos para formar un consorcio.

- ✓ Reunión de socios
- ✓ Para llegar a un acuerdo por votación simple y conforman una directiva provisional, posible nombre de la empresa, avance en estatutos, etc.
- ✓ Se aprueba lo acordado anteriormente y se mencionan puntos varios, de acuerdo a la necesidad del consorcio a formarse, se mejoran los estatutos.
- ✓ Se aprueba el punto anterior y se definen los pasos legales.
- ✓ Se debe contar con el acta de las reuniones que se han efectuado.
- ✓ Dirigirse al notario para hacer la minuta, donde está el nombre del gerente, presidente y contadora.
- ✓ Aprobado eso con la documentación respectiva se realiza los trámites pertinentes en el registro mercantil, con ello se registra legalmente al consorcio.
- ✓ Luego en el municipio se saca la patente.
- ✓ Finalmente hay que dirigirse al SRI con los datos del gerente y contadora para sacar el RUC del nuevo consorcio.

6.2.3 Constitución del consorcio

- a)** El Gobierno de los consorcios depende de su Junta General y/o de su Consejo Rector, cuyos miembros representan las diversas entidades consorciadas, de acuerdo con proporciones que se establecen en sus estatutos, que en general representan el grado de aportación patrimonial de sus miembros y que delimitan las competencias respectivas o cualquier otra peculiaridad derivada de la especificidad del servicio que se gestione.
- b)** El Órgano ejecutivo del consorcio suele ser el gerente, nombrado por el órgano de gobierno de la entidad, aunque también puede asumir la gestión una entidad ajena (sociedad de profesionales o empresa de gestión), que rinde cuentas de sus resultados a aquél.
- c)** La contratación del personal suele ser en régimen laboral, pudiendo admitir la adscripción de personal perteneciente a la plantilla de cualquiera de las entidades consorciadas, aunque la relación de servicios de este personal sea en régimen funcional o estatutario.
- d)** Es importante en este punto destacar que en la selección de nuevo personal el consorcio ha de garantizar los principios de igualdad, mérito y capacidad.
- e)** Los contratos de suministros, obras, consultorías, etc. se han de someter a las normas de contratación administrativa, de acuerdo a las leyes laborales vigentes.
- f)** El control financiero de la entidad se realiza mediante auditoría anual, lo que permite sustituir la intervención previa de todos los expedientes. Su actividad, no obstante, queda sometida al control de entidades externas.
- g)** Los consorcios pueden tener patrimonio propio o adscrito. En general, las entidades consorciadas adscriben su patrimonio al consorcio o ceden los derechos de uso.
- h)** Al ser entidades de derecho público, sus actos deben ser impugnados por vía administrativa por quien se sienta perjudicado por los mismos antes de acudir a los tribunales de justicia.

6.2.4 Beneficios comerciales

Los tres principales beneficios que surgen de trabajar en un consorcio son:

- a) Fortaleza en la negociación
- b) Disminución de costos
- c) Simplificación operativa

6.3 Misión

Somos una empresa que busca satisfacer profesionalmente y con extrema responsabilidad las necesidades del cliente, dentro de un ambiente de confianza, honestidad, puntualidad y respeto, ofreciéndole una atención personalizada y de calidad, ya que contamos con un equipo de trabajo capacitado.

6.4 Visión

El “Consortio Ibujés&Asociados” quiere llegar a ser una empresa líder en el mercado para el año 2014; en la prestación de servicios empresariales, con el propósito de mantener estándares de productividad y crecimiento de los negocios de nuestros clientes, contando para ello con métodos innovadores y modernos procesos, recursos humanos idóneos, y sistemas informáticos con tecnología de punta, junto con la capacitación permanente en la que nuestra empresa basara su especial preocupación, siempre pensando en un servicio de calidad para nuestros dilectos clientes.

6.5 Logo y Slogan

Gráfico N° 36: Logo y Slogan



6.5.1. Descripción de los colores del logo.

En cuanto a los colores de la empresa se ha escogido tonos dinámicos que representen al consorcio; como el café que significa la amabilidad y sencillez con la que atendemos a nuestros clientes, el anaranjado es un matiz dinámico y representa la innovación, creatividad, éxito e ingenio que poseemos, el amarillo representa la vida, alegría, la felicidad, la inteligencia, la energía y a nuestra empresa como a una nueva vida que queremos empezar, las letras en azul significa la responsabilidad estabilidad, profundidad, lealtad, confianza, sabiduría, inteligencia, la fe, y la verdad con la que trabajamos.

6.6 Valores Corporativos

6.6.1 Respeto.

Es un valor que conduce a crear un ambiente de armonía, solidaridad, compañerismo y a entender la libertad de expresión de cada persona.

6.6.2 Responsabilidad.

Cumpliendo a cabalidad con el trabajo a cada uno encomendado.

6.6.3 Competitividad.

Ofreciendo un servicio de calidad, estar a la par con los cambios en el mercado en un mundo globalizado y tecnología cambiante.

6.6.4 Lealtad.

Hacer un compromiso, sentir orgullo de nuestra empresa y además hacia nuestros clientes.

6.6.5 Honestidad.

Ser pulcros, tener una ética profesional al momento de desarrollar un trabajo ya sea para nosotros mismos o para nuestra empresa.

6.6.6 Trabajo en equipo.

Generar relaciones de confianza y respeto mutuo al trabajar en equipo para que estos sean capaces de lograr grandes cosas.

6.7 Políticas del Consorcio

El “Consorcio Ibujés&Asociados” se compromete a cumplir con los requisitos que el cliente solicite tomando en cuenta que:

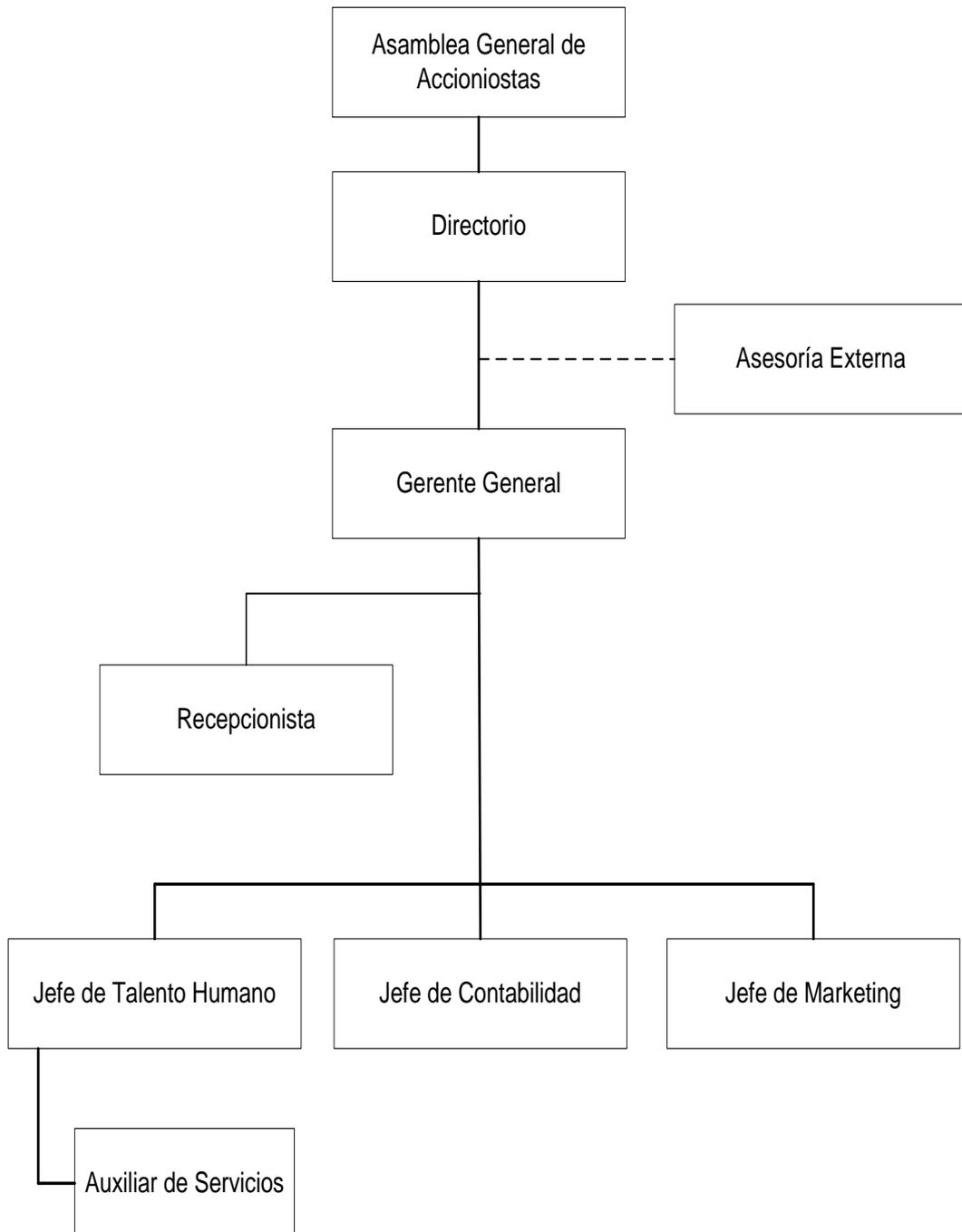
- a)** Siempre debe estar mejorando su rentabilidad para permanecer en el mercado.
- b)** Debe permanecer a la vanguardia de los cambios en el mercado.
- c)** El consorcio debe poner a disposición de sus clientes en las oficinas y en la página web, las direcciones de su local, código postal, los contactos para contratar los servicios del mismo.
- d)** El consorcio está en la obligación de actualizarse en cuanto a nuevas leyes y reglamentos publicados en los registros oficiales.
- e)** El personal que trabaja en el consorcio debe estar en constante capacitación y sujetos a los cambios que se presenten.
- f)** Todo el personal debe someterse a una evaluación cada determinado tiempo.

- g)** Los empleados deben cumplir con el horario de trabajo establecido.
- h)** Cada trimestre los departamentos deberán entregar un informe detallado de las actividades realizadas durante ese periodo.
- i)** Al adquirir un compromiso con un cliente se lo cumplirá de manera puntual siempre a tiempo, no debe haber retrasos en la entrega.
- j)** Cuando la empresa necesite personal se realizará un concurso abierto en donde se efectuarán pruebas selectivas, entrevistas personales y se escogerá a la persona con más alto puntaje.
- k)** Los empleados tienen prohibido hablar o comentar algo acerca de los clientes, fuera de la empresa.
- l)** En caso de haber un reclamo por parte de los clientes sobre un trabajo deberá presentarse por escrito y adjuntar las pruebas del incumplimiento del trabajo.
- m)** Los documentos de reclamó deberán presentarse en el plazo de 30 días a contar desde el día en que se hubiese entregado el trabajo realizado.
- n)** Dentro de cada uno de los departamentos habrá autonomía para tomar decisiones dentro del tema que les competa.
- o)** Los cargos de Jefes de departamentos tendrá una duración de 2 años y podrá ser renovado cuantas veces se considere oportuno.
- p)** La persona que ingrese a trabajar en la empresa no podrá ostentar otro cargo fuera de ella.
- q)** Al existir una vacante dentro de la empresa el plazo para llenarla será de 30 días.
- r)** Establecer que se presenten informes al final de cada mes indicando el consumo de materia prima y materiales de oficina con la finalidad de optimizar los recursos, elaborado por el director de cada departamento.
- s)** Estas políticas podrán ser modificadas si los directivos de la empresa consideran necesario.

6.8 Estructura Orgánica

6.8.1 Organigrama Funcional

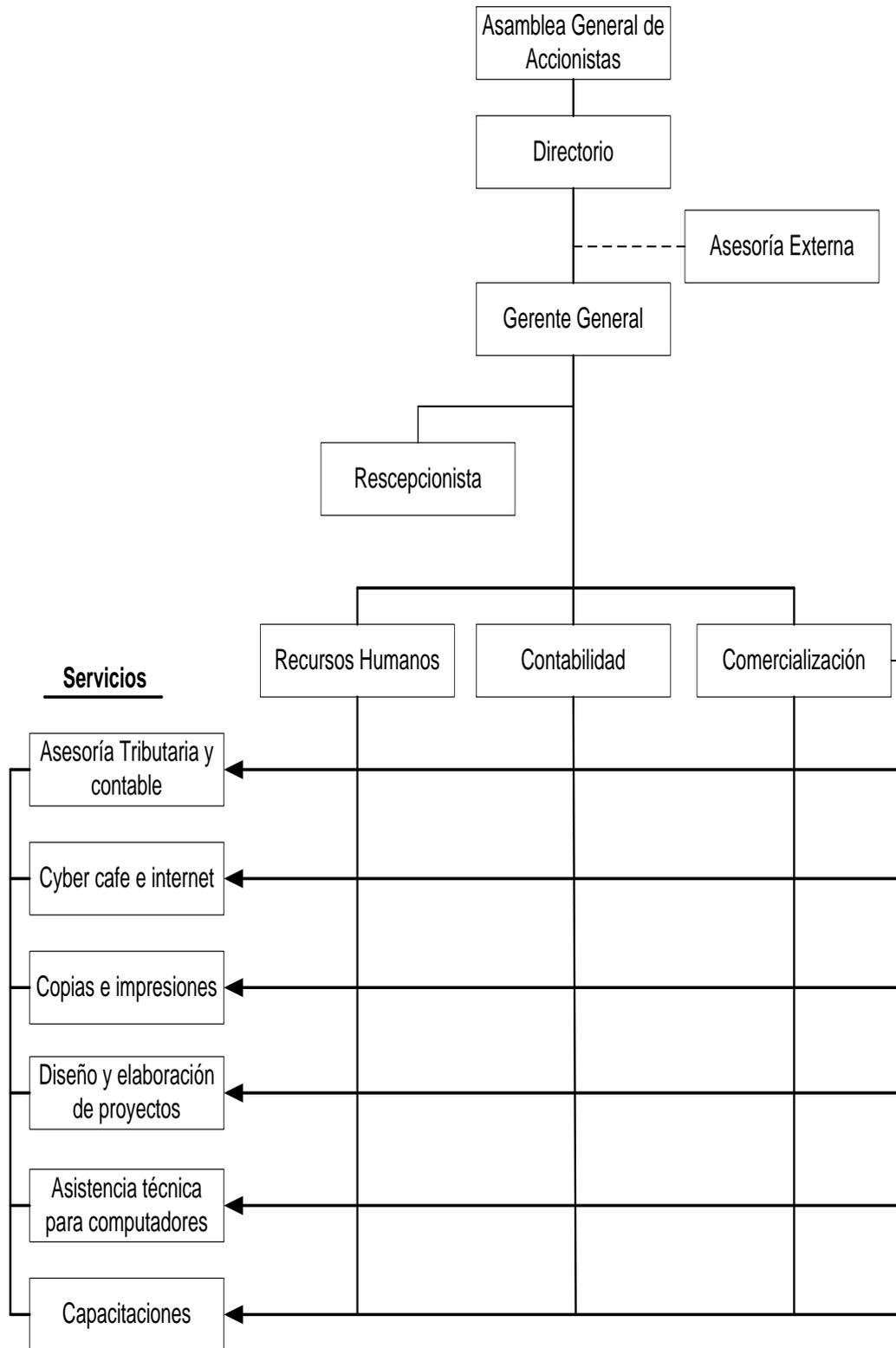
Gráfico N° 37: Organigrama Estructural (Administración Consorcio) Ibujés&Asociados



Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado Por: La Autora Recepción

**Gráfico N° 38: Organigrama Estructural Consorcio
Ibujés&Asociados**



Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado Por: La Autora

6.9 Manual de Funciones

6.9.1 Jefe de Talento Humano.

6.9.1.1 Naturaleza del trabajo.

Dirección, coordinación y programación de planes y procedimientos administrativos en la Corporación, así como garantizar el cumplimiento de los servicios.

6.9.1.2 Tareas a realizar.

- a) Programar y dirigir la organización administrativa del consorcio.
- b) Organizar y administrar los servicios generales, seguridad, sistemas informáticos, transporte, mantenimiento de las instalaciones y equipos, y abastecimiento de bienes y servicios a través de proveeduría.
- c) Supervisar la administración de los recursos humanos de la entidad.
- d) Preparar e implantar normas de seguridad en la institución.
- e) Coordinar sus acciones con directores y jefes de sección en la ejecución de programas administrativos.

6.9.1.3 Características del puesto.

- a) Responsabilidad por la implementación y aplicación de leyes, normas e instrumentos técnicos administrativos.
- b) Responsabilidad por el buen uso de bienes institucionales.
- c) Ejercer la supervisión a unidades administrativas y personal de servicios para la consecución y cumplimiento de sus objetivos.

6.9.2 Jefe de Contabilidad.

6.9.2.1 Naturaleza del trabajo.

Ejecución de actividades contables.

6.9.2.2 Tareas a realizar.

- a) Elaborar los balances de la entidad.
- b) Preparar informes mensuales con el debido establecimiento de saldos a la fecha de cada departamento institucional.

- c) Llevar el registro de mayores auxiliares y mayor general.
- d) Elaborar libro de bancos y establecer saldos diarios.
- e) Revisar solicitudes de reposición de fondos y preparar cheques y órdenes de pago.
- f) Registrar operaciones diarias en sus respectivos libros tales como: Gastos generales, Cuentas Bancarias, cuentas por pagar y cuentas por cobrar.
- g) Controlar los ingresos y egresos.
- h) Realizar arqueos de caja chica y conciliaciones bancarias.

6.9.2.3 Características del puesto.

- a) Trabajo que debe realizarse con un mínimo de errores en el desempeño de sus funciones y requiere de precisión y exactitud en la presentación de asientos contables.
- b) Garantizar la custodia permanente de documentos.
- c) Responsabilidad por la correcta aplicación de leyes, normas y procedimientos contables.
- d) Sujeto a supervisión permanente.

6.9.3 Jefe de Marketing.

6.9.3.1 Naturaleza del trabajo.

Elaborar afiches y vallas publicitarias ya sea en los aspectos internos como los requerimientos externos es decir para la institución y para los clientes. Además se encargará de desarrollar proyectos de diferente índole mediante la prestación del servicio de asesoría por hora, efectuando los cálculos y realizando cómputos a fin de aportar la información necesaria para llevar a cabo y de manera satisfactoria el servicio.

6.9.3.2 Tareas a Realizar.

- a) Elaborar los dípticos y trípticos del consorcio para difundir cada uno de los servicios a brindar.

- b)** Preparar informes mensuales con la especificación de las actividades realizadas y los recursos empleados.
- c)** Contactar con la persona encargada de brindar los cursos y charlas.
- d)** Revisar solicitudes de los clientes para identificar la mayor demanda de los cursos a dictarse.
- e)** Busca nuevos conocimientos y técnicas.
- f)** Analizar y procesar la información contenida en los proyectos.
- g)** Realizar los cómputos y cálculos que sean necesarios en cada uno de los diferentes proyectos que se asesoren.
- h)** Interpretar la información recolectada y verificar que ésta sea real.
- i)** Asistir a capacitaciones periódicas con la finalidad de actualizar sus conocimientos.
- j)** Cumple con las normas y procedimientos establecidos por la organización.
- k)** Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- l)** Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- m)** Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

6.9.3.3 Características del puesto.

- a)** Responsabilidad por el trabajo que realiza en base a normas y procedimientos técnicos.
- b)** Requiere de iniciativa y destreza en el manejo de software y hardware.
- c)** Su labor es supervisada en forma permanente.
- d)** Manejo de diferentes programas tanto de diseño como de office.
- e)** Discreción acerca de los documentos y de la información en las que se de asesoría.

6.9.4 Ingeniero en Sistemas.

6.9.4.1 Naturaleza del Trabajo.

Ejecución de labores de digitación en un equipo de procesamiento automático de datos, reparación y venta de equipos de cómputo.

6.9.4.2 Tareas a Realizar.

- a) Brindar asesoría técnica en cuanto al sistema interno de la institución y los paquetes informáticos de cada equipo.
- b) Mantener actualizadas las maquinas en cuanto a sus programas, accesorios antivirus y licencias de software utilizados en las mismas.
- c) Dar mantenimiento a los equipos de cómputo de la institución y de los clientes que requieran de éste servicio, armar y desarmar máquinas, darles formato y todo en cuanto a los aspectos de hardware y software se requiera.
- d) Realizar cambios a normas y procedimientos de operación de las unidades periféricas, tendientes a optimizar su funcionamiento y utilización.
- e) Colaborar en la elaboración de software y formatos adaptables a actividades de la institución.
- f) Brindar cursos y charlas que sirvan para la actualización de conocimientos.

6.9.4.3 Características del puesto.

- a) Responsabilidad por el trabajo que realiza en base a normas y procedimientos técnicos.
- b) Requiere de iniciativa y destreza en el manejo de equipos computarizados.
- c) Su labor es supervisada en forma permanente.
- d) Discreción acerca de los documentos y de la información que se obtenga al dar formato a las máquinas de los clientes.

6.9.5 Capacitador.

6.9.5.1 Naturaleza del Trabajo.

Establecer un buen clima relacional, afectivo, que proporcione niveles elevados de confianza y seguridad: presentación inicial, informar a los estudiantes de los objetivos y contenidos de la asignatura, así como de las actividades que se van a realizar y del sistema de evaluación.

6.9.5.2 Tareas a Realizar.

- a) Conocer al alumnado y establecer el diagnóstico de sus necesidades.
- b) Preparar las clases.
- c) Organizar y gestionar situaciones mezcladas de aprendizaje con estrategias didácticas que consideren la realización de actividades de aprendizaje.
- d) Diseñar estrategias de enseñanza y aprendizaje.
- e) Preparar estrategias didácticas (series de actividades) que incluyan actividades motivadoras, significativas, colaborativas, globalizadoras y aplicativas.
- f) Considerar la posibilidad de ofrecer a los estudiantes diversas actividades que puedan conducir al logro de los objetivos.

6.9.5.3 Características del puesto.

Quien ocupe este cargo debe ser:

- a) Un especialista al más alto nivel de su área de conocimiento.
- b) Motivado para la investigación y la docencia de su asignatura.
- c) Con ciertos rasgos de personalidad.
- d) Con ciertas habilidades personales básicas.
- e) Con habilidades docentes específicas.
- f) Persona reflexiva
- g) Persona crítica
- h) Persona competente en el ámbito de la propia disciplina
- i) Persona capacitada para ejercer la docencia

- j) Persona capacitada para realizar actividades de investigación y gestión.

6.9.6 Recepcionista

6.9.6.1 Naturaleza del Trabajo.

Ejecución de labores de secretariado.

6.9.6.2 Tareas a Realizar.

- a) Mecanografiar documentos variados.
- b) Atender y efectuar llamadas telefónicas.
- c) Mecanografiar cuadros estadísticos.
- d) Enviar y Receptar la correspondencia de las diferentes dependencias de la institución.
- e) Atender al público y a los servidores de la entidad brindando la información sobre trámites y resultados que se realizan en la misma.
- f) Asistir a sesiones de departamentos, redactar, presentar los informes y resoluciones.
- g) Colaborar en la organización y mantenimiento del archivo de los documentos de la entidad.
- h) Tomar dictados.
- i) Redactar correspondencia de rutina.
- j) Concertar conferencias.
- k) Manejar las agendas de los diferentes funcionarios.

6.9.6.3 Características del puesto.

- a) Establecer buenas relaciones interpersonales con los servidores y público en general.
- b) Requiere de iniciativa y predisposición para el cumplimiento de las tareas, mantener en reserva información confidencial.
- c) Recibe supervisión a través del trabajo realizado.
- d) Secretaria de toda la institución.

6.9.7 Operador.

6.9.7.1 Naturaleza del Trabajo.

Atención a los diferentes clientes que lleguen al consorcio de manera especial a los usuarios del Cyber Café- Internet.

6.9.7.2 Tareas a Realizar.

- a) Revisar antes de abrir y luego de cerrar cada uno de los equipos que se encuentren completos y que no falte nada.
- b) Elaborar trabajos en computador.
- c) Realizar consultas en internet para los clientes.
- d) Sacar copias, impresiones.
- e) Llevar un conteo y control de las copias efectuadas por día de acuerdo a los datos señalados por la máquina.
- f) Realizar informes de manera periódica informando el estado de las máquinas y utilización de insumos.

6.9.7.3 Características del puesto.

- a) Responsabilidad por la buena presentación de su lugar de trabajo y de la institución, demostrando predisposición e interés.
- b) Requiere esfuerzo físico.
- c) Sujeto a control y supervisión de sus superiores.
- d) Trabajo bajo presión.

6.9.8 Auxiliar de Servicios.

6.9.8.1 Naturaleza del Trabajo.

Ejecución de labores de limpieza, mensajería, guardianía, jardinería y mantenimiento de las instalaciones en general.

6.9.8.2 Tareas a Realizar.

- g) Realizar el aseo de oficinas.
- h) Llevar y traer mensajes dentro y fuera de la institución.
- i) Pasar y retirar correspondencia, así como ejecutar diligencias en bancos y otras instituciones.

j) Eventualmente vigilar el edificio y otros bienes de la institución durante su jornada de trabajo.

k) Transportar máquinas, equipos y materiales para su utilización.

6.9.8.3 Características del puesto.

e) Responsabilidad por la buena presentación de oficinas e instalaciones de la institución, demostrando predisposición e interés.

f) Requiere esfuerzo físico.

g) Sujeto a control y supervisión de sus superiores.

h) Trabajo bajo presión.

6.10 Propuesta Contable

Para llevar la contabilidad del consorcio se ha tomado en cuenta que el consorcio se formará como Sociedad Civil ante el juez de lo Civil del lugar de residencia del consorcio en este caso el Cantón Montufar, teniendo en cuenta a la Ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento, la ley de régimen municipal, el código tributario, el código laboral, la constitución del estado, además se incluye la nuevas leyes como son las NIIFS, las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. Además con la implementación del sistema contable FENIX se facilitará el ingreso de documentos que permitirán un mejor control de las transacciones que se realicen durante el día.

6.11 Estrategias

Estrategias para el producto o servicio.

El producto es el servicio que ofrecemos o vendemos a los consumidores.

Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al producto son:

a) Ampliar nuestra línea de producto y servicio.

b) Lanzar novedosas y nuevas técnicas al brindar el servicio.

c) Incluir nuevos servicios al cliente como la entrega a domicilio, el servicio de instalación, nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra y uso de los diferentes servicios.

Estrategias para el precio

El precio es el valor monetario que le asignamos a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al precio son:

- a) Lanzar al mercado un nuevo producto o servicio con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.
- b) Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad.
- c) Reducir el precio de un producto, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- d) Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.

Estrategias para la plaza o distribución

La plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán nuestros productos y/o servicios a los consumidores, así como en determinar la forma en que los servicios serán trasladados hacia estos lugares o puntos de venta. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la plaza o distribución son:

- a) Ofrecer nuestros servicios vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, vistas a domicilio.
- b) Hacer uso de intermediarios y de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestros servicios. (De Boca en boca).
- c) Ubicar nuestros afiches dando a conocer nuestros servicios solamente en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de servicio que ofrecemos (estrategia de distribución selectiva).

Estrategias para la promoción o comunicación

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir,

motivar o inducir su compra o adquisición. Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la promoción son:

- a)** Crear nuevas ofertas tales como: por apertura el 20% de descuento en su asesoría.
- b)** Ofrecer cupones o vales de descuentos cuando presenten una referencia o recomendación del consorcio.
- c)** Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- d)** Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- e)** Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.
- f)** Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- g)** Participar en ferias.
- h)** Crear actividades o eventos.
- i)** Auspiciar a alguien, institución o empresa.
- j)** Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- k)** Crear afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.

CAPITULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Impactos

Los Impactos Constituyen los posibles efectos que puede tener la implementación del Consorcio Ibujés&Asociados. Los Indicadores permitieron evaluar de manera cualitativa y cuantitativa las variables Económico, Social, Tecnológico, Académico – Educativo y Comercial; que sin duda afectarán el entorno y el sector a la empresa en forma positiva y negativa.

Para la presentación del Informe de resultado de Impactos, se utilizó un parámetro de valoración cuantitativa y cualitativa a través de la siguiente escala.

Cuadro N° 57: Escala de valoración Cualitativa y Cuantitativa.

Impacto	Valoración
Impacto alto positivo	3
Impacto medio positivo	2
Impacto bajo positivo	1
No hay Impacto (Impacto nulo o Neutro)	0
Impacto bajo Negativo	-1
Impacto medio negativo	-2
Impacto alto negativo	-3

Fuente: Bases teóricas y Prácticas Para el diseño y elaboración de Proyectos productivos y de inversión. Ing. Walter Jácome.

Elaborado Por: La Autora

7.1.1 Económico

El impacto económico que generará la implementación del consorcio, beneficiará a quienes se encuentran involucrados de manera directa en la ejecución del proyecto. El impacto económico se verá reflejado en: La creación de Fuentes de empleo, Incremento de la Productividad y Optimización de recursos, reflejados en la rentabilidad del proyecto y evaluados a través de los indicadores financieros, VAN, TIR, B/C.

Cuadro N° 58: Impacto Económico.

INDICADOR \ NIVEL DE IMPACTO	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fuente de empleo						2		2
Incremento de la productividad						2		2
Optimizar Recursos							3	3
SUBTOTAL	0	0	0	0	0	4	3	7

Fuente: Estudio de Factibilidad.

Elaborado Por: La Autora

7.1.2 Social

El impacto social se verá reflejado en la mejora de la calidad de vida de los microempresarios de la ciudad de San Gabriel, a través del acceso a los servicios que proporcionará el consorcio en la satisfacción de las diferentes necesidades de Asesoría tributaria, Contable, Diseño y elaboración de proyectos e Internet; a través de un servicio de calidad al cliente.

Cuadro N° 59: Impacto Social

INDICADOR \ NIVEL DE IMPACTO	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Calidad de vida							3	3
Satisfacción de Necesidades						2		2
Calidad de Servicio al cliente							3	3
SUBTOTAL	0	0	0	0	0	2	6	8

Fuente: Estudio de Factibilidad.

Elaborado Por: La Autora

7.1.3 Tecnológico

El impacto tecnológico será alto, debido a la implementación de equipos con tecnología de punta que compensarán las necesidades de los usuarios. Además KNOW-HOW del talento Humano que laborará en el consorcio, lo que garantizará innovación y creatividad de beneficio mutuo para inversionistas y usuarios.

Cuadro Nº 60: Impacto Tecnológico

INDICADOR \ NIVEL DE IMPACTO	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Aplicación de nuevos sistemas y procesos						2		2
Innovación							3	3
Transferencia de Tecnología (Hardware y Software)						2		2
SUBTOTAL	0	0	0	0	0	4	3	7

Fuente: Estudio de Factibilidad.

Elaborado Por: La Autora

7.1.4 Académico – Educativo

Con la implementación del Consorcio Ibijes&Asociados se espera lograr un impacto alto, ya que se contribuirá a la generación de conocimientos a través de Cursos de capacitación; y a la Generación de comunicación a través del servicio Internet que servirá como fuente de consulta para empresarios, estudiantes y público en general.

Cuadro Nº 61: Impacto Académico – Educativo

INDICADOR \ NIVEL DE IMPACTO	NIVEL DE IMPACTO							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de conocimientos							3	3
Generación de comunicación						2		2
Fuente de consulta							3	3
SUBTOTAL	0	0	0	0	0	2	6	8

Fuente: Estudio de Factibilidad.

Elaborado Por: La Autora

7.1.5 Impacto Comercial

El impacto comercial que se espera lograr con la creación del consorcio será alto, ya que el propósito es producir cambios en los microempresarios en la forma de comercializar sus productos y servicios. Este propósito se logrará a través de Cursos de Capacitación en técnicas de ventas, Relaciones Humanas. Así como también en el diseño de la imagen corporativa de los negocios; pero sobre todo del análisis de este impacto se espera dar cobertura de servicio a la mayor cantidad de comerciantes que buscan una oportunidad en el mercado.

Cuadro Nº 62: Impacto Comercial

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADOR								
Creatividad de Negociación							3	3
Imagen							3	3
Cobertura						2		2
SUBTOTAL	0	0	0	0	0	2	6	8

Fuente: Estudio de Factibilidad.

Elaborado Por: La Autora

7.1.6 Impacto Ambiental

El impacto ambiental que se generará en cuanto el consorcio empiece a laborar será alto, ya que de manera directa o indirecta se generará basura tecnológica y papeles de desecho y se contrarrestará ese impacto de acuerdo con el manejo de los desechos de acuerdo a las normas de reciclaje y el cuidado ambiental, con el análisis de éste impacto se espera disminuir y manejar de manera correcta los desechos que se generen del consorcio.

Cuadro N° 63: Impacto Ambiental

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADOR								
Manejo de desechos							3	3
Gases tóxicos							3	3
Tratamiento de la basura							3	3
SUBTOTAL	0	0	0	0	0	0	9	9

Fuente: Estudio de Factibilidad.

Elaborado Por: La Autora

7.1.7 Impacto General

El impacto general que se espera lograr con la implementación del Consorcio Ibujés&Asociados estará en función de los aspectos Económico, Social, Tecnológico, Académico – Educativo, Comercial.

El impacto económico beneficiará a inversionistas y microempresarios, a través de los ingresos por servicios, creación de fuentes de empleo, e incremento de la productividad.

En el aspecto social se espera mejorar la calidad de vida de los microempresarios a través del acceso a la gama de servicios del consorcio.

La tecnología de las máquinas y el KNOW-HOW del talento Humano ayudarán a la innovación y creatividad, beneficio mutuo para inversionistas y usuarios.

El impacto educativo esperado se verá reflejado en la generación de conocimientos y establecimiento de canales adecuados de comunicación con empresas de servicios, proveedores, clientes, e instituciones financieras.

El propósito comercial es producir cambios en los microempresarios en la forma de negociación de sus productos y servicios; así como en la creación de la imagen institucional de sus negocios.

Cuadro Nº 64: Impacto General

NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADORES								
Económico						2,3		2,3
Social							2,7	2,7
Tecnológico						2,3		2,3
Académico - Educativo							2,7	2,7
Comercial						2,7		2,7
TOTAL	0	0	0	0	0	7	5	12,67

Fuente: Estudio de Factibilidad.

Elaborado Por: La Autora

Impacto general = \sum nivel de impactos / N de indicadores

CONCLUSIONES

En el diagnóstico se determinó la situación actual de la población de la ciudad de San Gabriel, respecto al Nivel de educación, actividades económicas que realiza la población, la gestión empresarial que llevan a cabo los comerciantes del cantón, la calidad de servicio al cliente. Factores que permitieron conocer la estructura del aparato productivo y cultural de la gente.

El marco teórico se sustentó con las bases teóricas existentes respecto a las principales variables: Consorcio, Estructura organizacional, Contabilidad, NIIF para PYMES, Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos, obligaciones tributarias, servicios, proyectos, cursos y charlas.

En el Balance de Oferta y Demanda del estudio de mercado se determinó las necesidades de los microempresarios de la ciudad de San Gabriel respecto de los servicios de Asesoría Tributaria, Contable, Cyber Café – Internet, Diseño y Elaboración de Proyectos, asistencia técnica para Computadores y Cursos de capacitación.

En el estudio técnico se determinó la macro y micro localización del centro productivo, capacidad y distribución de la planta, diagramación de los procesos de los servicios, necesidades de talento humano y maquinaria, monto de inversión propia y financiada.

La evaluación financiera se evidenció a través del flujo de caja que tiene saldo positivo en la evaluación del horizonte del proyecto. El valor del costo de Capital es de 0,08412, la TRM es de 12,53% esto es la rentabilidad que dará el proyecto, el VAN es \$ 12.131, con el empleo de la tasa TRM el proyecto es rentable, TIR 21,0071% y Beneficio –Costo

1,25081983, recuperando la inversión a partir del segundo año y ocho meses.

La evaluación de los impactos es favorable por la implementación del proyecto. Por lo que existe viabilidad para la creación del Consorcio Ibujés&Asociados.

RECOMENDACIONES

Potenciar el desarrollo de las unidades productivas de la ciudad de San Gabriel a través de prestación de los servicios del Consorcio, una vez conocido el Nivel de educación, actividades económicas que realiza la población, la gestión empresarial que llevan a cabo los comerciantes del cantón, la calidad de servicio al cliente, la cultura y aparato productivo del cantón.

Proponer la utilización de herramientas de gestión administrativas financieras y comerciales que contribuyan a una eficiente gerencia del Consorcio Ibujés&Asociados.

Hacer pruebas de mercado periódicas para conocer el posicionamiento de los servicios del consorcio y las necesidades de potencializar las actividades que tengan debilidad de presencia en el mercado. Además de innovar en forma permanente las características del servicio, la forma de distribución y promoción.

El talento humano que labore en el Consorcio Ibujés&Asociados deberá cumplir requisitos básicos respecto a la escolaridad y profesionalización; uso de tecnología de punta en los diferentes servicios; utilización de fuentes de financiamiento como alternativa para mejorar la rentabilidad, a través del ahorro fiscal (menor pago de participación laboral e impuesto a la renta).

A pesar que en la evaluación financiera, los indicadores demostraron una rentabilidad satisfactoria, es importante hacer evaluaciones individuales de cada servicio, con el propósito de recomendar la eliminación y creación de servicios, previo análisis económico y estudio de mercado respectivamente.

Para que los impactos esperados se hagan realidad, una vez implementado el Consorcio Ibujés&Asociados, será necesario cumplir con los objetivos del proyecto y aplicar las políticas y estrategias encaminadas a la gestión empresarial.

BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜÍSTICA

- BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill; México 2010.
- BERNAL, Cesar; Metodología de la investigación; Editorial Pearson Education; Segunda Edición; México 2006.
- Biblioteca de consulta virtual Microsoft Encarta 2009.
- CERDA, Gutiérrez; Como Elaborar Proyectos, Cooperativa Editorial Magisterio, Bogotá - Colombia, 2005.
- CHAVES, Virgilio; San Gabriel y la Gruta de Rumichaca de la Paz, Quito-Ecuador, 1980.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administración de Recursos Humanos. Colombia. 2005.
- COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN FACAIE; guía para el diseño del plan de trabajo de grado; editorial universitaria, Ibarra Ecuador, 2005.
- Cultural S.A; Diccionario de informática ok; polígono industrial Arroyo Molinos; Madrid España; edición 2005.
- ESPEJO, Lupe; Contabilidad General; Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja; Loja Ecuador, 2010.
- ESPINOSA, Mireya; MORILLO, Amalia; nociones básicas de investigación científica; servicios editoriales Daniel Álvarez Burneo, cuarta edición, Loja Ecuador, 2005.
- FRANKLIN, Enrique. Organización de Empresas Análisis, Diseño y Estructura. Mc Graw Hill. México. 2008
- FUNDACIÓN, Santa María; Informe mundial sobre la comunicación los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías; Ediciones UNESCO/CINDOC; España; 2003.
- GARCÍA, Beatriz, SONGEL, Gabriel; Factores de innovación para el diseño de nuevos productos en el sector juguetero; Editorial Universidad Politécnica de Valencia; España; 2004.
- GARCÍA, Raúl, J; Mantenimiento de Computadoras PC; documento de internet; 2005

- GÓMEZ, Guillermo; Planeación y Organización de Empresas, Mc Graw Hill, Octava Edición, México, 2005.
- GÓMEZ, María Eugenia; Los consorcios como forma de colaboración; documento de internet, 2006.
- GÓMEZ, Marisol; Planificación Estratégica; documento de internet; Abril 2007.
- Gutiérrez, Abraham; Curso de Técnicas de Investigación, editora andina, Quito-Ecuador, 2005.
- GUZMÁN, B. Carlos, E; Mantenimiento del PC; documento de internet; Venezuela, 2005.
- JÁCOME, Walter; Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Universidad Técnica del Norte editorial universitaria, Ibarra, 2005.
- JARRÍN, Pedro; Guía práctica de investigación científica, I.S.B.N., Quito- Ecuador, 2005.
- LEIVA, Francisco; Nociones de Metodología de Investigación Científica; Editorial Tippoffset “Ortiz”; Quito - Ecuador 2005.
- Ley de Régimen Tributario Interno.
- Ley de comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos.
- LUSTHAUS, Charles; Evaluación Organizacional, marco para mejorar el desempeño; Banco Interamericano de desarrollo y centro internacional de investigaciones para el desarrollo, 2005.
- MARTÍNEZ, Guillen, María del Carmen; La gestión empresarial, equilibrando objetivos y valores; Ediciones Díaz de Santos S. A; Madrid España; 2003.
- MEJÍA, Alberto; Los Valores Corporativos; Documentos Planning; Medellín, Colombia; 2004.
- MÉNDEZ, Carlos; Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas; editoriales Mc Graw Hill, Colombia, Tercera edición, 2005.

- MENÉNDEZ Moreno, Alejandro; Derecho financiero y Tributario, parte general, lecciones de cátedra; editorial Lex Nova S. A, España, décima edición; 2009.
- Normas Internacionales de Información Financiera aplicado a PYMES.
- OCÉANO CENTRUM; Diccionario de administración y finanzas; Impreso en España; 2004.
- PEÑA, H. Pedro; Diseño Publicitario de la idea al papel; Espe editores, primera edición; impreso en Perú; 2007.
- REINOSO, Víctor; Proceso administrativo y su aplicación en las empresas; Ministerio de educación y cultura; Quito-Ecuador; 3º edición; 1985.
- ROBBINS, Stephen; COULTER, Mary; Administración; Pearson Education; Octava edición; México 2005.
- ROMERO, Javier; Principios de Contabilidad; Editorial Ultra S.A. de C.V.; Tercera Edición; Iztapalapa – México 2006.
- SAPAG, Nassir y Sapag Reinaldo; Preparación y evaluación de proyectos, Mc Graw Hill México; 5ta edición. 2008.
- SILISEO, Alfonso; Capacitación desarrollo del personal, Editorial Limusa S. A. México; cuarta edición. 2004.
- STATON William; Etzel Michael, fundamentos de marketing; Fundamentos de marketing; McGraw Hill; 13ª edición; 2004.
- VÁSCONEZ, José; Contabilidad General para el siglo XXI, Registro de la propiedad intelectual realizado en el ministerio de educación pública y cultura y el I.S.B.N. en la cámara Ecuatoriana del libro, Quito-Ecuador, 2005.
- WHITTINGTON O. Ray; Auditoría un enfoque Integral; editorial Mc Graw Hill; 13ª Edición; Bogotá Colombia; 2005.
- <http://www.carchi.gov.ec/files/montufar.doc>
- www.ecuadorimpuestos.com
- <http://es.wikipedia.org/wiki/>
- Fascículo_de_Montufar.pdf/instituto nacional de estadísticas y censos.
- www.definicion.de.html

- www.definicionabc.com
- www.inec.gov.ec
- <http://www.carchi.gov.ec>
- <http://www.cad.com.mx>
- <http://es.scribd.com/doc/39621374/MONTUFAR-INFORMACION-TURISTICA>
- <http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=4&ciudad=QizJLXSE>
- http://www.pnud.org.ec/art/frontEnd/images/objetos/PRIORID_ART_PNUD_CARCHI.pdf

ANEXOS

ANEXOS

Anexo N° 1: Encuesta Diagnóstico
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACAE
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN
MONTÚFAR

Encuesta N°.....

Lugar.....

OBJETIVO

Conocer el nivel de escolaridad, estructura familiar y actividad económica, de la población urbana del Cantón Montufar.

INSTRUCCIONES

Marque con una X en el casillero que se ajuste con su respuesta, de tal manera que esta sea clara, seria y verídica.

CUESTIONARIO:

1. ¿Cuál es el nivel de escolaridad de los miembros de su familia?

- Primaria ()
- Secundaria ()
- Superior ()
- Postgrado ()
- Ninguno ()

2. ¿Qué actividad económica realizan los miembros de la familia?

- Empleado privado ()
- Empleado público ()
- Libre ejercicio ()
- Comerciantes ()
- Agricultor ()
- Microempresarios ()

3. ¿Se fija objetivos para conocer el rendimiento de su negocio?

- Si ()
- No ()
- A veces ()

4. ¿Dispone de un sistema contable para el registro de ingresos y egresos?

- Si ()
- No ()

5. ¿Se preocupa por la calidad de los productos y/o servicios que produce su empresa?

- Si ()
- No ()
- A veces ()

6. ¿Ha asistido a cursos y/o charlas que contribuyan al mejoramiento de su negocio?

- Si ()
- No ()
- A veces ()

DATOS TÉCNICOS

EDAD:

5-10.....
11-20.....
21-30.....
31-40.....
+ 40.....

SEXO:

Masculino.....
Femenino.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2: Encuesta Estudio de Mercado.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACAE
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN
MONTÚFAR**

Encuesta N°.....

Lugar.....

OBJETIVO

Determinar el nivel de oferta y demanda de los servicios de asesoría tributaria, contable, copias, impresiones, servicio de internet, diseño y elaboración de proyectos, asesoría técnica para computadores de la población urbana del Cantón Montufar.

INSTRUCCIONES

Marque con una X en el casillero que se ajuste con su respuesta, de tal manera que esta sea clara, seria y verídica.

CUESTIONARIO:

1. ¿Ha utilizado los servicios que se describen a continuación?

Asesoría Tributaria	<input type="checkbox"/>	Servicio de plotter de impresión	<input type="checkbox"/>
Asesoría Administrativa	<input type="checkbox"/>	Diseño y elaboración de proyectos	<input type="checkbox"/>
Asesoría Contable	<input type="checkbox"/>	Asistencia técnica para computadores	<input type="checkbox"/>
Diseño Grafico y Publicidad	<input type="checkbox"/>	Realización de auditorías	<input type="checkbox"/>
Cyber café - Internet	<input type="checkbox"/>	Actualización de conocimientos (cursos/Charlas)	<input type="checkbox"/>
Copias e impresiones	<input type="checkbox"/>		

2. ¿Le gustaría que se cree una empresa que reúna todos estos servicios en un solo lugar?

Definitivamente sí (), Probablemente sí (), Indeciso (), Probablemente no (), Definitivamente no ()

3. ¿En qué sector le gustaría que se ubique la empresa?

Cerca al Parque Central	<input type="checkbox"/>
Cerca al Coliseo de Deportes	<input type="checkbox"/>
Cerca al Mercado San José	<input type="checkbox"/>
Cerca al Mercado Amazonas	<input type="checkbox"/>
Cerca al Mercado Central	<input type="checkbox"/>

4. ¿De los servicios que se detalla a continuación, cuales utilizaría?

Asesoría Tributaria	<input type="checkbox"/>	Servicio de plotter de impresión	<input type="checkbox"/>
Asesoría Administrativa	<input type="checkbox"/>	Diseño y elaboración de proyectos	<input type="checkbox"/>
Asesoría Contable	<input type="checkbox"/>	Asistencia técnica para computadores	<input type="checkbox"/>
Diseño Grafico y Publicidad	<input type="checkbox"/>	Realización de auditorías	<input type="checkbox"/>
Cyber café - Internet	<input type="checkbox"/>	Actualización de conocimientos (cursos/Charlas)	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con qué frecuencia utilizaría estos servicios?

Ítem	Diario	Seman	Quin	Mens	Trim	Seme	Anual
Asesoría Tributaria	<input type="checkbox"/>						
Asesoría Administrativa	<input type="checkbox"/>						
Asesoría Contable	<input type="checkbox"/>						
Diseño Grafico y Publicidad	<input type="checkbox"/>						
Cyber café - Internet	<input type="checkbox"/>						
Copias e impresiones	<input type="checkbox"/>						
Servicio de plotter de impresión	<input type="checkbox"/>						
Diseño y elaboración de proyectos	<input type="checkbox"/>						
Asistencia técnica para computadores	<input type="checkbox"/>						
Realización de auditorías	<input type="checkbox"/>						
Actualización de conocimientos (cursos/Charlas)	<input type="checkbox"/>						

6. ¿Cuál es el ingreso familiar?

1 s.m.v	<input type="checkbox"/>
2 s.m.v	<input type="checkbox"/>
3 s.m.v	<input type="checkbox"/>
Más de 3 s. m. v	<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué cantidad de dinero destinaría para pagar por estos servicios?

0,15-0,30	<input type="checkbox"/>	5,00 a 10,00	<input type="checkbox"/>
0,31-0,45	<input type="checkbox"/>	11,00 a 15,00	<input type="checkbox"/>
0,46-0,60	<input type="checkbox"/>	16,00 a 20,00	<input type="checkbox"/>
0,61-1,00	<input type="checkbox"/>	21,00 a 25,00	<input type="checkbox"/>
		Más de 26,00	<input type="checkbox"/>

DATOS TÉCNICOS

EDAD:

5-10.....
11-20.....
21-30.....
31-40.....
+ 40.....

SEXO:

Masculino.....
Femenino.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nota: Para mayor facilidad la encuestas se la realizó en una sola tanto para el estudio de mercado como para el diagnóstico debido a que el público al que nos enfocábamos eran los comerciantes y sus familias, y en muchos casos se negaban a colaborar.

Anexo N° 3: Ficha de Observación 1

Lugar: San Gabriel

Sector: Carrera 3 Bolívar.

Fecha: 13/04/2011

Informante: Comerciantes del Cantón.

Título: Observación de las actitudes que toman los comerciantes al momento de realizar las encuestas.

Algunas de las personas a las que se les realizó la encuesta no tenían los conocimientos claros acerca del tema que se estaba tratando.

Otras personas evadían las preguntas con respuestas como no sé, y no gracias, no tengo tiempo. Por el contrario, otras se mostraron muy amables y contestaron todas las preguntas que se formularon, demostrando confianza, seguridad y conocimiento acerca del tema que se estaba tratando. Además manifestaron que es de suma importancia, ya que evitaría que muchos comerciantes viajen a otros lugares para resolver necesidades de diversa índole relacionados con las actividades empresariales.

Anexo N° 4: Ficha de Observación 2

Lugar: San Gabriel

Sector: Norte, Sur y Centro.

Fecha: 08/05/2011

Informante: Actividades Comerciales y Propietarios del Cantón.

Título: Observación de las diferentes unidades de producción.

Se realizó las encuestas a los propietarios de las diferentes unidades productivas y de servicios del cantón Montufar y por medio de ellos se observó la actitud que toman al momento de tratar con los clientes, así como también la ergonomía del establecimiento donde funcionan los negocios, la ubicación de los productos, y la predisposición para responder las inquietudes y más necesidades de los clientes.

También se pudo evidenciar la calidad, mediante el uso personal de los servicios en diferentes locales; por ejemplo se pudo apreciar la velocidad del servicio de internet, a través de la rapidez con la que se cargan las páginas web; la infraestructura del local, la capacidad instalada para atender a los usuarios, la calidad de los equipos y la disponibilidad de tecnología de punta que se utiliza en la actualidad; así como también se identificó los precios de mercado de los diferentes servicios y en diferentes locales para elaborar una tabla de precios que permitirá calcular el precio promedio y la correspondiente proyección para el período de evaluación del proyecto.

Luego de visitar los diferentes locales comerciales se observó y determinó que existen 3 oficinas dedicadas a la prestación de servicios tributarios y contables; en cuanto al mantenimiento, reparación, internet, copias e impresiones son muchos los lugares en los que se ofrece este servicio y que se detallará en las ofertas de cada servicio.

Anexo N° 5: Ficha de Observación 3

Lugar: San Gabriel

Sector: Norte, Sur y Centro.

Fecha: 08/05/2011

Informante: Actividades Comerciales y Propietarios del Cantón.

Título: Gestión empresarial en las microempresas en la ciudad de San Gabriel.

Administración: En cuanto a la administración de los locales comerciales los propietarios supieron manifestar y se pudo observar que el manejo es de forma rutinaria y de acuerdo a las costumbres que han ido adquiriendo a través del tiempo que en pocas ocasiones llevan un control de su mercadería, que no planifican y no dirigen las actividades cotidianas a realizar.

Innovación: En cuanto a la Innovación se nota que en algunos locales si han invertido para mejorar la presentación y la calidad de servicio a sus clientes porque de acuerdo a como se vea el local atrae más gente manifestaron, mientras que en otros lugares se sigue manteniendo un conformismo ya que dicen no tener dinero ni tiempo para hacer un gasto de tal tamaño.

Dinamismo del mercado: En cuanto al mercado se refiere la competencia cada vez aumenta más y las ventas disminuyen si no se ofrece buen servicio y calidad en los productos sin dejar de lado que los precios deben ser buenos.

Anexo N° 6: Ficha de Observación 4

Lugar: San Gabriel

Sector: Norte, Sur y Centro.

Fecha: 08/05/2011

Informante: Actividades Comerciales y Propietarios del Cantón.

Título: Calidad de servicio al cliente

Amabilidad: Varias personas a las que se les realizó la encuesta fueron muy amables mientras que otras personas se incomodaron cuando mencionamos encuesta y de una manera muy desagradable respondieron las preguntas, entonces de ahí se pudo observar que cuando se hacían presentes los clientes eran amables o se mostraban incómodos o con mal humor ala atenderlos.

Agilidad: En algunos locales existen no solo una persona que atiende a los clientes si no varias y al momento de ingresar al local se prestaron y estuvieron muy amables y ágiles para brindar la atención pertinente.

Demostración del servicio: Depende mechas veces de la persona que se encuentre al frente de sus empleados y de las ganas que éstos tenga para brindar un servicio así que en algunos casos fue muy buena la atención mientras que en otros lugares no.

Anexo N°7: Patentes Comerciales

APE/NOM	RA/SOC	TIPO. A. E	CAPITAL
ACHIG MORA SILVANA ALEXANDRA	S/N	TIENDA PEQUEÑA	800
ACOSTA CARRERA CARLOS	CP. PABLO MUÑOZ VEGA	SERVICIOS FINANC	27760
ACOSTA ESPINOSA SIMON ANDRES	BCO. / PICHINCHA C.A	SERVICIOS FINANCIEROS	208335 0
ACOSTA MORA LUIS	ABARROTES CARMITA	ABARROTES	970
AGUIRRE B. FAUSTO	LICORERIA COLON	LICORERIA	1200
AGUIRRE ROSERO MARTHA FABIO		CABINAS TELEFONICAS	3000
ALBACURA G. JORGE ALBERTO	QUESOS EL GRANJERO	PRODUCTOR QUESOS	1500
ALDAS ILES AIDA LUCINDA	ALMACEN EL PERNO	VENTA DE PERNOS	2500
ALDAS ILES AIDA LUCINDA	PAPELERIA COLON	UTILES ESCOLARES	1200
ALDAS PIEDAD	S/N	TIENDA	870
ALEJANDRO C. VICTOR MANUEL	S/N	VENTA DE ABARROTES	870
ALEJANDRO CAÑAR VICTOR ALEJAND	ASOTRAPAN	ASOC. TRABAJO DEL PAN	1000
ALEMAN FRIAS NELLY	S/N	VENTA COSTALES Y GRA	1400
ALEMAN LUCIA GERMANIA	PAN. STA. MONICA	VIVERES Y PANADERIA	1000
ALOMOTO SANCHEZ VICTORIA DAYAN	S/N	COMISIONISTA TELEFON	1200
ALPIECUADOR S.A.	ALPIECUADOR S. A.	INDUSTRIA LECHERA	13615
ALTAMIRANO L. EDISON ROBERTO	PUNTO DEL SABOR	RESTAURANT	3000
ALTAMIRANO LOPEZ CRISTIAN O.	P. DE SABOR NO. 2	COMIDA RAPIDA	3000
ALTAMIRANO ORTEGA GLADYS SILVA	S/N	TIENDA PEQUEÑA	870
ALVAREZ LAZZO RICARDO	S/N	TIENDA PEQUENA	870
ALVAREZ M. ALICIA GERMANIA	SN	TIENDA PEQUENIA	870
ALVAREZ P. CECILIA	S/N	VENTA DE CAFES	870

EMERITA			
ALVAREZ TORRES LAURO RODRIGO	CINE CABLE TV.	SER. DE TV. POR CABL	1226
ANDINO A. ERNESTO MIGUEL	S/N	ABARROTOS	3000
ANDINO LANDAZURI ANA BELEN	DAMY'S STORE	VENTA DE ROPA	2000
ANDRADE CUASQUER BETTY SUSANA	ADF.JUNTOS FUT.MEJOR	ASO. SIN FINES LUCRO	800
ANDRADE G. NUVIA VERONICA	SN	VENTA CELULARES Y AC	2000
ARCOS A. MARTHA YOLANDA	S/N	ABARROTOS	870
ARCOS ALQUEDAN BEATRIZ	S/N	TIENDA VIVERES	870
ARCOS CARLOS ALFONSO	S/N	TIENDA	870
ARCOS ROSERO MARIA DE LOS ANGE	VIVERES MARY Y LOS A	TIENDA Y RESTAURANT	1400
ARELLANO GUERRON JUAN FERNANDO	RESTAUR DON FERNANDO	VENTA COMIDA	1000
AREVALO AYALA GLORIA ELISA			
AREVALO BASTIDAS MARIA MAGDALE	S/N	TIENDA DE VIVERES	1000
AREVALO BENAVIDES MARIA CRISTI	EL PUEBLO	TIENDA VIVERES	870
AREVALO BENAVIDES PEDRO GONZALO	S/N	AGRICULTURA	870
AREVALO CALDERON AURA ELISA	S/N	TIENDA PEQUEÑA	870
AREVALO CHULDE PASTORA	S/N	VENTA DE LEGUMBRES Y VERDURAS	870
AREVALO M. ANGELO ROBERT	EL TRIGAL	PANADERIA PASTELERIA	870
AREVALO PEREZ LUZ MAGALI	QUESERA DON CHAVEZ	ELABORACION DE QUESO	2000
AREVALO PONCE ANIBAL CLEMENTE	S/N	CARPINTERIA	1000
AREVALO PONCE PABLO DANIEL	S/N	PRESTACION SERVICIOS	800
AREVALO T. MARCO ARTURO	PELUQUERIA EJECUTIVO	PELUQUERIA	870
AREVALO USINA WILFRIDO	MECANICA	MECANICA	1000
AREVALO	S/N	MECANICA	2000

VALENZUELA JORGE ANIBA		GENERAL	
AREVALO VALLEJO AURA LIGIA	S/N	PRESTACION DE SERVICIOS	870
AREVALO YAZAN LUIS HUMBERTO	S/N	TIENDA VIVERES	870
ARGOTI LLORE SUSANA JUDITH	PORTA	CABINAS TELEFONICAS	3000
ARGOTI LLORE SUSANA JUDITH	TELECABINAS	ALQ. DE LLAMADAS TEL	3000
ARIAS GUEVARA PAUL ALEJANDRO	CREDI FE	CREDITOS MICRO EMPRE	52711

Fuente: Gobierno Municipal del Cantón Montufar

Elaborado Por: Marcas y Patentes.

Nota: El número de patentes y marcas es 1056 en el año 2011.

Anexo N° 11: Proforma Rótulo (Publicidad)



PROFORMA

Ibarra, 25 de Marzo del 2011

Srs.-

Soraya Lizeth Ibijes Narváez

Presente.-

Reciba un cordial saludo de quienes hacemos DOCUCENTRO, esperando que tenga éxito en sus funciones, me es grato indicarle que contamos con la mejor tecnología en MAC y con la mejor impresora a color DOCUCOLOR12 galardonada a nivel mundial como la mejor impresora en calidad y precios. A continuación detalla la siguiente cotización de los servicios por usted solicitados:

Cant.	Descripción	Valor Unit	Valor
1	Lonas full color de 2 x 1 mts.	\$30.00	\$ 30.00

Estos valores ya incluyen IVA.

Esperando estrechar lasos comerciales, me despido de usted.

Atentamente,

Atentamente,
Christian Espín

Dirección: Oviedo 9-24 v Sánchez v Cifuentes

Anexo N° 12: Proforma Valor Computadora, Impresora, Costo de Instalación



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente



Razón Social para Emisión de Retención: **NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES**

RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución N°466 / NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Señores **Srta. Soraya Ijujes**

Teléfono **Cel: 085548628**

Dirección **San Gabriel**

Fecha de Envío **25 de Marzo 2011**

PROFORMA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
10	Case ATX Mainboard Gigabyte G31 Procesador Intel Dual Core 3.0 Ghz Dimm 2 Gb DDR2 800 Kingston Disco duro 500 S ATA DVD WR 20x/22x (300281) Lector Multi Card Sonny 3.5" Interno Monitor 18.5/19" LCD LG/SAM/AOC/BENQ Teclado Genius KB 200/PS2 KB 120 Mouse Optico Genius Net Scroll PS/2 Audifono - Microfono Omega Cuero Camara Web Genius iLook 300/Slim 300X Regulador Forza/CDP1200 Tarjeta de vid.PCI-Express 1 giga	505.36	5,053.60
1	Multifuncion Canon MP 250+Sistema Contin		131.79
1	Impresora Samsung ML 1665		62.25
1	Multifuncion Samsung SCX4623F LASER Imp, cop, scan, fax		202.35
10	SERVICIO TECNICO Instalación, configuración de Red e Internet	15.00	150.00
		Subtotal	5,599.99
		IVA 12%	672.00
		Total	6,271.99

REF 5723

La Garantía y Confianza es lo más importante...

Contacto: **Esteban Maldonado**

Telf. **092 037 404**

Importante: Si necesita mayor información y asesoramiento no dude en llamarnos.

ESTAMOS A SU SERVICIO

WORLD COMPUTERS

20 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 / Telefax 2 643_036



Anexo N° 13: Proforma Valor Copiadora, Proyector



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente



Razón Social para Emisión de Retención: NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES

RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución N°466 / NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Señores **Srta. Soraya Ibuyes**
Teléfono **Cel: 085548628**
Dirección **San Gabriel**
Fecha de Envío **25 de Marzo 2011**

PROFORMA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Pizarra Smart Dual 680	2,356.25	2,356.25
1	Proyector Epson S10+pantalla	656.13	656.13
1	Computador / Case ATX	846.62	846.62
	Mainboard Intel Core i5		
	Procesador Intel Core i5 3.2 GHZ		
	Dimm 4 Gb DDR3 Kingston		
	Disco duro 1000 S ATA		
	DVD WR 20x/22x (300281)		
	Lector Multi Card Sonny 3.5" Interno		
	Monitor 20" LCD LG/SAM/AOC/BENQ		
	Teclado Genius Inalambrico		
	Mouse Optico Genius Inalambrico		
	Parlante Genius 2.1 /500 Subwoofer		
2	UPS CDP 700 watts	43.09	86.18
1	Plother HP 110 Plus	1,092.70	1,092.70
1	Copiadora XEROX 5020 B	975.84	975.84
	Copiadora, Impresora, scanner		
	Características Técnicas		
	Velocidad 22 ppm		
	Bandeja Formato A4 / A3		
	Duty Cycle 35000 hojas mensuales		
	Rendimiento tonner inicial 1000 Copias		
	Rendimiento tonner nuevo (repuesto) 2000 Copias		
	Costo del Tonner 19 usd		
	Nota:		
	Cambio de Cilindro 20.000 copias		
	Costo del Cilidro 200 usd + Iva (Cambio Obligatorio)		
	Subtotal		6,013.72
	IVA 12%		721.65
	Total		6,735.37

La Garantía y Confianza es lo más importante...

Contacto:

Importante: Si necesita mayor información y asesoramiento no dude en llamarnos

ESTAMOS A SU SERVICIO



20 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 / Telefax 2 643_036

Anexo N° 14: Computadora



Fuente: WorldComputers
Elaborado por: La autora

CARACTERÍSTICAS:

- Case ATx
- Mainboar Gigabyte G31
- Procesador Intel Dual Core 3.0 Ghz
- Dimm 2 Gb DDR2 800 Kington
- Disco duro 500 S ATA
- DVD WR 20x/22x (300281)
- Lector Multi Card Sonny 3.5 "Interno Monitor 18.5/19"
- LCD LG/SAM/AOC/BENQ
- Teclado genius KB 200/PS2 KB 120
- Mouse Optico Genius Net Scroll PS/2
- Audífono-micrófono Omega Cuero
- Cámara web Genius iLook 300/Slim 300x
- Regulador Forza/CDP1200
- Trajeta de vid. PCI-Express 1 giga

GARANTÍA DE TRES AÑOS(Ver anexo 12)

PRECIO USD 506,00.

Anexo N° 15: Impresora



Fuente: WorldComputers
Elaborado por: La autora

CARACTERÍSTICAS:

- Multifunción Canon MP 250+Sistema Continuo
- Equipos multifuncionales de inyección
- La PIXMA MP250 es una impresora todo en uno compacta, asequible y fácil de usar. Combina una calidad de laboratorio fotográfico y una excelente impresión de documentos y Web, así como funciones de copia y escaneo versátiles.
- Impresión, copia y escaneo
- Velocidad ISO ESAT de 7,0/4,8 ipm en blanco y negro/color
- Resolución de impresión de 4800 ppp y gotas de tinta de 2 picolitros
- Fotografía de 10 x 15 cm en 56 seg
- Easy-WebPrint EX
- Escáner de 600 ppp con modo de escaneo automático
- Bandeja de salida de apertura automática
- Sistema ChromaLife100+

GARANTÍA DE UN AÑO (Ver Anexo 12)

PRECIO USD 131,79

Anexo N° 16: Copiadora



Fuente: WorldComputers.
Elaborado por: La autora

CARACTERÍSTICAS:

- Estándar: Impresión, copia, escaneado
- Velocidad de copiado: 22 copias por minuto.
- Duty Cycle: 35.000 hojas mensuales.
- Tiempo de copiado de la primera página: 7,5 segundos
- Tamaño máximo de papel: A3
- Resolución de impresión: 600 x 600 ppp
- Capacidad estándar de papel: 300 hojas
- Capacidad máxima de papel: 800 hojas
- Escaneo a PC o aplicación TWAIN
- El software de escaneo es estándar
- Compatible con Windows Vista
- Compatibilidad con ENERGY STAR®
- Requisitos de alimentación: 110-127 V CA, 50/60 Hz y 220-240 V CA, 50/60 Hz
- Dimensiones máximas (an. x prof. x alt.): 640 mm x 654 mm x 1112 mm
- Costo de copia incluido papel \$ 1/4ctv.
- Función de impresora local y de red

- Rendimiento Tonner inicial 1000 copias.
- Rendimiento Tonner nuevo (repuesto) 2000 copias
- Costo del Tonner 19,00 USD
- Cambio de cilindro 20000 copias.
- Costo del cilindro 200 usd+iva (cambio obligatorio)

PRECIO USD 975,84 (Ver Anexo 13)

Anexo N° 17: Proyector



Fuente: WorldComputers.
Elaborado por: La autora

CARACTERÍSTICAS:

- Proyector Epson S10+pantalla.
- Su amplia variedad de posibilidades de conexión y formatos 4:3 y 16:9 extienden su compatibilidad a computadoras, consolas de video juegos, reproductores de dvd y Alta Definición.
- Conexión USB avanzada, simplemente conecte un cable usb estándar a su notebook e inicie su presentación, no hay necesidad de conectar un cable separado de VGA
- Vibrantes colores, gracias a su tecnología 3LCD de 3-chips.
- Inicio rápido, sólo 5 segundos después de haber presionado el botón de encendido y apagado instantáneo que te permite apagar y desenchufar el proyector inmediatamente después de tu presentación y estar listo para la próxima.
- Compacto y portátil, sólo 2.8kg, incluye bolso de transporte para su mayor comodidad.

- Salida de audio, para conexión a un dispositivo externo de amplificación.
- Apagado y encendido directo desde un interruptor de corriente, cubierta de lente deslizable para interrumpir imagen y sonido o poner en modo de espera.
- Lámpara de hasta 5000 horas, bajo consumo de energía.
- Funciones de seguridad, bloqueo de teclas para evitar robo o el acceso no autorizado y barra de seguridad para encadenar el Video proyector al mueble o techo.
- Brillo / Lumens 2.600 Lúmenes
- Resolución nativa SVGA
- Conectividad Audio Out (Mini-jack)
- USB Tipo B
- Computadora(VGA)
- Audio in (Ministereo o RCA)
- Monitor Out (VGA)
- S-Video
- Video Compuesto RCA
- Control remoto Selección de fuente, encendido, aspecto, modo de color, volumen, e-zoom, A/V mute, congelar, menú, página arriba y abajo, ayuda, auto, funciones de mouse, ID
- Contraste 2000:1
- Nivel de ruido 37 dB (alta luminosidad) 29 dB (baja luminosidad)
- Corrección de trapecio Vertical +/- 30 grados
- Sistema de proyección Tecnología 3LCD Epson de 3-chips
- Método de proyección Delantera, posterior, soporte para techo
- Lentes F: 1.44 - 16.6mm.

- Lámpara 200W UHE E-Torl, 5000H (baja luminosidad), 4000H (alta luminosidad)
- TV Compatible NTSC: 560 líneas PAL: 560 líneas Señal de entrada NTSC/NTSC4.43/PAL/M-PAL/N-PAL/PAL60/ SECAM 480i, 480p, HDTV: 720p, 1080i
- Reproducción de colores 16,7 millones de colores
- Tarjeta de sonido 1 Watt
- Distancia de proyección 0,87 mts a 12,12 mts
- Características Físicas Ancho: 29.5cm Profundidad: 22.8cm Alto: 7.7cm Peso: 2.3 kg
- Requerimientos eléctricos Voltaje: AC 100-240V, -10% Frecuencia: 50/60 Hz
- Condiciones ambientales Temperatura de Operación: 5° C a 35° C (41° F a 95° F)
- Completamente nuevo y sellado.

PRECIO USD 656,13 (Ver anexo 13)

Anexo N° 18: Población uso de Internet

5 a 9	3246	
10 a 14	3386	11.849
15 a 19	2938	
20 a 24	2279	

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado Por: La Autora.

Anexo N° 19: Población uso de copias

10 a 14	3386	
15 a 19	2938	
20 a 24	2279	16.720
25 a 29	1996	
30 a 34	1892	
35 a 39	1600	
40 a 44	1464	
45 a 49	1165	

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado Por: La Autora.

Anexo N° 20: Población mantenimiento de computadoras

15 a 19	2938	
20 a 24	2279	
25 a 29	1996	
30 a 34	1892	
35 a 39	1600	
40 a 44	1464	
45 a 49	1165	
50 a 54	1131	14.465

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado Por: La Autora.

Anexo Nº 21: Proforma Programa Contable Fénix



FENIX[®]
Sistema Administrativo Integrado

Versión **NIIF**

COMERCIAL, FINANCIERO, CONTABLE

- * Contabilidad, NIIF
- * Facturación, Notas de Crédito
- * Puntos de Venta
- * Cuentas por Cobrar
- * Fichas de Clientes y Proveedores
- * Importaciones
- * Compras Bienes y Servicios, N/C
- * Inventarios, Kardex
- * Cuentas por Pagar
- * Tesorería, Bancos y Cajas
- * Análisis Financiero, Cubos de Información.
- * Producción, Recetas de productos
- * Anexos Transaccionales y REOC.
- * Centros y Subcentros de Costos
- * Impresión de Cbtes. Ingreso, Egreso, Retenciones, Cheques, Facturas, N/C, Liq. de Compra, Etc.

FÉNIX NÓMINA

- * Recursos Humanos, Ficha para cada empleado.
- * Parametrización total de Rol de Pagos y Rubros
- * Rol de Pagos Mensual y Provisiones
- * Préstamos, liquidaciones
- * Documentos: Memos, Contratos, Etc.
- * Generación de Asientos a Contabilidad

FÉNIX ACTIVOS FIJOS

- * Fichas para cada Activo Fijo de la Empresa
- * Depreciación de Activos Mensual y Anual
- * Registro de Mantenimientos y Asignaciones
- * Generación de Asientos a Contabilidad
- * Control de Activos Fijos por Departamento, Sucursales, Responsables

Precio Especial para Contadores
* Para 2 PC'S Incluye Capacitación *

75% Dcto.

Dcto. aplicable sobre el precio del Software Comercial para Empresas

SOLICITE UNA DEMOSTRACION SIN COMPROMISO
(También puede revisarla en nuestra página WEB)

Funcionamiento en Red y en Línea con Sucursales o desde cualquier lugar
Multiempresa, Multibodega y Multiusuario, Totalmente Integrado.
Garantía, Capacitación, Implementación y Puesta en marcha.

QUITO: (02) 6014 959 - (02) 6040 227
Movi: 084-507-975

LATACUNGA: (03) 2807 699

CUENCA: (07) 2812 117

GUAYAQUIL: (04) 2648 327
083 566 165



“LA SATISFACCION DE UNA INVERSION BIEN HECHA, CON EL MEJOR SOFTWARE DEL MERCADO”

* Atendemos en todo el País *

www.fenixcorp.net



Fuente: www.fenixcorp.net

Elaborado por: La autora

CARACTERÍSTICAS:

- Fácil manejo, dinámico e intuitivo
- Ambiente totalmente gráfico
- Funcionamiento en red e internet. Conexión remota vía internet para sucursales y soporte técnico.
- Facturación en línea y punto de venta
- Actualizaciones del sistema por internet.
- Integración total y automática a Contabilidad en todos sus módulos.
- Impresión de etiquetas de códigos de barras
- Reportes de selección múltiple exportables a Excel, Word, Pdf, Html, Xml, Txt
- Generación de consultas y modificación de reportes por parte del mismo usuario
- Balance General y de Resultados comparativos
- Liquidación de importaciones
- Configuración y parametrización contable independiente en cada empresa
- Aplicaciones móviles
- Sistema multiusuario, multiempresa, multibodega y multiunidades.
- Controles de acceso a usuarios por módulos y acciones.
- Menú de accesos directos configurado por el usuario.
- Gráficos estadísticos configurados por el usuario.
- Análisis Financieros, Presupuestos y Producción

- Flujo de caja—conciliación bancaria.
- Anexos transaccionales con validadores y generación de archivos .xml para subirlos al DIMM del SRI.
- 10 años de experiencia en el mercado.
- Más de 1000 empresas satisfechas.
- Soporte técnico y actualizaciones en línea.

¿QUE INCLUYE EL PAQUETE?

- Instalación inmediata del Sistema Fénix
- Asesoría, implementación y capacitación con datos reales de la empresa, 20 horas base, Actualizaciones al Software y Soporte Técnico Gratuito durante los 6 primeros meses.
- Soporte Técnico presencial, telefónica o vía Internet.
- Migración inicial de datos desde sistemas informáticos o desde Excel.
- Personalización de formatos de impresión
- Parametrización de definiciones contables de acuerdo a las necesidades de las empresas
- Garantía y Actualizaciones por Internet
- CD-ROM Instalación y curso de uso Interactivo (Video CD Multimedia)

PRECIO USD 900,00

Anexo N° 22: Proforma Muebles de Oficina



Dir.: Pedro Moncayo y Olmedo esq. (frente al Banco Pacífico)

Tel.: 2 953 400

Fax: 2611107

www.lineanuevamobiliario.com

e-mail: lineanueva mobiliario@gmail.com

PROFORMA

Escritorio	90
Silla Tipo Gerente	100
Sillas Oficina	18
Archivador	90
Mesas	75
Silla secretaria	50
Silla sala de espera	100
Obra Civil	10.400

.....
Ejecutivo de Venta

Anexo N° 23: Proforma Suministros de Oficina

Ítem	Costo Unitario
Resmas de papel	3,5
Grapadora	15
Perforadora	15
Esféros	0,2
Marcadores	0,5
Folders	1,5
Clips	0,25
Sellos	5
Pizarra de tiza líquida	45
Guillotina	30
Anilladora	45
Grapas	0,5
CD	0,2
Perfiles	0,5
Tinta impresora	5

.....
Ejecutivo de Venta

Anexo N° 24: Proforma Suministros de Limpieza

Útiles de limpieza	Costo Unitario
Guantes de limpieza	1
Franelas	0,5
Detergente	4
Escobas	2
Cloro	1,5
Trapeador	2
Balde	1,5
Mandil	15
Basureros	3
Escobillas de baño	1,5
Dispensador de papel	20
Papel higiénico	3,5
Jeringuillas	0,2
Guantes quirúrgicos	0,5

.....
Ejecutivo de Venta