



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

## **INFORME DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS, TÉCNICOS  
Y DE APOYO VIRTUALES EN EL CANTÓN PIMAMPIRO, PROVINCIA DE  
IMBABURA”**

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

**AUTORA:** SILVA S. Carla Vanessa

**DIRECTOR:** DR. AYALA, Otto

**IBARRA, MAYO 2012**

## RESUMEN EJECUTIVO

El Desarrollo Tecnológico, la Era del Conocimiento y la necesidad latente de progreso han permitido a jóvenes profesionales protagonizar y plantear ideas de emprendimiento sustentables, ajustadas a las necesidades sociales latentes en diversos sectores del país, es así, que al palpar la realidad diaria del Cantón Pimampiro, se ha podido establecer una problemática existente desde varios años atrás, el Cantón emprendedor y productivo por naturaleza, tiene una dinámica económica fluida que involucra a varios sectores sociales que en forma privada o con apoyo de ONG's desarrollan operaciones económicas dentro y fuera de su territorio, sin embargo el manejo de ésta economía en auge se ha visto empañado por la falta de conocimientos técnicos de los promotores, quienes han basado la mayor parte de sus operaciones en conocimientos generados en la experiencia, aspecto adecuado dada las condiciones de la época, sin embargo, actualmente el gobierno ha emprendido una serie de acciones tendientes a la automatización de procesos, al manejo en línea de varios de los servicios que presta, en sí la era de la tecnología ha obligado a que se cambien antiguos paradigmas, es así que conscientes de la oportunidad que representa para los profesionales incursionar en este campo se ha planteado el presente proyecto que busca combinar las competencias adquiridas en la universidad y experiencia laboral con el uso de las TIC's, servicios profesionales como los planteados en el presente proyecto tienen una gran aceptación considerando que la automatización y control económico son obligatorias en base a la normativa legal. El presente proyecto ofrece a la ciudadanía Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo Virtuales abarcando así un gran número de necesidades latentes que no poseen una adecuada prestación, es rentable económicamente, cuenta con segmento de mercado definido, genera un impacto positivo para el Desarrollo Local, volviéndose atractivo por su operatividad con baja inversión.

## **ABSTRACT**

Technological Development, the Age of Knowledge and the latent need of progress have enabled young professionals and raise ideas starring sustainable entrepreneurship, adjusted to the latent social needs in various sectors of the country, so that by feeling the daily reality of Pimampiro Town has been able to establish a problem that has existed several years ago, the Town enterprising and productive in nature, has an economic dynamic fluid involving various social sectors in private or with the support of NGOs develop economic transactions within and outside their territory, however the management of this booming economy has been marred by lack of expertise of the promoters, who have based most of its operations in knowledge resulting from experience, given the conditions look right at the time, However, today the government has undertaken a series of actions to process automation, online handling more of the services it provides, in itself the age of technology has meant that old paradigms are changed, so that aware of the opportunity it presents for professionals enter this field has brought this project to combine the skills acquired in college and work experience with the use of ICT, professional services as those proposed in this project have a great acceptance considering the automation and financial control are mandatory on the basis of legal regulations. This project provides the public with Accounting Services, Tax, Technical Support and Virtual thus covering a large number of latent needs that do not have adequate provision is economically profitable, has defined market segment, generating a positive impact for Development Local, becoming attractive for its operation with low investment.

## AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

**(Firma):** \_\_\_\_\_

**Nombre:** Carla Vanessa Silva Sevilla  
**Cédula:** 100366861-1

## **ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada CARLA VANESSA SILVA SEVILLA, para optar por el Título de Ingeniera en CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA., cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS, TÉCNICOS Y DE APOYO VIRTUALES EN EL CANTÓN PIMAMPIRO PROVINCIA DE IMBABURA”. Considero que el presente trabajo reúne 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 07 días del mes de Mayo del 2012.

Atentamente,

---

**Dr. Otto Ayala**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, CARLA VANESSA SILVA SEVILLA, con cédula de ciudadanía Nro. 100366861-1, 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 autor (es) del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS, TÉCNICOS Y DE APOYO VIRTUALES EN EL CANTÓN PIMAMPIRO PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor 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:** Carla Vanessa Silva Sevilla  
**Cédula:** 100366861-1

Ibarra, a los 07 días del mes de Mayo de 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:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100366861-1		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Silva Sevilla Carla Vanessa		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Pimampiro, Calle Montúfar y González Suárez 5-028		
<b>EMAIL:</b>	carlita1481@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062937-299	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	089323849

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN MICROEMPRESA DE SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS, TÉCNICOS Y DE APOYO VIRTUALES EN EL CANTÓN PIMAMPIRO PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>AUTOR:</b>	CARLA VANESSA SILVA SEVILLA
<b>FECHA:</b>	2012-05-07
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA CPA
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	DR. OTTO AYALA

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, CARLA VANESSA SILVA SEVILLA, con cédula de ciudadanía Nro. 100366861-1, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago 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 la desarrolló, sin violar derechos de autor 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 en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de Mayo de 2012

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

**(Firma)**.....

**Nombre:** Carla Silva

**C.I.:**100366861-1

**(Firma)**.....

**Nombre:** Ing. Bethy Chávez

**Cargo:** JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario\_\_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

A mis padres y hermanos que son quienes, para mi superación profesional, constantemente me apoyan con su cariño, amor y sacrificio.

A mi hermano, Francisco Silva quién me ha motivado y apoyado en cada uno de mis proyectos de forma incondicional.

A los docentes, que creyeron en mí y en mis capacidades para llevar con éxito el presente trabajo de investigación.

A todas las personas, que vieron en este proyecto una idea innovadora y factible y brindaron su apoyo técnico para llevar a cabo el mismo.

Carla Silva

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres, por haberme dado la posibilidad de acceder a estudios universitarios y brindarme su apoyo incondicional en cada uno de mis proyectos.

A la Universidad Técnica del Norte, por haberme dado la oportunidad de superarme y capacitarme a nivel internacional.

A los docentes, que con sus sabios conocimientos me han permitido adquirir bases científicas para la realización de este trabajo.

Al Dr. Otto Ayala, por el apoyo, orientación, asesoría y dirección en mi trabajo de investigación.

En general, a las Instituciones y a todos quienes contribuyeron al logro de los objetivos del presente trabajo.

A todos de corazón, ¡Muchas gracias!

## PRESENTACIÓN

El presente Proyecto denominado “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo Virtuales en el Cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura” ha tomado como escenario la población del Cantón Pimampiro, decisión que luego de haber realizado un breve diagnóstico de la realidad diaria permitió detectar una necesidad latente en el sector que puede ser aprovechada como oportunidad de mercado.

Básicamente el proyecto nace de la idea de combinar las competencias de profesionales capacitados con los recursos tecnológicos disponibles en el mercado local (Uso de TIC's), los cuales aún no se explotan adecuadamente para generar Desarrollo Local Sustentable ajustado a las exigencias internacionales.

Para fortalecer y demostrar la viabilidad de la idea se realizó un Diagnóstico Situacional Externo, mismo que permitió detectar las falencias en negocios virtuales similares, así como las necesidades y el interés de la población en explotar al máximo los recursos tecnológicos, es así, que se logró establecer la problemática existente para plantear una idea de negocios potencialmente factible.

Se ha investigado y aprendido paulatinamente el poder que tiene la tecnología actualmente, su alcance, sus ventajas, su caracterización de sin fronteras a través de la realización del marco teórico, que permitió entender la magnitud y alcance del presente proyecto en sus diferentes áreas de aplicación.

La especialización, el internet y el uso de software han revolucionado la concepción de las operaciones empresariales y educativas, proyectando en los usuarios un nivel de aceptación elevado para el presente proyecto, el Estudio de Mercado ratificó las necesidades del cliente potencial, así como las pautas para establecer sus preferencias y expectativas de los servicios.

La concepción de servicio plantea una serie de estrategias a establecerse en un proyecto, por su característica de intangibilidad requiere de otros parámetros y condiciones, es por ello, que se estudió técnicamente como se realizarían cada una de las prestaciones, el diseño de las instalaciones, así como las medidas de control del mismo, aspectos plasmados en el Estudio Técnico y Estructura Organizativa.

Finalmente, mediante una correcta determinación de costos e ingresos a la par con los evaluadores financieros se determinó que el proyecto es rentable económicamente por cuanto el Valor Actual Neto (VAN) es positivo con un valor de \$5.564,04 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) equivale al 21,72% la cual es mayor a la Tasa de Rendimiento Medio (TRM) del 10,31%. El presente Proyecto no sólo representa una idea innovadora que busca la excelencia en el servicio sino que además genera un impacto a gran escala en la Población objetivo que contará con herramientas técnicas que les permitan ser competitivos, alcanzar rentabilidad en sus negocios y sobre todo garantiza que cada servicio es de calidad generando resultados acordes a las necesidades del cliente potencial.

## ÍNDICE GENERAL

### ÍNDICE DE TEMAS Y SUBTEMAS

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
Portada	i
Resumen Ejecutivo	ii
Abstract	iii
Autoría	iv
Informe del Director	v
Cesión de derechos a la Universidad Técnica del Norte	vi
Autorización de uso y publicación	vii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice General	xiii
Índice de Gráficos	xix
Índice de Cuadros	xx
Índice de Figuras	xxii

#### **CAPÍTULO I**

#### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO**

Antecedentes	1
Objetivos	2
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
VARIABLES DIAGNÓSTICAS	3
Indicadores	

Matriz de Relación Diagnóstica	5
Población de Estudio y Cálculo de la Muestra	7
Diseño de instrumentos de Investigación	9
Evaluación de la Información Primaria	10
Análisis de la Información Encuesta	
Análisis de la información Entrevista	29
Análisis de la Información Secundaria	39
Análisis de la Información Disposiciones Legales	
Construcción de la Matriz OD	42
Cruce Estratégico OA	43
Construcción de la Matriz Aliados y Oponentes	44
Cruce Estratégico AO	
Problema Diagnóstico	45

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

La Microempresa	46
Introducción	
Definición	47
Base Legal	48
Visión, Misión y Objetivos de la Microempresa	52
Características Generales de la Microempresa en Ecuador	53
Características Generales de la Microempresa en Imbabura	56
Clasificación de la Microempresa en Imbabura por Actividades	58
Servicio	60
Definición	
Características de los Servicios	61
Principios de los Servicios	62
Sistema de Verificación de los Servicios	65
Contabilidad	72
Definición	
La Contabilidad como Ciencia y Técnica	74
Una Nueva Forma de Ver, Usar y Hacer Contabilidad	75
Contabilidad Tradicional Versus Contabilidad Basada en NIIF	77
La Contabilidad: Un medio que asegura el Crecimiento de las	

Empresas y Organizaciones	81
Normas Técnicas Contables de Valoración, Preparación e Información Financiera	82
Tributación	86
El Presupuesto General del Estado	
El Derecho Tributario	
Definición de Derecho Tributario	87
Concepto de Tributo	88
Clasificación de los Tributos	
Principios de la Tributación	93
Finalidad de los Tributos	96
Tecnologías de Información y Comunicación	
Internet	
Definición	
Internet, la Red de Redes	97
El Origen de Internet en Cinco Grandes Momentos	98
Internet Aplicado a la Educación	100
Internet Aplicado a las Empresas	109
Seguridad Informática	114
Introducción	
¿Por qué es tan importante la Seguridad?	115
Amenazas o Vulnerabilidades	
Hardware y Software	118

### **CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO**

Presentación	119
Objetivos de la Investigación	121
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
Identificación de los Servicios	
Descripción de los Servicios	
Servicios Similares	123
Servicios Sustitutos	
Servicios y Productos Complementarios	124

Mercado Meta	
Segmento de Mercado	125
Identificación de la Demanda	
Clientes	
Lugar de Prestación del Servicio	
Frecuencia de Uso del Servicio	126
Cantidad de Clientes	
Proyección de la Cantidad Demandada	129
Análisis de la Oferta	
Competidores	
Características de los Competidores	130
Servicios Ofertados	132
Canales de Prestación del Servicio	133
Proyección de la Oferta	134
Análisis de Precios	137
Precios Actuales	
Comportamiento del Precio	
Precio de los Servicios	138
Análisis de los Proveedores	
Principales Proveedores	
Calidad de los Insumos	139
Precio de los Insumos	
Comercialización	140
Servicios a Ofrecer	
Estrategias de Publicidad	
Creación de la Imagen Corporativa	141
Canales de Prestación del Servicio	142
Balance Oferta Demanda	143
Participación del Proyecto en el Mercado	144
Conclusiones	

## **CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO**

Localización del Proyecto	146
---------------------------	-----

Macrolocalización del Proyecto	
Microlocalización del Proyecto	147
Ubicación del Centro Productivo	150
Distribución De La Planta	152
Diseño De Las Instalaciones	
Ingeniería del Proyecto	154
Proceso de Prestación de los Servicios	
Tecnología	157
Maquinaria y Equipo	161
Presupuesto Técnico	
Inversiones Fijas	
Inversiones Diferidas	162
Capital de Trabajo	
Inversión Total del Proyecto	164
Financiamiento	
Operación del Proyecto	165
Flujograma de Procesos	
Flujograma de Operación	168

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

Estado de Situación Financiera Inicial	172
Determinación de Ingresos Proyectados	173
Determinación de Egresos Proyectados	174
Gastos Administrativos	175
Gastos de Ventas	176
Tabla de Amortización	177
Tabla de Depreciaciones	
Estado de Resultados Proyectado	178
Flujo de Efectivo Financiero	180
Evaluación Financiera	181
Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio	
Valor Actual Neto	182
Tasa Interna de Retorno	
Recuperación del Dinero en el Tiempo	183

Índice Beneficio Costo	185
Punto de Equilibrio	186
Conclusión del Estudio Económico Financiero	187

## **CAPÍTULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La Empresa	188
Nombre o Razón Social	
Conformación Jurídica	
Misión	191
Visión	192
Políticas	
Valores	194
Talento Humano	196
Gestión del Talento Humano	
Estructura Organizacional	202
Niveles de la Estructura Organizacional	
Órgano Representativo y Deliberante	
Nivel Directivo	
Nivel Ejecutivo	203
Nivel Administrativo	
Nivel Operativo	
Orgánico Funcional	204

## **CAPÍTULO VII IMPACTOS DEL PROYECTO**

Bases Teóricas	205
Impactos	206
Impacto Económico	
Impacto Social	208
Impacto Ecológico	209
Impacto Tecnológico	211
Impacto Educativo	213
Impacto General	215

CONCLUSIONES	216
RECOMENDACIONES	218
FUENTES DE INFORMACIÓN: BIBLIOGRAFÍA Y LINGÜOGRAFÍA	220
ANEXOS	224

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

<b>GRÁFICO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁGINA</b>
No 1.	Potencial de Emprendimiento	10
No 2.	Servicios Informáticos	11
No 3.	Formas de Conexión	13
No 4.	Centros Informáticos	14
No 5.	Suficiencia de Equipos	15
No 6.	Calidad del Servicio	16
No 7.	Aspectos Positivos del Servicio	18
No 8.	Aspectos Negativos del Servicio	19
No 9.	Acceso a Internet	21
No 10.	Tiempo de Acceso	22
No 11.	Aplicaciones Informáticas	23
No 12.	Implementación Centro Informático	24
No 13.	Seguridades Informáticas	25
No 14.	Implementación Microempresa SAF	27
No 15.	Datos Técnicos Edad	28
No 16.	Datos Técnicos Sexo	29

### **ÍNDICE DE CUADROS**

<b>CUADRO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁGINA</b>
No 1.	Matriz de Relación Diagnóstica	5
No 2.	PEA Cantón Pimampiro	7
No 3.	Ponderación de la Muestra	9
No 4.	Potencial de Emprendimiento	10

No 5.	Servicios Informáticos	11
No 6.	Formas de Conexión	12
No 7.	Centros Informáticos	13
No 8.	Suficiencia de Equipos	15
No 9.	Calidad del Servicio	16
No 10.	Aspectos Positivos del Servicio	17
No 11.	Aspectos Negativos del Servicio	19
No 12.	Acceso a Internet	20
No 13.	Tiempo de Acceso	22
No 14.	Aplicaciones Informáticas	23
No 15.	Implementación Centro Informático	24
No 16.	Seguridades Informáticas	25
No 17.	Implementación Microempresa SAF	26
No 18.	Datos Técnicos Edad	28
No 19.	Datos Técnicos Sexo	
No 20.	Matriz de Oportunidades y Amenazas	42
No 21.	Cruce Estratégico Oportunidades y Amenazas	43
No 22.	Matriz de Aliados y Oponentes	44
No 23.	Cruce Estratégico Aliados y Oponentes	
No 24.	Contabilidad Tradicional Versus Contabilidad Basada en NIIF	78
No 25.	Demanda Potencial Servicios Contables, Tributarios Técnicos y de Apoyo virtuales	129
No 26.	Matriz de Competitividad	131
No 27.	Evolución Histórica de la Competencia	134
No 28.	Oferta Potencial Servicios Contables, Tributarios Técnicos y de Apoyo Virtuales	136
No 29.	Precio de los Servicios	137
No 30.	Balance Oferta – Demanda	143
No 31.	Matriz de Factores Método Cualitativo por Puntos	147
No 32.	Matriz de Factores Ponderados	148
No 33.	Inversión Fija	161
No 34.	Inversión Diferida	162
No 35.	Capital de Trabajo	163
No 36.	Inversión Total del Proyecto	164

No 37.	Financiamiento del Proyecto	165
No 38	Matriz de Relación de Actividades y Tiempos Previstos	169
No 39.	Planilla de Control	170
No 40.	Estado de Situación Inicial	172
No 41.	Determinación de Ingresos por Servicios	173
No 42.	Costo de Materia Prima	174
No 43.	Costo de Mano de Obra	
No 44.	Costos Indirectos	175
No 45.	Gastos de Administración	176
No 46.	Gastos de Venta	
No 47.	Amortización del Activo Diferido	177
No 48.	Depreciación de Activos Fijos	178
No 49.	Estado de Resultados Proyectado	179
No 50.	Flujos Netos de Caja Sin Financiamiento	180
No 51.	Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio	181
No 52.	Valor Actual Neto	182
No53.	Tasa Interna de Retorno	183
No 54.	Recuperación de la Inversión	184
No 55.	Relación Beneficio – Costo	185
No 56.	Costos Fijos y Variables	186
No 57.	Punto de Equilibrio	187
No 58.	Criterios de Evaluación de Impactos	205
No 59.	Matriz de Impacto Económico	207
No 60.	Matriz de Impacto Social	208
No 61.	Matriz de Impacto Ecológico	210
No 62.	Matriz de Impacto Tecnológico	212
No 63.	Matriz de Impacto Educativo	214
No 64.	Matriz de Impacto General	215

### **ÍNDICE DE FIGURAS**

<b>FIGURA</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁGINA</b>
No 1.	Modelo de Enseñanza	103
No 2.	Modelos Docentes en Función de su Grado	

	de Presencialidad	104
No 3.	Evolución Tecnológica	111
No 4.	Logo Empresarial	142
No 5.	Mapa Político de la Provincia de Imbabura	146
No 6.	Mapa Político del Cantón Pimampiro	150
No 7.	Croquis de Ubicación del Local	151
No 8.	Diseño de Instalaciones Planta Baja	153
No 9.	Diseño de Instalaciones Planta Alta	
No 10.	Software Contable DEBI	158
No 11.	Software Contable DEBI	159
No 12.	Software Contable DEBI	
No 13.	Software DIMM Formularios	160
No 14.	Software Tributario DIMM Anexos	
No 15.	Formas de Diagrama de Flujo	165
No 16.	Flujograma de Procesos	167
No 17.	Formas Diagrama de Operación	168
No 18.	Orgánico Funcional	204

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO**

#### **1.1. ANTECEDENTES**

El cantón Pimampiro pertenece a la provincia de Imbabura, se ubica a 52 km. al noroeste de Ibarra, la capital provincial y a 283 km. de Quito, la capital del país. La cabecera cantonal es la ciudad de Pimampiro, asentada en un pequeño valle alto, con características topográficas relativamente planas y onduladas. Al norte limita con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con el cantón Ibarra.

Considerado cantón agrícola por la fertilidad y gran productividad de sus tierras que prodigiosamente acepta toda clase de cultivos su principal actividad económica gira en torno a la producción agrícola de diversos productos, colocándolo como centro de intercambio comercial en la zona norte del país y generando a la par diversas actividades económicas (bienes y servicios) fuentes de desarrollo y sustento para sus habitantes.

El potencial de emprendimiento del cantón sumado a la importancia que en la actualidad representa el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC's), que benefician no sólo a los Gobiernos Locales que claramente mejoran su Gestión Institucional sino además a las Juntas Parroquiales Rurales, al Personal Docente de Escuelas y Colegios del Cantón, a Alumnas y Alumnos de Unidades Educativas, a Productores y Agentes Económicos de la Localidad, ha permitido que se plantee como objetivo fomentar el desarrollo local enfatizando el uso de tecnologías como instrumento poderoso para poder participar en los mercados mundiales, promover la responsabilidad política, mejorar la provisión de servicios básicos, mejorar los procesos educativos, innovar la salud y realzar las oportunidades de negocio y calidad de vida de sus habitantes.

Es así que para garantizar un desarrollo local en materia tecnológica el Gobierno Municipal de Pimampiro desarrolló un proyecto denominado

“Tecnologías para impulsar la educación y el desarrollo local con un sistema de comunicaciones unificadas en todo el territorio del Cantón Pimampiro”, mismo que cuenta con apoyo del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, es importante recalcar que también se ha enfatizado la importancia de la especialización y la capacitación a los actores productivos del Cantón generándose proyectos como MELGODEPRO cuyo objetivo es agrupar y asesorar a los emprendimientos locales con apoyo y cooperación internacional Europea.

Gracias a esta revolución tecnológica donde el manejo electrónico de la información es la clave, se originó una era en la que el conocimiento es el recurso más importante para el desarrollo de una sociedad, partiendo de esta premisa nace la idea de desarrollar en el Cantón Pimampiro una microempresa que preste servicios especializados y de calidad utilizando de manera óptima el recurso tecnológico denominado Internet, permitiendo así a sus potenciales clientes automatizar procesos y contar con asesoría técnica para lograr un negocio exitoso.

El presente capítulo está encaminado a determinar la existencia de negocios especializados en servicios tecnológicos y financieros, analizando las condiciones actuales y perspectivas de desarrollo presentes en el Cantón resultado de un diagnóstico situacional externo.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un diagnóstico situacional externo para identificar posibles oportunidades y amenazas.

### **1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

**1.2.2.1.** Identificar los servicios virtuales que se desarrollan en el Cantón Pimampiro.

**1.2.2.2.** Determinar la calidad y suficiencia de los servicios virtuales de la zona.

1.2.2.3. Conocer las formas de prestación del servicio que se utilizan en la zona.

1.2.2.4. Identificar los aspectos de seguridad que se utilizan en los servicios virtuales del sector.

1.2.2.5. Analizar la normativa legal vigente y su aplicación.

### **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

1.3.1. Organización Empresarial.

1.3.2. Servicios Virtuales.

1.3.3. Prestación del Servicio.

1.3.4. Seguridad.

1.3.5. Normativa Legal.

### **1.4. INDICADORES**

#### **1.4.1. Variable Organización Empresarial**

1.4.1.1. Proceso.

1.4.1.2. Tecnología Empleada.

1.4.1.3. Tipos de Servicios Informáticos.

1.4.1.4. Servicios Administrativos y Financieros.

1.4.1.5. Oportunidad de Mercado.

1.4.1.6. Capacidad Instalada en el Cantón.

#### **1.4.2. Variable Servicios Virtuales**

1.4.2.1. Calidad y Accesibilidad.

1.4.2.2. Velocidad.

1.4.2.3. Compatibilidad.

1.4.2.4. Servicio y Atención al Cliente

### **1.4.3. Variable Prestación del Servicio**

1.4.3.1. Determinación de precios.

1.4.3.2. Lugar de Prestación del Servicio.

1.4.3.3. Ayuda Técnica

1.4.3.4. Competencia

1.4.3.5. Demanda Potencial

### **1.4.4. Variable Seguridad**

1.4.4.1. Métodos.

1.4.4.2. Control de Acceso.

1.4.4.3. Protección de Equipos y Accesorios.

1.4.4.4. Seguridades Informáticas.

### **1.4.5. Variable Normativa Legal**

1.4.5.1. Ordenanzas Municipales.

1.4.5.2. Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Bases de Datos.

1.4.5.3. Ley Especial de Telecomunicaciones.

1.4.5.4. Ley de Compañías.

## 1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

### MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	INSTRUMENTOS	PÚBLICO META
0.1 Identificar los servicios virtuales que se desarrollan en el cantón Pimampiro.	Organización Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso.</li> <li>• Tecnología Empleada.</li> <li>• Tipos de Servicios Informáticos.</li> <li>• Servicios Administrativos y Financieros.</li> <li>• Oportunidad de Mercado.</li> <li>• Capacidad Instalada en el Cantón.</li> </ul>	Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista Observación Encuesta Observación	Oferentes del Servicio.  Clientes
0.2 Determinar la calidad y suficiencia de los servicios virtuales de la zona.	Servicios Virtuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad y Accesibilidad.</li> <li>• Velocidad.</li> <li>• Compatibilidad</li> <li>• Servicio y Atención al Cliente.</li> </ul>	Primaria Primaria Primaria Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Clientes

0.3 Conocer las formas de prestación del servicio que se utilizan en la zona.	Prestación Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinación de precios.</li> <li>• Lugar Prestación del Servicio.</li> <li>• Ayuda Técnica.</li> <li>• Competencia.</li> <li>• Demanda Potencial.</li> </ul>	Primaria Primaria Primaria Primaria Primaria	Entrevista Encuesta Observación Entrevista Encuesta	Oferentes del Servicio
0.4 Identificar los aspectos de seguridad que se utilizan en los servicios virtuales del sector.	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Métodos.</li> <li>• Control de Acceso.</li> <li>• Protección de Equipos y Accesorios.</li> <li>• Seguridades Informáticas.</li> </ul>	Primaria Primaria Primaria Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Oferentes del Servicio y Expertos
0.5 Analizar la Normativa Legal vigente y su aplicación.	Normativa Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordenanzas Municipales.</li> <li>• Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Bases de Datos.</li> <li>• Ley Especial de Telecomunicaciones.</li> <li>• Ley de Compañías.</li> </ul>	Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Revisión de Documentos	Bases de Datos

**CUADRO N° 1**

**Elaborado por:** La Autora

## 1.6. POBLACIÓN DE ESTUDIO Y CÁLCULO DE LA MUESTRA

### 1.6.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Se ha tomado como referencia los datos poblacionales del INEC en base al Censo del año 2001 por cuanto los datos del Censo año 2010 se encuentran en proceso de publicación.

El cantón Pimampiro tiene una población de 12.951 habitantes, es decir es el cantón de más baja población en la provincia de Imbabura, representa el 3.8% de la población provincial y el 0.11% de la población nacional. El 36% de la población habita en la parte urbana, en tanto que el 64% lo hace en el sector rural. Por sexos, la población es relativamente igual entre hombres (51.1%) y mujeres (49.9%). El peso relativo de la población de Pimampiro con respecto a la provincia ha disminuido el 5.6% de 1990 al 3.8% en la actualidad. Esta tendencia refuerza la caracterización del cantón Pimampiro como zona expulsora de población.

Para efectos de la presente investigación diagnóstica se considerará como población de estudio a la Población Económicamente Activa (PEA) de la zona, los cuales según datos obtenidos del Sistema Nacional de Información (SNI) presentan los siguientes datos:

#### POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA CANTÓN PIMAMPIRO

ACTIVIDAD	NÚMERO	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	3.463	699	2.764
Explotación de Minas y Canteras	4	1	3
Industrias Manufactureras	237	116	121
Suministros de Electricidad, gas y agua	6	2	4
Construcción	145	97	48
Comercio al por mayor y menor	403	322	81
Hoteles y Restaurantes	41	32	9
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	129	107	22
Intermediación Financiera	3	3	0
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	21	11	10

Administración Pública y Defensa	120	83	37
Enseñanza	135	79	56
Actividades de Servicios Sociales y de Salud	24	13	11
Otras Actividades Comunitarias Sociales y Personales de Tipo Servicios	95	59	36
Hogares Privados con Servicio Doméstico	240	70	170
No Declarado	266	180	86
Trabajador Nuevo	9	7	2
<b>TOTAL PEA CANTONAL</b>	<b>5.341</b>	<b>1.881</b>	<b>3.460</b>

**CUADRO N° 2**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** [www.sni.gob.ec](http://www.sni.gob.ec) - [www.pimampiro.org](http://www.pimampiro.org)

**1.6.2. CÁLCULO DE LA MUESTRA**

Para el cálculo de la muestra se procede a utilizar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times z^2 \times \delta^2}{(N - 1)\epsilon^2 + z^2\delta^2}$$

Dónde:

**n**= Tamaño de la muestra.

**N**= Tamaño de la población (PEA Cantonal).

**z**= Valor tipificado en la distribución normal corresponde al nivel de confianza 95%.

**S<sup>2</sup>**= Varianza 0.25.

**ε<sup>2</sup>**= Error del muestro 5%.

$$n = \frac{5.341 \times 1.96^2 \times 0.25}{(5.341 - 1)0.05^2 + (1.96^2 \times 0.25)}$$

$$n = \frac{5.129,4964}{14,3104}$$

$$n = 350,445344$$

$$n = 350$$

Calculada la muestra es de 350 pobladores económicamente activos.

Conociendo la tendencia de la actividad económica en el cantón, el tamaño de la muestra obtenida se pondera de la siguiente manera:

### **PONDERACIÓN DE LA MUESTRA**

SECTOR	POBLACIÓN		%		MUESTRA	
	URBANA	RURAL	URBANA	RURAL	URBANA	RURAL
<b>TOTAL PEA</b>	<b>1.881</b>	<b>3.460</b>	<b>35%</b>	<b>65%</b>	<b>35%</b>	<b>65%</b>
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	699	2.764	66%	95%	81	217
Hoteles y Restaurantes	32	9	3%	1%	4	2
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	107	22	10%	1%	12	2
Intermediación Financiera	3	0	1%	0%	1	0
Administración Pública y Defensa	83	37	8%	1%	10	2
Enseñanza	79	56	7%	1%	9	2
Actividades de Tipo Servicio	59	36	5%	1%	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>1.062</b>	<b>2.924</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>123</b>	<b>227</b>

#### **CUADRO N° 3**

**Elaborado por:** La Autora

### **1.7. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.7.1. Instrumentos de Investigación Primaria.**

1.7.1.1. Cuestionario de Entrevista.

1.7.1.2. Cuestionario de Encuesta.

1.7.1.3. Ficha de Observación.

#### **1.7.2. Instrumentos de Investigación Secundaria**

1.7.2.1. Internet.

1.7.2.2. Leyes, Reglamentos y Ordenanzas.

1.7.2.3. Documentación Relevante.

1.7.2.4. Libros y Material Didáctico

## 1.8. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN PRIMARIA

### 1.8.1. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ENCUESTA

#### 1.8.1.1. Pregunta 1. ¿Considera Ud. que en el Cantón Pimampiro existe potencial de emprendimiento?

##### a) Tabla de Frecuencias

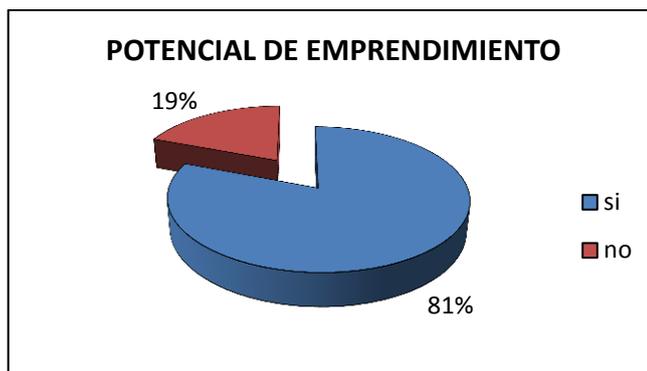
POTENCIAL DE EMPRENDIMIENTO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	283	80,9	80,9	80,9
no	67	19,1	19,1	100,0
Total	350	100,0	100,0	

**CUADRO N°4**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuestas Enero 2011.

##### b) Gráfico de Sectores



**GRÁFICO N° 1**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Cuadro N° 4

##### c) Análisis e Interpretación de Resultados

La tabla de frecuencia y gráfico precedentes hacen referencia al potencial de emprendimiento del cantón, dando como resultado un 81% a favor de la afirmación SI en contraposición a un 19% que se inclina por el NO, estos resultados hacen evidente la naturaleza creativa y emprendedora del sector, considerando que es un cantón comercial en el cual se aprecia un gran número de negocios familiares resaltando los agrícolas y basares, mismos que en su conjunto son fuente activa de la economía local.

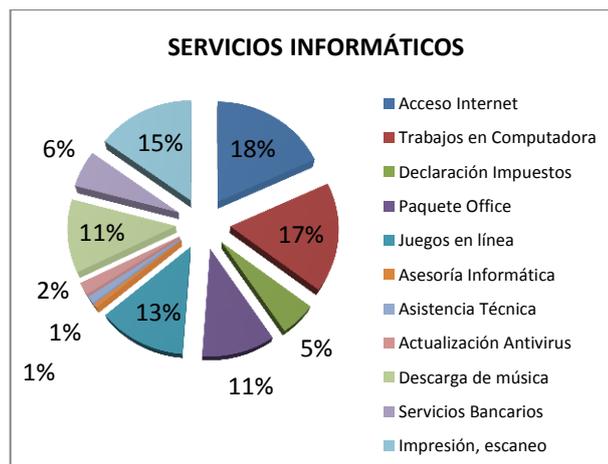
**1.8.1.2. Pregunta 2. Identifique los servicios informáticos que usted conoce se brindan en el cantón.**

**a) Tabla de Frecuencias**

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Informático	Acceso Internet	349	18,2%	99,7%
	Trabajos en Computadora	329	17,1%	94,0%
	Declaración Impuestos	101	5,3%	28,9%
	Paquete Office	204	10,6%	58,3%
	Juegos en línea	245	12,8%	70,0%
	Asesoría Informática	13	0,7%	3,7%
	Asistencia Técnica	22	1,1%	6,3%
	Actualización Antivirus	38	2,0%	10,9%
	Descarga de música	220	11,5%	62,9%
	Servicios Bancarios	111	5,8%	31,7%
	Impresión, escaneo	289	15,0%	82,6%
	<b>Total</b>		<b>1921</b>	<b>100,0%</b>

**CUADRO N° 5**  
 Elaborado por: La Autora  
 Fuente: Encuestas Enero 2011.

**b) Gráfico de Sectores**



**GRAFICO N° 2**  
 Elaborado por: La Autora  
 Fuente: Cuadro N° 5

### c) Análisis e Interpretación de Resultados

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al conocimiento del usuario respecto a los servicios informáticos que se prestan en el cantón, dando como resultado que los servicios de Internet con el 18,2%, Trabajos en Computadora con el 17,1% e Impresión y escaneo con el 15% son los más utilizados, esto nos demuestra que en el cantón no se usa al máximo los recursos virtuales, en la actualidad el internet permite acceder a oportunidades laborales, comerciales, educativas y sociales, sin embargo la falta de especialización de los centros que prestan el servicio, la limitada capacitación y otros factores han contribuido a su mal uso convirtiéndolo en algo novedoso pero no aplicado.

#### 1.8.1.3. Pregunta 3. Se conecta a internet a través de:

##### a) Tabla de Frecuencias

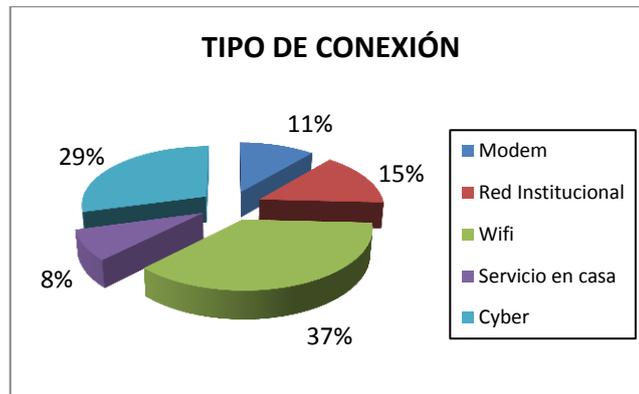
FORMA DE CONEXIÓN				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Conexión	Modem	67	11,1%	19,1%
	Red Institucional	88	14,6%	25,1%
	Wifi	220	36,6%	62,9%
	Servicio en casa	50	8,3%	14,3%
	Cyber	176	29,3%	50,3%
	Total	601	100,0%	171,7%

#### CUADRO N° 6

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuestas Enero del 2011

**b) Gráfico de Sectores**



**GRAFICO N° 3**  
 Elaborado por: La Autora  
 Fuente: Cuadro N° 6

**c) Análisis e Interpretación de Resultados**

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al tipo de conexión que usa el cliente cuando accede a internet, dando como resultado que el 36,6% utiliza Wifi, el 29,3% Cyber y el 14,6% Red Institucional como porcentajes predominantes, esto nos demuestra que un gran número de usuarios requiere contratar el acceso a servicios virtuales, por lo tanto no existe aún una saturación del servicio dando posibilidades a más oferentes a integrarse para competir con calidad y especialización captando clientes y garantizando el uso eficiente y técnico de la Red.

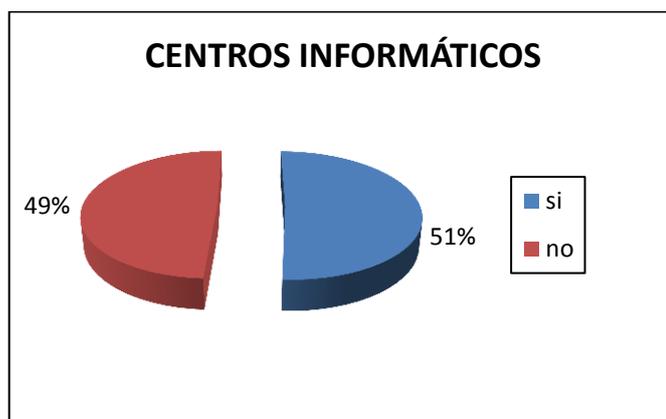
**1.8.1.4. Pregunta 4. ¿Considera Ud. que en el cantón existen suficientes centros informáticos?**

**a) Tabla de Frecuencias**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	178	50,9	50,9	50,9
	no	172	49,1	49,1	100,0
Total		350	100,0	100,0	

**CUADRO N° 7**  
 Elaborado por: La Autora  
 Fuente: Encuestas Enero 2011.

## b) Gráfico de Sectores



**GRÁFICO N° 4**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Cuadro N°7

## c) Análisis e Interpretación de Resultados.

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al criterio del usuario respecto si hay suficientes centros informáticos, dando como resultado que el 51% manifiesta que SI en contraposición al 49% que se inclina por el NO, como se puede observar el resultado se encuentra dividido permitiendo concluir que si existen suficientes centros informáticos sin embargo la gran mayoría de ellos no prestan servicios especializados limitando a los usuarios a servicios básicos de la red, algunos de los encuestados supieron manifestar que a pesar de haber algunos centros informáticos sería adecuado implementar otros para que en el cantón exista diversidad y calidad a través de la sana competencia.

**1.8.1.5. Pregunta 5. ¿Considera Ud. que los negocios existentes cuentan con un número adecuado de computadoras para atender la demanda del servicio?**

**a) Tabla de Frecuencias**

SUFICIENCIA DE EQUIPOS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	44	12,6	12,6	12,6
	No	306	87,4	87,4	100,0
	Total	350	100,0	100,0	

**CUADRO N° 8**  
 Elaborado por: La Autora  
 Fuente: Encuestas Enero 2011.

**b) Gráfico de Sectores**



**GRAFICO N° 5**  
 Elaborado por: La Autora  
 Fuente: Cuadro N°8

**c) Análisis e Interpretación de Resultados**

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al criterio del usuario respecto si existen suficientes equipos en los centros informáticos, dando como resultado que un 12,6% manifiesta que SI en contraposición a un 87,4% que se inclina por el NO, este criterio se sustenta por cuanto a pesar de que existen algunos centros informáticos la gran mayoría cuenta con un número de 5 máquinas que resultan insuficientes en horas pico donde la demanda es mayor lo cual genera

malestar en los usuarios por el tiempo de espera que se genera para acceder al servicio.

**1.8.1.6. Pregunta 6. De la siguiente escala marque aquella que describa la calidad, velocidad y suficiencia de los servicios virtuales existentes en el cantón.**

**a) Tabla de Frecuencias**

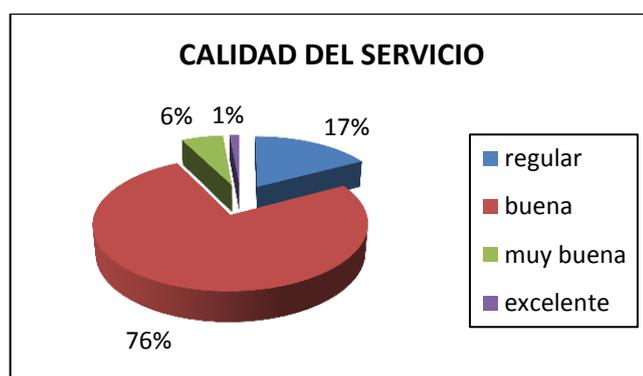
CALIDAD DEL SERVICIO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	regular	60	17,1	17,1	17,1
	buena	264	75,4	75,4	92,6
	muy buena	21	6,0	6,0	98,6
	excelente	5	1,4	1,4	100,0
	Total	350	100,0	100,0	

**CUADRO N° 9**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuestas Enero 2011.

**b) Gráfico de Sectores**



**GRÁFICO N° 6**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Cuadro N° 9

**c) Análisis e Interpretación de Resultados.**

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al criterio del usuario respecto a la calidad y suficiencia de los servicios virtuales del cantón, dando como resultado que el 75,4% manifiesta que

es Buena en contraposición a un 17,1% que se inclina por el criterio Regular, como porcentajes predominantes, este criterio se fundamenta en que actualmente los servicios de red si permiten que el usuario realice operaciones básicas como consultas y chat, sin embargo los usuarios que manifiestan que es regular se sustentan en la lenta conexión, demorosa descarga y presencia de malware o virus.

**1.8.1.7. Pregunta 7. De los siguientes marque los aspectos positivos que encuentra en los servicios de internet.**

**a) Tabla de Frecuencias**

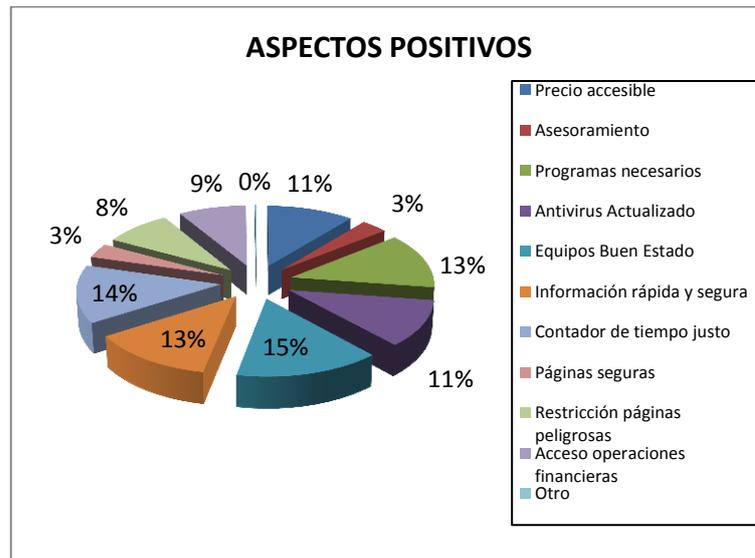
<b>ASPECTO POSITIVOS DEL SERVICIO</b>				
		<b>Respuestas</b>		<b>Porcentaje de casos</b>
		<b>Nº</b>	<b>Porcentaje</b>	
Positivos	Precio accesible	176	10,9%	51,0%
	Asesoramiento	54	3,3%	15,7%
	Programas necesarios	212	13,1%	61,4%
	Antivirus Actualizado	177	10,9%	51,3%
	Equipos Buen Estado	240	14,8%	69,6%
	Información rápida y segura	208	12,9%	60,3%
	Contador de tiempo justo	220	13,6%	63,8%
	Páginas seguras	55	3,4%	15,9%
	Restricción páginas peligrosas	136	8,4%	39,4%
	Acceso operaciones financieras	137	8,5%	39,7%
Otro	3	0,2%	,9%	
<b>Total</b>		<b>1618</b>	<b>100,0%</b>	<b>469,0%</b>

**CUADRO N° 10**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Encuestas Enero 2011.

## b) Gráfico de Sectores



**GRÁFICO N° 7**  
Elaborado por: La Autora  
Fuente: Cuadro N°10

## c) Análisis e Interpretación de Resultados

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al criterio de los usuarios respecto a los aspectos positivos de los servicios virtuales existentes, dando como resultado que el 14,8% manifiesta que los equipos se encuentran en buen estado, el 13,6% que el contador de tiempo es justo y el 13,1% que poseen los programas necesarios, como porcentajes relevantes, esto nos permite concluir que los usuarios ven en los negocios existentes servicios que les permiten satisfacer sus necesidades básicas, sin embargo se debe aclarar que para llevar un adecuado manejo de la red se necesita especialización, capacitación y recursos que le permitan al cliente explorar nuevas opciones y descubrir las ventajas y posibilidades que la automatización ofrece en un mundo globalizado.

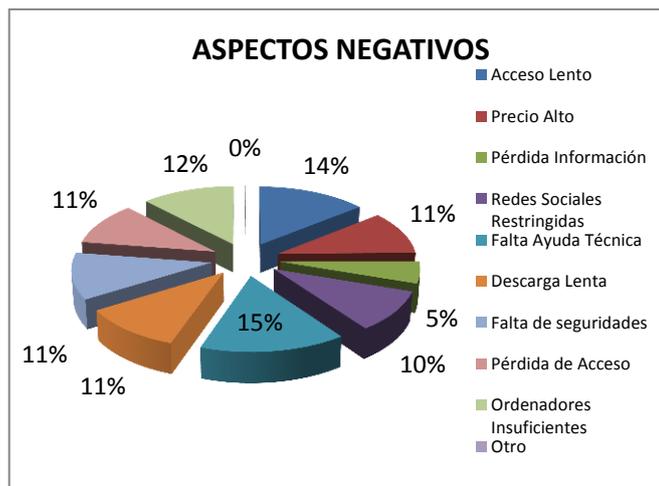
**1.8.1.8. Pregunta 8. De los siguientes marque los aspectos negativos que encuentra en los servicios de internet.**

**a) Tabla de Frecuencias**

ASPECTOS NEGATIVOS DEL SERVICIO				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Negativos	Acceso Lento	219	14,2%	65,2%
	Precio Alto	164	10,6%	48,8%
	Pérdida Información	83	5,4%	24,7%
	Redes Sociales Restringidas	152	9,8%	45,2%
	Falta Ayuda Técnica	236	15,3%	70,2%
	Descarga Lenta	167	10,8%	49,7%
	Falta de seguridades	174	11,3%	51,8%
	Pérdida de Acceso	162	10,5%	48,2%
	Ordenadores Insuficientes	186	12,0%	55,4%
	Otro	1	0,1%	,3%
	Total	1544	100,0%	459,5%

**CUADRO N° 11**  
**Elaborado por:** La Autora  
**Fuente:** Encuestas Enero 2011.

**b) Gráfico de Sectores**



**GRÁFICO N° 8**  
**Elaborado por:** La Autora  
**Fuente:** Cuadro N° 11

### c) Análisis e Interpretación de Resultados.

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al criterio de los usuarios respecto a los aspectos negativos de los servicios virtuales existentes, dando como resultado que el 15,3% Falta de Ayuda Técnica, 14,2% Acceso Lento y 12% Ordenadores Insuficientes constituyen las opciones con mayor porcentaje lo que nos permite determinar que en los negocios existentes aún no se cuenta con servicios 100% acordes a las necesidades del usuario generando a la vez malestar y uso ineficiente de la red, cabe destacar que el usuario ha manifestado como uno de sus principales problemas la falta de ayuda técnica factor clave en el uso eficiente de las tecnologías de información y comunicación así como de la automatización.

#### 1.8.1.9. Pregunta 9. ¿Con qué frecuencia acude a Internet?

##### a) Tabla de Frecuencias

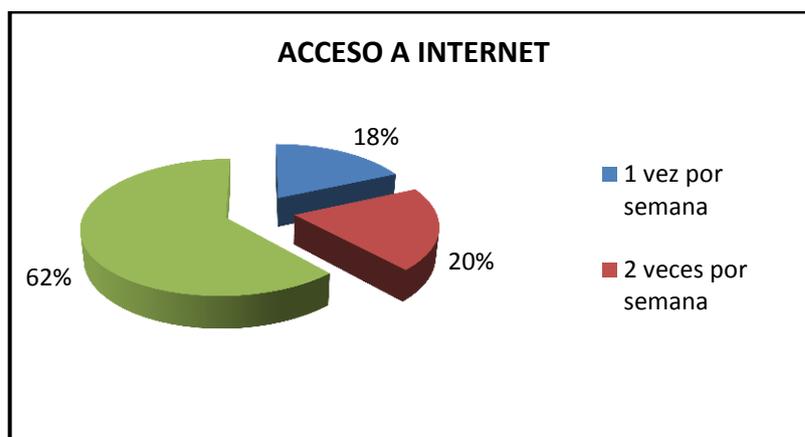
ACCESO A INTERNET				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLIDOS				
1 vez por semana	64	18,3	18,3	18,3
2 veces por semana	70	20,0	20,0	38,3
Más de dos veces por semana	216	61,7	61,7	100,0
Total	350	100,0	100,0	

**CUADRO N° 12**

**Elaborado por:** La Autora.

**Fuente:** Encuestas Enero 2011.

## b) Gráfico de Sectores



**GRÁFICO N° 9**  
Elaborado por: La Autora  
Fuente: Cuadro N°12

## c) Análisis e Interpretación de Resultados

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia a la periodicidad con la que el usuario accede a los servicios virtuales existentes, dando como resultado que el 61,7% acude más de tres veces por semana permitiendo deducir la aceptación de la población por este tipo de servicios, esta aseveración refuerza el criterio de la importancia actual del internet para fines académicos, laborales, legales, comunicacionales, tecnológicos, en fin crea un mundo de posibilidades para la sociedad conocedora de la era tecnológica y sus avances como fuente de crecimiento y desarrollo local.

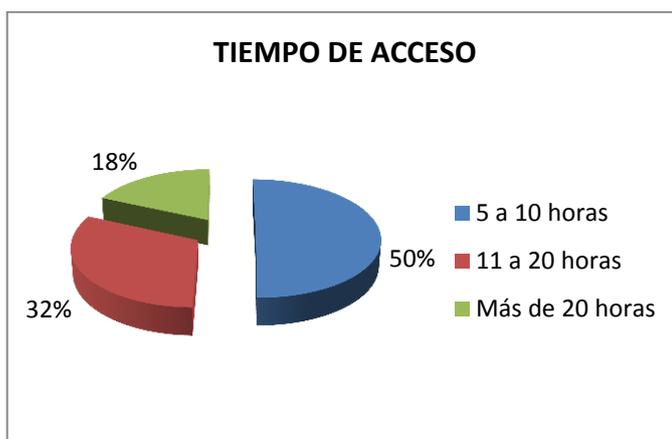
**1.8.1.10. Pregunta 10. ¿Cuántas horas a la semana utiliza el servicio de internet?**

**a) Tabla de Frecuencias**

TIEMPO DE ACCESO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VÁLIDOS	5 a 10 horas	176	50,3	50,3
	11 a 20 horas	110	31,4	81,7
	Más de 20 horas	64	18,3	100,0
	Total	350	100,0	100,0

**CUADRO N° 13**  
 Elaborado por: La Autora  
 Fuente: Encuestas Enero 2011.

**b) Gráfico de Sectores**



**GRÁFICO N° 10**  
 Elaborado por: La Autora  
 Fuente: Cuadro N°13

**c) Análisis e Interpretación de Resultados.**

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al tiempo que el usuario dedica al uso de servicios virtuales, dando como resultado que el 50,3% accede de 5 a 10 horas semanales opción que constituye un valor significativo para la existencia de nuevos negocios por cuanto demuestra la necesidad de acceso que tiene la población para cumplir con actividades relacionadas con la red y sus recursos.

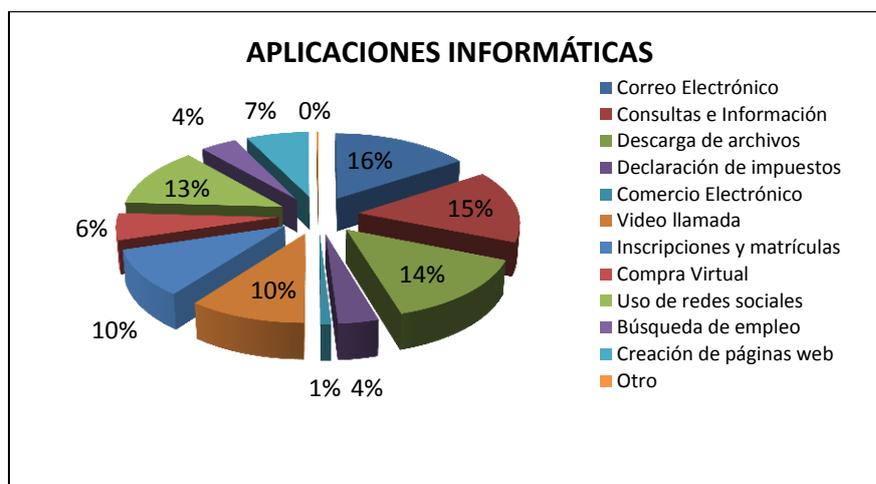
**1.8.1.11. Pregunta 11. De las siguientes aplicaciones informáticas señale las que conoce y ha utilizado.**

**a) Tabla de Frecuencias**

		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
Informáticas	Correo Electrónico	311	15,7%	88,9%
	Consultas e Información	305	15,4%	87,1%
	Descarga de archivos	283	14,3%	80,9%
	Declaración de impuestos	71	3,6%	20,3%
	Comercio Electrónico	19	1,0%	5,4%
	Video llamada	205	10,4%	58,6%
	Inscripciones y matrículas	196	9,9%	56,0%
	Compra Virtual	112	5,7%	32,0%
	Uso de redes sociales	251	12,7%	71,7%
	Búsqueda de empleo	82	4,1%	23,4%
	Creación de páginas web	140	7,1%	40,0%
	Otro	4	,2%	1,1%
Total		1979	100,0%	565,4%

**CUADRO N° 14**  
**Elaborado por:** La Autora  
**Fuente:** Encuestas Enero 2011

**b) Gráfico de Sectores**



**GRÁFICO N° 11**  
**Elaborado por:** La Autora  
**Fuente:** Cuadro N°14

### c) Análisis e Interpretación de Resultados

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia a las aplicaciones informáticas que el usuario conoce y ha utilizado en el sector dando como resultado el 15,7% Correo Electrónico, 15,4% Consultas e Información, 14,3% Descarga de Archivos y 12,7% Uso de Redes Sociales como porcentajes relevantes, los mismos nos permiten deducir que en su gran mayoría la población usa la red para actividades básicas, lo que se deriva de falta de conocimiento y ayuda técnica que les permita explorar al máximo los beneficios que en diferentes áreas proporciona la web.

#### 1.8.1.12. Pregunta 12. ¿Considera usted necesario la implementación de un centro informático que preste una gama de servicios virtuales enfocado en el uso eficiente y técnico de la Red?

##### a) Tabla de Frecuencias

IMPLEMENTACIÓN CENTRO INFORMÁTICO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	338	96,6	96,6	96,6
	NO	12	3,4	3,4	100,0
Total		350	100,0	100,0	

CUADRO N° 15

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuestas Enero 2011.

##### b) Gráfico de Sectores

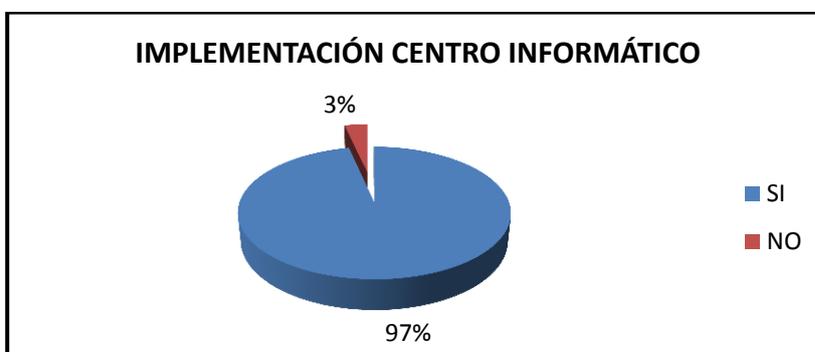


GRÁFICO N° 12

Elaborado por: La Autora

Fuente: Cuadro N°15

### c) Análisis e Interpretación de Resultados

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al criterio de los encuestados respecto a la factibilidad de implementar un centro informático especializado en el uso técnico de la red dando como resultado un 96,6% en la opción SI, lo que permite determinar el interés de la población en servicios virtuales considerando las actuales exigencias tecnológicas en el campo educativo, profesional, económico y social en los cuáles la informática juega un papel clave, además es importante recalcar que los encuestados manifestaron que la diversidad y la especialización son los factores más importantes a la hora de acceder a herramientas tecnológicas.

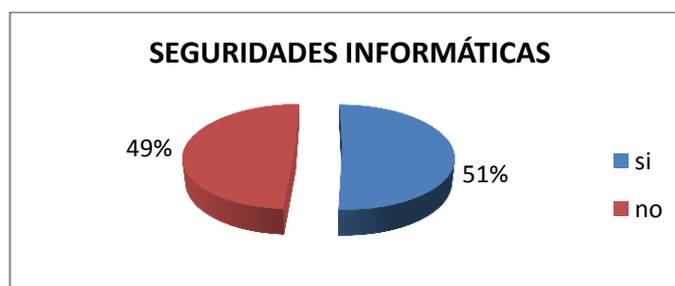
#### 1.8.1.13. Pregunta 13. ¿Aplica seguridades informáticas al momento de acceder a Internet?

##### a) Tabla de Frecuencias

SEGURIDADES INFORMÁTICAS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	178	50,9	50,9	50,9
NO	172	49,1	49,1	100,0
Total	350	100,0	100,0	

**CUADRO N° 16**  
Elaborado por: La Autora  
Fuente: Encuestas Enero 2011

##### b) Gráfico de Sectores



**GRÁFICO N° 13**  
Elaborado por: La Autora  
Fuente: Cuadro N°16

### c) Análisis e Interpretación de Resultados

La tabla de frecuencias y gráfico precedentes hacen referencia al criterio del usuario respecto a si aplica seguridades informáticas cuando accede a internet dando como resultado un 50,9% en la opción SI en contraposición a un 49,1% en la opción NO, esto nos permite deducir la existencia de un alto grado de contaminación de equipos informáticos por malware debido a que un gran número de usuarios no aplican las seguridades apropiadas para utilizar herramientas virtuales generando lentitud de navegación, pérdida de información e incluso daño total de equipos problemas ocasionados por la falta de conocimiento de usuarios y proveedores al momento de brindar el servicio.

#### 1.8.1.14. Pregunta 14. ¿Considera Ud. que implementar una empresa de servicios financieros y contables virtuales contribuye al desarrollo del Cantón?

##### a) Tabla de Frecuencias

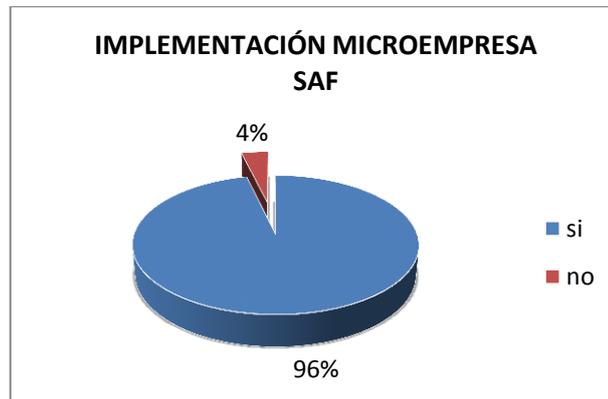
IMPLEMENTACIÓN MICROEMPRESA SAF					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	337	96,3	96,3	96,3
	NO	13	3,7	3,7	100,0
Total		350	100,0	100,0	

**CUADRO N° 17**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Encuestas Enero 2011.

## b) Gráfico de Sectores



**GRÁFICO N° 14**  
Elaborado por: La Autora  
Fuente: Cuadro N°17

## c) Análisis e Interpretación de Resultados

La tabla de frecuencia y gráfico precedentes hacen referencia al criterio del encuestado respecto a la implementación de una microempresa de servicios financieros y contables virtuales como fuente de desarrollo para el cantón dando como resultado un 96,3% a favor del SI en contraposición a un 3,7% que se inclina por el NO, estos resultados nos permiten deducir el potencial de aceptación que este tipo de servicios tendrá en la ciudadanía considerando que en la actualidad la tecnología ha proporcionado herramientas poderosas para ser competitivos y eficientes en un mundo globalizado donde el conocimiento y la especialización son factores clave para lograr el éxito.

### 1.8.1.15. Datos Técnicos

a) **Tabla de Frecuencias**

		EDAD			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-25	132	37,7	37,7	37,7
	26-40	164	46,9	46,9	84,6
	+40	54	15,4	15,4	100,0
	Total	350	100,0	100,0	

**CUADRO N° 18**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuestas Enero 2011.

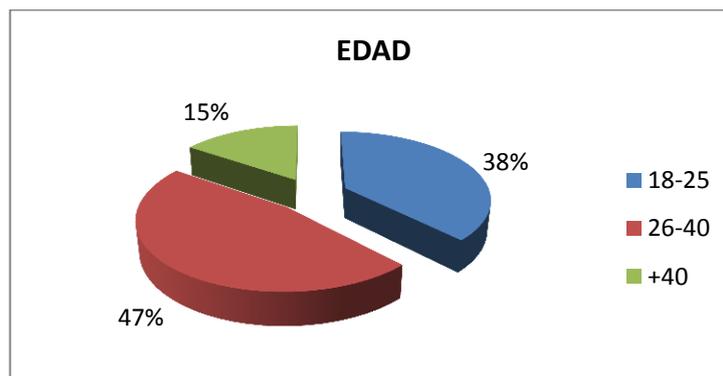
		SEXO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	193	55,1	55,1	55,1
	femenino	157	44,9	44,9	100,0
	Total	350	100,0	100,0	

**CUADRO N° 19**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuestas Enero 2011.

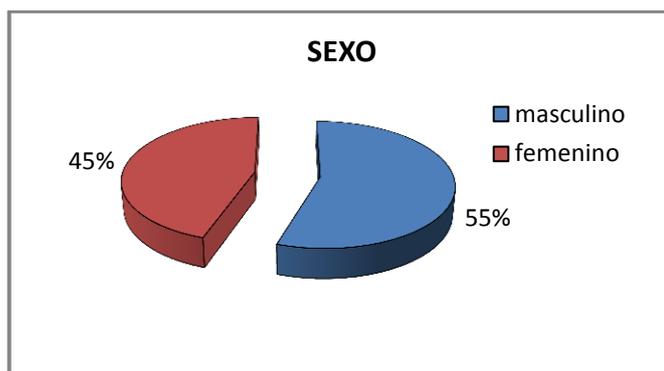
b) **Gráfico de Sectores**



**GRÁFICO N° 15**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Cuadro N°18



**GRÁFICO N° 16**

Elaborado por: La Autora

Fuente: Cuadro N°19

### **c) Análisis e Interpretación de Resultados**

Las tablas de frecuencias y gráficos precedentes constituyen la tabulación de datos técnicos (edad y sexo de los encuestados) dando como resultado que la mayor parte de ellos se encuentra sobre los dieciocho a los cuarenta años y destaca el sexo masculino, estos datos nos permiten determinar que la gente joven es la que actualmente se inclina al uso del internet y sus aplicaciones, tendencia que se hace evidente sobretodo en el aspecto educativo y social considerando la utilidad y novedad que el uso de la web ha generado, se debe recalcar además que la necesidad de servicios profesionales de asesoría en diferentes áreas ha crecido considerablemente en la población joven y adulta lo que ha permitido determinar que la incidencia de este proyecto se aplica a cualquier sector productivo y a diversas edades por cuanto contempla la satisfacción de necesidades de manera personalizada de acuerdo a los requerimientos del usuario.

## **1.8.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ENTREVISTA**

### **1.8.2.1. Entrevista a la Lcda. Mercedes Andrade Gerente-Propietaria de COMPU CAMILA negocio ubicado en Pimampiro.**

#### **a) Pregunta 1. ¿Considera usted que en el Cantón Pimampiro existe potencial de emprendimiento?**

Si, especialmente en el sexo femenino ya que la mujer Pimampireña se caracteriza por ser trabajadora y creativa generando así desarrollo

local al incursionar en diversas ideas de negocios que resultan rentables y por lo tanto satisfacen las necesidades poblaciones en muchos aspectos.

**b) Pregunta 2. En la actualidad el uso de tecnologías (Internet) así como la especialización profesional (contabilidad, tributación, proyectos, etc.) se ha vuelto indispensable ¿Cree usted que el Cantón Pimampiro cuenta con servicios de ésta clase que permitan satisfacer necesidades locales?**

No lo suficiente ya que la gente tiene que salir a la ciudad de Ibarra a realizar trámites de esta naturaleza, además podría decir que en el Cantón aún no existe un negocio u oficina que brinde este tipo de servicios a la ciudadanía.

**c) Pregunta 3. ¿Cómo nació su idea de negocio y qué parámetros estableció para determinar la rentabilidad y perpetuidad del mismo?**

Con la innovación de la tecnología del internet y ante la necesidad que tiene la gente de éste servicio, realice un sondeo de mercado y determiné que era rentable.

**d) Pregunta 4. ¿Qué servicios presta en su negocio y cuáles piensa incorporar en el futuro?**

Internet, copias, anillados, impresiones, llamadas telefónicas, papelería. A futuro asesoramiento contable y tributario.

**e) Pregunta 5. En lo referente a determinación de precios ¿Qué parámetros utiliza?**

Considero un margen de utilidad del 10 al 20% respecto al costo, de acuerdo a la temporada ya que el producto tiene más acogida por los consumidores, se busca estrategias para productos que no tienen mucha salida con precios especiales.

- f) Pregunta 6. Partiendo de un análisis de competencia y saturación de servicios ¿Considera usted que en el Cantón Pimampiro se pueden implantar negocios virtuales adicionales a los existentes?**

Si es necesario implantar negocios virtuales especialmente para los productores considerando que Pimampiro es un cantón Agrícola y socializar sobre este tipo de servicio para que tenga acogida y perpetuidad en el tiempo.

- g) Pregunta 7. Tomando como referencia su negocio ¿Existen suficientes proveedores que entreguen bienes o servicios necesarios para la buena marcha de su negocio?**

Si existen suficientes proveedores para mejorar el negocio y lo más importante caminar con la tecnología y dar un mejor servicio al cliente.

- h) Pregunta 8. ¿Quién es su proveedor de internet y qué parámetros consideró para contratar el servicio?**

Sthealtel Telecom ya que la calidad de servicio que prestan es excelente, los daños en el sistema son muy esporádicos y dan solución inmediata, el ancho de banda recomendado para el Cyber es el más adecuado y el precio por el servicio es accesible.

- i) Pregunta 9. ¿Conoce y aplica normativas legales (nacionales o extranjeras) en los servicios que oferta?**

Si, la regulación de los Centros de Acceso a Internet y Cyber Cafés Resolución No. 073-02 CONATEL.

- j) Pregunta 10. ¿Cuenta con asistencia técnica que brinde al usuario facilidades y ayuda para explotar al máximo las ventajas y posibilidades de la Red?**

No, porque representa un costo que no puedo cubrir con los ingresos del negocio.

## **k) Análisis e Interpretación de Resultados**

La entrevista presentada anteriormente reúne un conjunto de informaciones técnicas y económicas adecuadas para llegar a entender la situación actual del cantón a través de la opinión directa de expertos involucrados con el diario vivir de la tecnología y sus servicios derivados, la entrevista arrojó puntos positivos como por ejemplo la necesidad aún latente de servicios virtuales especializados que hasta el momento no se brindan en el cantón, se puede notar además que los negocios se manejan de una forma sencilla, no llevan contabilidad por lo que sus análisis de costo beneficio solo se determinan en un porcentaje sobre el costo, se maneja normativa legal y también estrategias de temporada que son necesarias para la perpetuidad del negocio, un punto importante fue la existencia de proveedores para cada servicio prestado lo que garantiza el abastecimiento oportuno y continuo de los mismos a la población, con todo lo anterior se pueden obtener criterios valiosos para la investigación diagnóstica.

### **1.8.2.2. Entrevista al Sr. Nixson Carrera técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Pimampiro.**

#### **a) Pregunta 1. ¿Considera Usted que en el Cantón Pimampiro existe potencial de emprendimiento?**

Pimampiro cuenta con oportunidades de emprendimiento autosustentables y con beneficios sociales – turismo – agroindustria pero hace falta capacitación para que esta producción vaya de la mano a una plataforma tecnológica, partiendo de este criterio se puede manifestar que si existen emprendimientos por cuanto la mayor parte de la población cantonal se sustenta de negocios propios.

**b) Pregunta 2. En la actualidad el uso de las tecnologías (Internet) así como la especialización profesional (Contabilidad, tributación, proyectos, etc.) se han vuelto indispensables ¿Cree Usted que el Cantón Pimampiro cuenta con servicios de ésta clase que permitan satisfacer las necesidades locales?**

Si, Pimampiro cuenta con infraestructura que permite el acceso a las TIC's, sin embargo aún no se han implantado negocios especializados que utilicen al máximo las oportunidades que proporciona la red.

**c) Pregunta 3. ¿Qué proyectos y servicios tecnológicos mantiene el Municipio de Pimampiro y que proyecciones futuras en materia tecnológica se desea implantar?**

Al momento existen los siguientes:

Acceso a Internet en este tema se ha realizado una plataforma de Red Inalámbrica que abastece a varias Instituciones Públicas como Escuelas, Colegios, Juntas Parroquiales, Policía Nacional, Bomberos y similares para que accedan a la Web y por su intermedio se capaciten, investiguen, usen redes sociales, oferten productos, se informen de fuentes de trabajo, entre otros.

Sistema de Video Conferencia donde el Municipio es la Central, existe un sistema en cada Parroquia, con esto se pretende un avance en la Educación, en el Aspecto Tecnológico, en la Capacitación Virtual sobre todo en temas de Salud y Seguridad.

Capacitación en materia de tecnología a Instituciones Educativas y Entidades Públicas.

Herramientas Web creación de páginas y portales así como capacitación en su uso y mejoramiento continuo.

VOIP Voz sobre IP, que consiste en telefonía IP para Instituciones Educativas y Entidades Públicas con eso se garantiza una comunicación

efectiva entre las mismas logrando así comunicar sobre todo a sectores rurales que por su ubicación no tienen éstos servicios, todo esto para situaciones de emergencia especialmente.

WIFI red gratuita para la población ubicada en el Parque 24 de Mayo cuyos horarios de atención son Lunes a Viernes de 12:00 a 21:00 y los fines de semana de 09:00 a 21:00 se aplicó estos horarios con miras a uso estudiantil y para no saturar la Red Municipal.

Otros proyectos para el futuro el tema de Gobierno Electrónico que en sí significa el uso de la tecnología para mejorar los servicios municipales y el contacto directo con la ciudadanía sobre todo en la transparencia de información y rendición de cuentas. Es importante recalcar que la gran aspiración Municipal en materia tecnológica es llegar a constituirnos en una Ciudad Digital al 100%.

**d) Pregunta 4. ¿Qué importancia tienen las Tecnologías de Información Y Comunicación (TIC's) en el desarrollo local del Cantón?**

Mejoramiento de la educación, salud, seguridad ciudadana y gobernabilidad local.

En Educación se busca la no dependencia a un lugar físico y se promueve una enseñanza y capacitación virtual, cuando se habla de educación hay puntos positivos y negativos de la red, en esto debe dejarse claro que se debe promover la reflexión del estudiante sobre la información obtenida a través de la lectura para evitar el copiar y pegar directamente de la red, con ello se buscan las aulas virtuales con criterios de aprendizaje significativo.

En salud se desea generar el acceso a consulta vía telefónica y servicios en línea para hacer más eficiente este importante sector.

En seguridad conexión inmediata y segura con la Policía Nacional y el Cuerpo de Bomberos.

Gobernabilidad Local, en este aspecto se pretende una buena relación del Gobierno Local con el Ciudadano, Transparencia de Información, Consulta de Valores a Pagar e Información de las Oficinas donde debe realizar cada uno de los Trámites.

**e) Pregunta 5. ¿Qué sectores sociales se beneficiarían con el uso eficiente de tecnologías como internet y los recursos que de su uso se derivan?**

Toda la población, el proyecto de tecnología de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Pimampiro es un puente de enlace para todos.

**f) Pregunta 6. Partiendo de un análisis de competencia y saturación de servicios ¿Considera usted que en el Cantón Pimampiro se pueden implementar negocios virtuales adicionales a los existente?**

Pimampiro está en marcha a la construcción de una ciudad digital y es necesario la implementación de los SI (Servicios Inteligentes).

**g) Pregunta 7. ¿Cuál es el alcance de la cobertura de los servicios virtuales que ofrece la Municipalidad?**

La cobertura de acceso es en todo el Cantón pero hay que implementar otros servicios en la Red. La Red Municipal llega a todas las Comunidades, Instituciones Educativas por comunidad, Juntas Parroquiales, Policía, Bomberos, Comisaría Nacional, en fin a todas las Instituciones Educativas y Entidades Públicas, cabe destacar que de manera directa no se beneficiará de la Red el Sector Privado sin embargo lo que puede hacer la Municipalidad es gestionar el incremento de puertos por parte de CNT acción que se ha realizado anteriormente para mejorar e incrementar el acceso de la población a la Red.

**h) Pregunta 8. ¿Quién es su proveedor de internet y qué parámetros consideró para contratar el servicio?**

Proveedor CNT y los parámetros costos, accesibilidad tomando en cuenta que se ha proporcionado el servicio en Pimampiro, soporte y estabilidad por cuanto la caída del sistema no es muy frecuente y si sucede se resuelve el daño inmediatamente logrando su recuperación en un tiempo corto.

**i) Pregunta 9. ¿Conoce y aplica normativas legales (nacionales o internacionales) en lo referente a prestación de servicios virtuales?**

50% en lo referente a Desarrollo de ciudades Digitales, existe una ordenanza que regula el uso de internet, así como también las Leyes emanadas de Entidades Gubernamentales como la CNT y el Ministerio de Telecomunicaciones, todas las actividades Municipales están respaldadas y se hacen de acuerdo a normas legales de acuerdo a cada materia aunque en materia tecnológica aún no se hace evidente la aplicación por estar en pleno desarrollo y aplicación de éstas herramientas.

**j) Pregunta 10. ¿Cuenta la Municipalidad con asistencia técnica que brinde al usuario facilidades y ayuda para explotar al máximo las ventajas y posibilidades de la Red?**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal es promotor del Desarrollo Tecnológico asiste y capacita permanentemente al usuario, al personal del Infocentro se ha dado capacitaciones en uso eficiente de la Red, mantenimiento de Equipos para que apoyen al Usuario al momento de usar la Red, además las Instituciones Aliadas pueden solicitar capacitación al Municipio en el futuro se pretende mejorar el Servicio de Capacitación.

**k) Pregunta 11. Partiendo de un análisis de costo-beneficio ¿Qué criterios ha utilizado la Municipalidad para determinar el costo de los servicios que oferta a la ciudadanía?, explique cada parámetro de acuerdo al servicio prestado.**

Servicios Web permite la comunicación en la Red, Plataforma Tecnológica el Desarrollo Local, Red y Servicios avance del conocimiento, educación y seguridad, infocentros centros de información y servicios.

Respecto al Costo se debería empezar analizando que en un principio no existía Internet en el Cantón generándose su uso a costos muy elevados para el usuario, de ahí nace la necesidad de crear el acceso con una diferencia subsidiada para ayudar al usuario local.

Al crecer la novedad de Internet y las ventajas del mismo aumentan los usuarios y por lo tanto el costo se vuelve un pago ínfimo que cubra cierta parte del valor total generado por el Cantón, dando una relación de 70% parte asumida por el Municipio y un 30% por los usuarios.

El Municipio no considera pago el dinero recaudado por el servicio, debido a su valor mínimo es denominado Contribución del usuario basada en una implantación de precios con el fin de beneficiar al estudiante y a los ciudadanos.

Como referencia debo manifestar que el Infocentro mantiene la tarifa de 0.60 centavos la hora y en las Instituciones Educativas el valor que se recauda es para mantenimiento de la Red por lo que es muy bajo, todos los aspectos referentes a costos se encuentran regulados en la Ordenanza de uso de Internet.

**l) Análisis e Interpretación de Resultados**

La entrevista anterior, contiene temáticas importantes y relevantes respecto al desarrollo de la tecnología desde el punto de vista y de gestión de la Municipalidad del Cantón Pimampiro, me permite ampliar el espectro de conocimientos y descubrir aspectos que con la simple

observación hubieran pasado por alto, entre los puntos importantes que se destacan se encuentra la importancia que se ha dado al aspecto tecnológico como fuente de desarrollo local en todos los aspectos sociales principalmente en salud, educación, gobernabilidad y seguridad donde adquiere gran relevancia en la actualidad, es importante recalcar que el apoyo Estatal en este caso Municipal es una vía poderosa para emprender en cualquier tipo de negocio por cuanto se encuentra un enfoque compartido que fortalece la idea plasmada dentro de las aspiraciones locales dando las pautas necesarias para construir un emprendimiento rentable combinado con el empoderamiento local para el beneficio cantonal, esta entrevista fue muy productiva por cuanto he podido notar que la idea que pretendo implantar tiene gran relación con la visión cantonal en el aspecto tecnológico, me he dado cuenta que la municipalidad está implantando y desea ampliar el uso de la Red y sus beneficios a gran escala es ahí donde sueños como el presente proyecto juegan un papel importante de trabajo conjunto, productivo, enmarcado en el modelo de desarrollo cantonal y que contribuirá al crecimiento económico, tecnológico, educativo y social del Cantón.

Con la entrevista realizada se ha fortalecido la convicción de la importancia de este proyecto considerando que las exigencias actuales requieren de una sociedad de conocimiento e información, de mentes brillantes y con acceso a información, de profesionales capaces con competencias y manejo de herramientas tecnológicas, de la inclusión en un mundo globalizado para ser competitivos, de criterios de desarrollo sin fronteras y sobre todo de gente emprendedora que aprenda del pasado proyecte el futuro para garantizar el éxito en el presente, es así como se debe determinar las pautas con un enfoque real y técnico que permita descubrir la realidad del entorno en el que se desarrolla las actividades tecnológicas y su rentabilidad en el tiempo.

## **1.9. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN SECUNDARIA**

### **1.9.1. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DISPOSICIONES LEGALES**

#### **1.9.1.1. LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS.**

##### **a) DESCRIPCIÓN.**

“LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y  
MENSAJES DE DATOS”

EL H. CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que, el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado.

Que, es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos.

Que, se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura.

Que, a través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una Ley especializada sobre la materia.

Que, es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos,

incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales.

### **Artículo 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. (Véase, Anexo 10)

#### **b) ANÁLISIS DE LA NORMATIVA**

La precedente Ley constituye una referencia para comprender la relevancia que en la actualidad adquiere la era de la información, nos permite determinar la influencia que en varios aspectos de la sociedad ha marcado la tecnología y como nuestro país debe adaptarse a la misma para sobrevivir en los mercados globales.

Para nadie es un secreto que en el comercio, la educación, salud, cultura y sociedad se han venido insertando herramientas tecnológicas que han tornado necesario se normen los procedimientos a seguir sobre todo para resguardar los datos privados transmitidos y recibidos diariamente en este medio de información moderno y sin fronteras.

No cabe duda que hablar de Internet con lleva un sinfín de aspectos que han permitido a las personas y países desarrollarse, considerando que el éxito o fracaso de una actividad depende directamente de la velocidad con que se maneje la información, fuente indispensable en la toma de decisiones que permitan hacer frente a nuevos desafíos e innovaciones, sumado a eso la aceptación de la población por la facilidad y novedad que representa la web se han generado nuevos mercados, productos y servicios de carácter mundial sin restricciones y abierto a aventuras.

Debido a la complejidad y libertad de ésta herramienta se ha visto imprescindible crear una normativa acorde a las necesidades de los

usuarios de esta gran red, tomando aspectos primordiales como lo referente a mensajes de datos vía correo electrónico los mismos que deben contener seguridades y son prueba de aceptación de algunos servicios, asimismo la validez de contratos electrónicos, el respeto a la información designada como privada la misma que debe ser de uso exclusivo de su propietario y sin que se viole su derecho a la privacidad, el respeto a las redes creadas por instituciones prohibiendo el acceso no autorizado, sanciones por el substracción no autorizada de datos, en fin todo lo referente a delitos informáticos que pongan en tela de juicio la seguridad de los servicios informáticos.

En conclusión esta Ley establece pautas y guía el camino de quienes pretenden dedicarse a negocios virtuales en todas sus formas así como a los usuarios que acceden al servicio, sean entes públicos o privados, facilitando y regulando esta forma novedosa de interacción comercial y social pero igualmente susceptible de malos manejos y aprovechamientos, por ello se plantean puntos específicos y reglas que permitan a las partes desarrollarse en este mundo virtual con seguridades reales y claras.

## 1.10. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inexistencia de negocios especializados en redes, asesoría contable y tributaria y proyectos en el Cantón.</li> <li>● Avance tecnológico, importancia que en la actualidad adquiere la tecnología, el conocimiento y la especialización.</li> <li>● Condiciones favorables para la existencia de negocios técnicos (disponibilidad de mercado).</li> <li>● Apoyo gubernamental desarrollo de TIC's, énfasis en la era de la información y comunicación como Políticas de Gobierno.</li> <li>● Tecnología y asesoría especializada consideradas necesidad en varios aspectos de la sociedad.</li> <li>● Aceptación de la ciudadanía (público meta) en los servicios técnicos especializados basándose en necesidades actuales.</li> <li>● Proyectos locales que requieren de la asistencia técnica en diversas áreas.</li> <li>● Posibilidad de expandir el servicio a nivel internacional utilizando el recurso internet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Posible saturación del mercado en el futuro.</li> <li>● Falta de información y capacitación en tecnificación sobre todo en zonas rurales.</li> <li>● Escases de Proveedores locales.</li> <li>● Precio de mercado inestable.</li> <li>● Resistencia al cambio y tecnificación.</li> <li>● Delitos informáticos.</li> <li>● Utilización de servicios virtuales y técnicos en su gran mayoría por gente joven.</li> <li>● Uso básico de la red y programas informáticos por parte de los usuarios limitando así las posibilidades que brinda la tecnología.</li> <li>● Principales competidores domiciliados en la Ciudad de Ibarra.</li> </ul>

### CUADRO N° 20

Elaborado por: La Autora

Fuente: Resultados Investigación Diagnóstica.

## 1.11. CRUCE ESTRATÉGICO OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

<b>CRUCE ESTRATÉGICO OPORTUNIDADES-AMENAZAS</b>	
	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Posible saturación del mercado en el futuro.</li> <li>● Falta de información y capacitación en tecnificación sobre todo en zonas rurales.</li> <li>● Escases de Proveedores locales.</li> <li>● Precio de mercado inestable.</li> <li>● Resistencia al cambio y tecnificación.</li> <li>● Delitos informáticos.</li> <li>● Utilización de servicios virtuales y técnicos en su gran mayoría por gente joven.</li> <li>● Uso básico de la red y programas informáticos por parte de los usuarios.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>OA CRUCE ESTRATÉGICO OPORTUNIDADES Y AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Inexistencia de negocios especializados en redes, asesoría contable y tributaria y proyectos en el Cantón.</li> <li>● Avance tecnológico, importancia que en la actualidad adquiere la tecnología, el conocimiento y la especialización.</li> <li>● Condiciones favorables para la existencia de negocios técnicos (disponibilidad de mercado).</li> <li>● Apoyo gubernamental desarrollo de TIC's, énfasis en la era de la información y comunicación como Políticas de Gobierno.</li> <li>● Tecnología y asesoría especializada consideradas necesidad en varios aspectos de la sociedad.</li> <li>● Aceptación de la ciudadanía (público meta) por los servicios ofertados.</li> <li>● Proyectos locales que requieren de la asistencia técnica en diversas áreas.</li> <li>● Posibilidad de expandir el servicio a nivel internacional utilizando el recurso internet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● La falta de competencia directa en servicios especializados contrastaría la posible saturación de los mismos en el futuro, sobre todo el servicio de internet.</li> <li>● Las nuevas competencias derivadas del avance tecnológico permitirán incrementar la capacitación y asesoría en éstos temas.</li> <li>● La importancia que el Gobierno ha dado a la tecnología permitirá difundir y generar la necesidad de aplicar éstas herramientas para cumplir mandatos legales como impuestos.</li> <li>● La aceptación de la ciudadanía en los servicios reducirá considerablemente su temor por delitos informáticos.</li> <li>● El uso de internet como herramienta de marketing permitirá a los negocios locales utilizar al máximo la red.</li> </ul>

### CUADRO N° 21

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Matrizde oportunidades y amenazas

## 1.12. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ ALIADOS Y OPONENTES

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entidades Gubernamentales, Municipios y Ministerios.</li> <li>• Instituciones Educativas de nivel primario, secundario y superior.</li> <li>• Entidades de Control SRI, IESS, Superintendencias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas de Asesoría y Capacitación.</li> <li>• Trabajadores Independientes en materia contable y tributaria.</li> <li>• Restricciones a la Creación de Empresas con énfasis en el uso de la Tecnología.</li> </ul>

### CUADRO N° 22

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Resultados de la Investigación Diagnóstica

## 1.13. CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS Y OPONENTES

	<p><b>OPONENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas de Asesoría y Capacitación.</li> <li>• Trabajadores Independientes en materia contable y tributaria.</li> <li>• Restricciones a la Creación de Empresas con énfasis en el uso de la Tecnología.</li> </ul>
<p><b>ALIADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entidades Gubernamentales, Municipios y Ministerios.</li> <li>• Instituciones Educativas de nivel primario, secundario y superior.</li> <li>• Entidades de Control SRI, IESS, Superintendencias.</li> </ul>	<p><b>AO CRUCES ESTRATÉGICOS</b></p> <p><b>ALIADOS Y OPONENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con el apoyo de entidades gubernamentales, educativas y de control se cimentará la importancia de la creación de empresas de servicios virtuales así como también se logrará una imagen de calidad que captará un importante segmento de mercado.</li> </ul>

### CUADRO N° 23

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Matriz de Aliados y Oponentes

#### **1.14. PROBLEMA DIAGNÓSTICO**

El cantón Pimampiro agrícola por naturaleza genera productos y servicios de calidad y precio accesible al consumidor, sin embargo la falta de tecnificación, el manejo empírico de las finanzas y la falta de especialización de los prestadores de bienes y servicios ha contribuido al uso ineficiente de herramientas Tecnológicas (TIC's e Internet), Contables y Tributarias básicas e importantes, generando a la par graves problemas sociales y económicos como la falta de fuentes de trabajo, altos índices de migración(sobre todo en jóvenes), manejo inadecuado del dinero, fracaso de emprendimientos por no determinar adecuadamente la inversión respecto a la utilidad, todo ello impidiendo un Desarrollo Local adecuado, inmediato y sostenible.

Es por ello, que luego de un análisis crítico de la situación actual del Cantón se ha podido determinar que existen necesidades latentes a ser satisfechas brindando servicios oportunos y de calidad, mismos que deben ajustarse a las necesidades de la población, a la dinámica de la economía local, garantizando así aceptación del mercado potencial a través de la fidelización de los posibles clientes.

Todo lo mencionado anteriormente ha contribuido a que la idea de negocio plasmada en el presente proyecto tome fuerza, considerando que a través de la misma se pretende dar solución a un problema latente en el Cantón Pimampiro.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. LA MICROEMPRESA**

##### **2.1.1. Introducción**

Según Juan Carlos Ramírez las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son el motor de la economía en la gran mayoría de países del mundo. Sin embargo, son las grandes empresas las que reciben el mayor reconocimiento, ya que manejan las marcas famosas, las campañas de marketing y publicidad y acaparan la mayor parte de los medios de comunicación. El mundo empresarial tiene una gran deuda de reconocimiento con millones de empresarios PYME, verdaderos campeones ocultos, héroes de los negocios que contra todo pronóstico y probabilidad, con escenarios adversos y restricciones financieras, con muy pocos programas efectivos de apoyo y una constancia casi enfermiza, hacen sobrevivir y crecer sus empresas para construir una sociedad y un futuro mejor.

Las PYMES tienen necesidades particulares, únicas y diferentes que hacen que muchos de los principios generales de la administración deban ser adaptados y ajustados antes de implementarlos adecuadamente en las empresas pequeñas y medianas. La escasez de recursos, la falta de liquidez, el aislamiento, la inexperiencia gerencial, la escasa utilización de la tecnología, la falta de competitividad global, la falta de visión y pensamiento estratégico, un bajo nivel de desarrollo en marketing y una tendencia a ser mejores en producción que en el área comercial, suelen ser algunos de los retos y problemas que no logran superar muchas PYMES y terminan cerrando sus puertas al público. El hecho de no encontrar los caminos de la competitividad y la prosperidad empresarial lleva a la muerte a miles de empresas en nuestros países, dejando como consecuencia niveles cada vez más altos de desempleo, deudas y decepción entre sus emprendedores, y un nivel más bajo de calidad de

vida para todos los relacionados con el proyecto empresarial que ha fracasado.

Quizá dos de los retos más grandes de las PYMES para sobrevivir y crecer de manera sostenible en el competitivo mundo de los negocios de hoy sean: 1) tener productos y/o servicios diferentes que sean preferidos por los clientes, y 2) cumplir el punto 1 de manera rentable y sostenible con un capital limitado. Esto significa que lo primero en los negocios es ser competitivo y lo segundo es ser rentable. Ambas condiciones se necesitan la una a la otra: para ser rentable se necesita ser competitivo y para ser competitivo en el mediano y largo plazo se necesita haber sido rentable. La rentabilidad, por tanto, es más un premio que una meta, reservada solo para aquellos empresarios que han descifrado mejor las necesidades de un mercado mediante la creación y la oferta de productos y servicios más competitivos que los demás.

### **2.1.2. Definición**

(Ramírez, 2009) manifiesta: “La microempresa, es por lo general un simple establecimiento en el que una persona, o un número muy pequeño de individuos producen un bien o prestan un servicio”.

(www.definicion.de, 2011) señala que: “La microempresa es una empresa de tamaño pequeño que cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada, constituye el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto”.

(Mercado, 2005) la define como: “La microempresa es aquella que es pequeña en todos los aspectos: número de colaboradores, ventas, tecnología, sistemas de información, grado de especialización, e internacionalización o globalización”.

He tomado como referencia el criterio de tres autores cuyas definiciones de microempresa son claras y completas, en este contexto los autores

manejan aspectos similares en cada uno de sus enunciados, se puede señalar que coinciden en varias particularidades entre ellas su tamaño reducido, recursos limitados, así como el aspecto de emprendimiento que caracteriza a sus propietarios, por lo que en base a la información plasmada anteriormente añadiré mi propia definición.

La Microempresa es una unidad económica de tamaño reducido, cuenta con recursos limitados y su área de influencia es pequeña en comparación a la gran industria, generalmente resulta de una idea de emprendimiento en la que sus propietarios aportan con trabajo y recursos para su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo.

### **2.1.3. Base Legal**

Para el análisis de la Base Legal en la Microempresa se ha tomado como referencia el criterio del Ing. Comercial Edgar Monteros quién explica que desde el momento que nace la idea de emprender una actividad económica, es importante analizar factores que inciden en su funcionamiento y desarrollo, tales como el tipo de organización, los medios con que cuenta, la localización de su sede y sobre todo la forma jurídica que regirá los destinos en la vida de la sociedad.

Pero el caso de la microempresa es diferente, ya que su principal característica es la informalidad de su funcionamiento. Además se puede decir que nace de la conjugación de una o varias personas que generalmente son familiar y que procuran poner en práctica ciertos conocimientos en una actividad económica, con el uso de sus propios capitales, iniciando de esta manera una asociación de hecho que a lo largo de su existencia y de sus resultados va cambiando y ajustándose a formas jurídicas, para ir dejando de lado la informalidad y someterse a las ventajas y desventajas, a deberes y derechos de las leyes que rigen el país.

Desde luego que, la forma jurídica que se adopte, deberá estar en función directa de los intereses de sus propietarios y ajustados a la legislación vigente que oriente la actividad económica que realiza, y que sus administradores conduzcan a ésta dentro de una organización empresarial legalmente constituida.

Sin embargo es importante aclarar que la legislación vigente en el país, no pone impedimento a la constitución de sociedades mercantiles atípicas, es decir, distintas a las que se encuentran expresamente reguladas por la Ley, tal es el caso de la empresa individual, en donde su dueño aporta el capital, su maquinaria y su familia son los trabajadores. Constituyéndose esto en la forma más sencilla de organización y gestión, pero, que por supuesto no es un obstáculo para que se contrate a otra personas que colaboren en el desarrollo de sus actividades.

#### **2.1.3.1. Tradición y Evolución de la Microempresa en el Ecuador**

Para el Ingeniero Comercial Edgar Monteros el Ecuador tiene una tradición de producción artesanal, las primeras escuelas que se instalaron en nuestro país así lo caracterizan, pues se necesitó mano de obra para los obreros que se especializaron en elaborar paños, frazadas, jergas, sombreros y en general toda clase de tejidos. A finales del siglo XIX se asentaron en Guayaquil las primeras industrias y a mediados de los años sesenta, éstas tomaron cierto auge debido al modelo de sustitución de importaciones, es decir disminuir el volumen de importaciones y generar una demanda de mano de obra; la mayor parte del empleo artesanal se ubicó en la rama textil del vestuario del cuero; luego le siguieron la madera, los metales y los alimentos.

La explotación petrolífera, a comienzos de la época de los setenta, permitió un cambio en el aparato productivo nacional mediante la instalación de grandes industrias y la adquisición de maquinaria sofisticada; la producción agrícola estuvo restringida a escasos productos

(monocultivo) y a la venta de productos naturales como materia prima. Estos hechos transformaron al país en económicamente pobre y sin mayor futuro, puesto que se ofertaba materia prima a precios bajos para posteriormente adquirir a otros países productos elaborados a precios altos.

El marco referencial que identificó a la microempresa tradicional fue el siguiente:

- a) Poquísimo capital.
- b) Utilización intensiva de mano de obra.
- c) Baja productividad.
- d) Inaccesibilidad al crédito en el sistema financiero formal.
- e) Mínima capacidad de ahorro.
- f) Ausencia de gestión empresarial y,
- g) Mínima utilización de tecnología y nuevos conocimientos que impiden tener valor agregado.
- h) Número de empleados de 1 a 9.

La tabla de salvación para muchos ecuatorianos fue la actividad artesanal en la década de los años ochenta, como consecuencia de la grave de la crisis económica. Las actividades más cercanas y familiares como la carpintería, la mecánica, la panadería, la peluquería, la confección, las tiendas de abastos, el bazar y papelería, el taxismo, los salones de comida fueron saturados en las principales ciudades del país.

La modernización del aparato estatal Ecuatoriano en el primer quinquenio de los años noventa agravó esa situación. La indemnización por comprar las renuncias a empleados públicos produjo el fenómeno llamado “la fiebre amarilla” es decir la compra de taxis, oferta de servicio que bajo la demanda y consecuentemente la rentabilidad de esa actividad económica. A lo cual añadiríamos los famosos financieras fantasmas que

se aprovecharon de esta circunstancia y los incautos cayeron perdiendo su capital.

Frente a esta problemática, en la actualidad la microempresa ha tenido un proceso de desarrollo muy acelerado, de tal manera que las características cualitativas que antes las distinguió de otras escalas empresariales, ahora se han relativizado, llegando al extremo de que inclusive las características cuantitativas ya no constituyen un parámetro de distinción exacto. Estamos entonces, frente a una microempresa cambiante, pues la verdad y los análisis de ayer ya no son las verdades de hoy, ni las de hoy serán las de mañana.

Para citar un ejemplo, tomamos una de las fábricas de cerámica de la ciudad de Cuenca, que es la que más produce en Latinoamérica y nos encontramos con una gran industria que tiene apenas ocho trabajadores y un capital en maquinaria, con alta tecnología que representa varios millones de dólares. De igual manera nos encontramos con microempresas que entregan el servicio de internet y correo electrónico, con cuatro computadores de última generación, que apenas superan los \$4.000 en activos fijos y que no tienen más de dos empleados.

Es decir estamos frente a microempresas que utilizan tecnología para entregar productos y servicios, dirigidas en la mayoría de casos por profesionales universitarios que aplican conocimientos de gestión empresarial. Por lo tanto, la microempresa sistemáticamente se está liberando del monopolio de las actividades tradicionales, con poca tecnología, poco capital y ninguna gestión empresarial.

La heterogeneidad de la microempresa nos hace reflexionar sobre la existencia de varios niveles, que podríamos clasificar de las siguientes maneras:

- a) Microempresa de subsistencia.
- b) Microempresa en crecimiento.

c) Microempresa que linda con la pequeña industria.

Sin embargo, es cierto, que en nuestro país la mayoría de microempresas son de subsistencia, pero ello no nos debe llevar a desconocer la existencia de las otras, que en los últimos años han tenido una gran presencia, debido a la participación de jóvenes profesionales.

La microempresa con su gran capacidad de adaptación a su entorno económico, en nuestro país ha podido superar con relativa facilidad los inconvenientes del proceso de dolarización; los productores y vendedores eficientes pudieron enfrentar el alza inflacionaria, reduciendo márgenes de ganancias, reduciendo stocks y finalmente equilibrando la producción de los costos. Al momento existe una reactivación económica y los productos elaborados por las microempresas son los de mayor consumo debido a sus precios bajos y por lo tanto muchos negocios no despidieron a sus trabajadores sino que aumentaron sus niveles de producción, demostrando así que la microempresa constituye una base de amortiguamiento en los desfases económicos.

En la actualidad la función de la microempresa debería ubicarse en la etapa de la bioeconomía, en la que las empresas tendrán a futuro áreas como la agricultura orgánica, la medicina alternativa, el ecoturismo, entre otras y que necesitarán de mucha fuerza para insertarse en este nuevo reto de satisfacer necesidades de las personas y de embarcarse adecuadamente en el desarrollo de este nuevo milenio.

#### **2.1.4. Visión, Misión y Objetivos de la Microempresa**

El análisis de la actividad micro empresarial según el criterio del Ingeniero Comercial Edgar Monteros, debe partir de un estudio cuidadoso de su experiencias vividas, de una evaluación sistemática de lo que ha venido haciendo y sobre como esto lo ha proyectado en los ámbitos económico, financiero, productivo y administrativo, para satisfacer las necesidades de la colectividad; lo cual le permitirá, de no estar logrando

sus propósitos replantear la idea sobre la misión y los objetivos de la microempresa, reestructurando su actividad y entrando en una importante oportunidad de rápidos cambios en la búsqueda del éxito.

Entonces, lo que permite el éxito es la transformación de la definición de “lo que nuestra microempresa es y debería ser” en objetivos claros, específicos y operativamente eficaces es decir, concentrar los esfuerzos en objetivos estratégicos básicos.

El accionar de la microempresa está configurado por el ideal o visión de la misma, y que es la más profunda expresión de lo que se quiere alcanzar, la declaración de un futuro deseado, un ideal que pretende un sentido de posibilidad más que de probabilidad, de potencial más que de límites; es lo que la institución desea alcanzar para servir a sus destinatarios finales a través de la práctica social y productiva que oferta; constituye una aspiración factible, un sueño realizable, difícil pero no imposible.

#### **2.1.5. Características Generales de la Microempresa en el Ecuador.**

Para el Ingeniero Comercial Edgar Monteros las Microempresas, en su gran mayoría, están dedicadas a la actividad comercial. Éste es el hecho más notorio. Aquellas microempresas que se dedican a la transformación de sus productos y los comercializan ellas mismas, dejan de lado a los intermediarios y, al realizar sus ventas al detalle, establecen una relación más directa entre consumidor y productor. Este tipo de microempresas resulta más atractivo, en consideración de que montarlas es relativamente más fácil y porque los riesgos de sus operaciones son menores, inclusive tomando en cuenta que es uno de los sectores de la economía con más competidores y que normalmente deja menor margen de utilidades.

La actividad de la microempresa tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial, pues cerca del 80% se dedica al comercio o a la prestación de servicios, y el 20% restante a las actividades de

transformación. Su estructura jurídica más utilizada se acerca a lo que constituyen las Sociedades de Personas, por algunas razones, como la responsabilidad de los accionistas que se limita al monto del capital aportado, que se constituye como una persona jurídica distinta e independiente de sus accionistas, que puede transferir fácilmente la propiedad de sus acciones, deseos de crecimiento futuro, entre otros. Aun cuando, en el desarrollo formal, no se cumple, pues las condiciones legales de los gerentes y los accionistas se han distorsionado, ya que los propietarios son a la vez personal administrativo y directores de la misma; quien posee la mayoría de acciones, controla la empresa como si se tratara de un solo propietario, él nombra a los miembros de su familia (esposa, hijos,...) como sus colaboradores en la dirección y administración, se auto-instala en el nivel más alto de dirección y control y los demás aparecen solo como requisitos del Ley para su constitución formal.

Así entonces, las microempresas son de tipo familiar, pero constituida como sociedades de personas, pues el dueño es el que aporta el capital necesario para sus operaciones normales. La mayoría de éstas tiene la tendencia a no cambiar su lugar de operaciones y se mantiene donde se iniciaron, tratando de conservar su mercado y mantener una estrecha relación con su clientela, a la que consideran le va a ser fiel por mucho tiempo. El objetivo predominante es el mercado local y eventualmente regional. Ésta característica depende básicamente de la habilidad que tenga el empresario para ofrecer un producto o servicio de buena calidad.

De la misma manera, como característica se establece que la microempresa crece principalmente a través de la reinversión de sus utilidades, y una de las razones de éste fenómeno es que no cuenta con apoyo técnico-financiero significativo de instituciones privadas ni del gobierno, pues su actividad se autofinancia con recursos propios, ya que existe un gran desconocimiento con respecto a la existencia y

funcionamiento de organismos de apoyo financiero y técnico. Ésta actividad se concentra en el dueño de la microempresa, que es el que ejerce el control y la dirección de la misma con un número de empleados que supera las 45 personas, dedicadas a acciones administrativas y operativas.

Como característica general de las microempresas podemos señalar que también carecen de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño se asemeja al de un <<hombre - orquesta>> y eventualmente recurren a la asesoría externa y, en el mejor de los casos al manejo contable-financiero y en especial sobre aspectos legales de personal, finanzas y tributos.

Las áreas consideradas fuertes en las microempresas son las de producción y ventas. En ellas encuentran una forma satisfactoria de competir en su mercado y de satisfacer las nuevas exigencias del mismo, situación que les obliga a tomar decisiones sobre la marcha, contando frecuentemente con un contacto directo entre el propietario y su clientela, lo cual le brinda un conocimiento más detallado de su mercado y de su producto.

Sin lugar a dudas, la gran atención que el dueño tiene por su microempresa, hace de la administración general, un punto relevante, caracterizándolo como un administrador independiente, ya que es él mismo quien opera y dirige todas las acciones, para lo cual ha adquirido una habilidad especial. La razón de aquello es que le resulta muy difícil contar con empleados competentes o recursos técnicos que apoyen su desarrollo. Esto hace suponer que entre microempresas, todas son fuertes en su campo de operación, pero siempre estarán en desventaja frente a la gran empresa. La función de control es casi nula en la microempresa, ocasionada por el desconocimiento del dueño o porque no existen normas o procedimientos que le ayuden a asegurar el éxito; el tiempo que se dedica a ésta actividad es muy limitado y el tipo de control

que se utiliza generalmente se deriva de la inadecuada planificación que utiliza.

La microempresa, en función de la orientación que le dé a su dueño, determina si cumple o no satisfactoriamente su responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesita, pero sin salirse del mercado local que conoce y maneja, creando a veces sucursales y tratando de mejorar sus productos, pero, en la mayoría de casos sin los estudios necesarios.

No se puede negar que la microempresa constituye un soporte para el desarrollo de las grandes empresas, pues de ellas depende que el producto llegue en condiciones satisfactorias a su mercado, sirviendo de enlace para actividades que difícilmente la gran empresa podría cubrir debido a su compleja estructura. Es decir que las necesidades de proveer bienes y servicios al cliente, la incapacidad de la gran empresa de manejar microempresas, la estrecha relación entre el microempresario y la comunidad, entre otras, son factores que hacen pensar que las microempresas tienen un futuro próspero, siempre y cuando sean anulados ciertos aspectos que impiden su desarrollo y se asimilen criterios técnico – administrativos en la dirección de las mismas para consolidar y desarrollo ordenado.

#### **2.1.6. Características Generales de la Microempresa en Imbabura**

Es necesario ejemplificar objetivamente las características generales de la microempresa en un rincón importante del país, como es la Provincia de Imbabura.

La microempresa en la Provincia de Imbabura constituye un importante renglón de la economía regional y nacional, pues abarca el desarrollo de varias actividades, como la de los textiles y la confección, la metalmecánica, la construcción, el cuero y el calzado, el alimenticio, las artesanías, el gráfico e impresiones, los servicios técnicos y profesionales

en las diversas ramas, entre otros. Todo esto, bajo la dirección en una gran mayoría de un solo propietario, que en el mejor de los casos tiene conocimiento de administración de negocios como fruto de la experiencia adquirida en algún trabajo anterior o por propia iniciativa y riesgo.

Estas características, hacen que este importante sector, tenga muchas debilidades en el área de producción, ventas y finanzas, lo que en su conjunto no ha permitido que haya un adecuado desarrollo o una visión de expansión hacia otros mercados con productos de calidad o producción nueva que permita un mejor grado de productividad y competitividad frente a nuestro país vecino del norte como es Colombia.

Concomitantemente, la actividad microempresarial de la Provincia de Imbabura, se encuentra presente de una manera, que podríamos ubicarla por cantones. Así por ejemplo: en el Cantón Ibarra caracterizada por la elaboración de artesanías en madera y piedra, especialmente en el sector de San Antonio, así como la metalmecánica y los servicios técnicos y profesionales; en el Cantón Otavalo, de preferencia la artesanía y textiles de fabricación indígena que son muy apreciados por los turistas extranjeros; en el Cantón Cotacachi, al actividad productiva y comercial de cuero y el calzado; en el Cantón Antonio Ante, la producción textil por excelencia, orientada hacia la población mestiza y finalmente, los Cantones Urcuquí y Pimampiro que dirigen su actividad dentro del campo agrícola y pecuario, constituyendo un soporte al sector alimenticio.

De todas maneras, esta dispersión no significa que en los diferentes cantones no desarrollen iguales o similares actividades, pero, con un mayor o menor grado de incidencia, lo cual presupone que la microempresa en la Provincia tiene niveles de operación más o menos equilibrados, es decir, que no existe un despegue acelerado pero, tampoco existe una desaceleración en su crecimiento, pues existen casos en los cuales microempresarios se han convertido en medianos y hasta grandes empresarios.

## **2.1.7. Clasificación de la Microempresa en Imbabura por Actividades.**

### **2.1.7.1. Alimenticio-Agroindustrial**

Este sector está constituido por restaurantes, cafeterías, fondas, actividades que se dedican a la elaboración y preparación de desayunos, almuerzos, meriendas y platos típicos en general.

### **2.1.7.2. Artesanales**

Comprende las actividades permanentes de diversos grupos de artesanos que individualmente orientan su trabajo hacia la producción de artesanías manuales, tradicionales y folklóricas de cada sector de la Provincia.

### **2.1.7.3. Producción y comercialización de cuero y calzado**

De este sector podemos decir que se conforma con los microempresarios del Cantón Cotacachi que en su mayoría elaboran y comercian artículos de cuero como maletas, zapatos, portafolios, chompas, carteras, bolsos,.... Cabe señalar que en esta actividad microempresarial de la artesanía del cuero existen inversiones altas en maquinaria, materias primas y productos terminados, por lo que su sistema de organización debería modernizarse.

### **2.1.7.4. Metalmecánicas**

Este importante sector de la microempresa en la Provincia de Imbabura está constituido por los talleres donde se transforma el hierro en productos como: puertas, ventanas, pasamanos, escritorios, papeleras, sillas, etc. Cabe señalar que este sector desarrolla su actividad paralelamente a la actividad de la construcción en forma complementaria.

#### **2.1.7.5. Textiles y Confecciones**

Estas actividades predominan en los Cantones de Otavalo y Atuntaqui, caracterizadas por la elaboración de ropa con productos de tela y lana para toda clase de personas tanto en el mercado nacional como internacional.

#### **2.1.7.6. Gráficas e Impresiones**

Este sector está constituido por la actividad que realizan imprentas, tipografías, diseños y estampados, copiadoras e inclusive actualmente centros de computación que brindan servicios a la colectividad en general e instituciones.

#### **2.1.7.7. De la Construcción**

A este sector se lo considera desde el punto de vista de la producción y comercialización de materiales necesarios para la construcción como por ejemplo la fabricación de ladrillos, bloques, adoquines, tubos de asbesto, que son necesarios en la construcción.

#### **2.1.7.8. Maderero-Forestal**

Comprenden las actividades que realizan los expendedores de madera para la fabricación de artículos artesanales, muebles y otros productos complementarios de la construcción.

#### **2.1.7.9. Servicios Técnicos y Profesionales**

Se considera en este sector a aquellas actividades que independientemente realizan diferentes tipos de profesionales, especialmente en la prestación de servicios, como son por ejemplo: Talleres de arreglo de radio y televisión, zapaterías, arreglos de bicicletas, mecánicas automotrices, bufetes de abogados, consultorías y asesorías profesionales en general.

Es importante señalar que en este sector en el cuál se ubicará la microempresa fuente del presente proyecto, considerando que los servicios que se ofrecerá se encuentran dentro de la categoría de servicios profesionales.

## **2.2. SERVICIO**

### **2.2.1. Definición**

(www.wikipedia.com, 2011) lo define como: “Servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente o de una persona común siempre en el momento en que es prestado. Es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en el interfaz entre el proveedor y el cliente, generalmente es intangible”.

(www.definicion.de, 2011) señala que: “Con origen en el término latino *Servitium*, la palabra Servicio define a la acción y efecto de servir (estar sujeto a alguien por cualquier motivo haciendo lo que él quiere o dispone). En el campo de la economía y marketing un Servicio es el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente, de esta forma, el servicio podría definirse como un bien no material cuyo valor principal es la experiencia.

(www.monografias.com, 2011) expone que: “El Servicio es un proceso. Mientras los artículos son objetos, los servicios son realizaciones por esta razón un servicio existirá mientras una empresa ofrezca alternativas de satisfacción a una determinada necesidad de los clientes, y éstos tengan la capacidad y disposición para pagarlo. Originándose con esta afirmación el concepto de “sector de servicio”, como una parte de la economía que en general se dedica a hacer actividades por y para los

clientes en vez de suministrar productos, siendo obvia su relevancia en la economía actual.

He tomado como referencia tres criterios relevantes en lo que ha definición de servicio se refiere, las cuales son completas y claras en cada aspecto, podemos notar que se enfatiza y coincide en características como la intangibilidad del servicio, la experiencia, la satisfacción integral u oportuna del cliente, así como también la importancia de este sector en la economía. Una vez analizada cada definición procedo a añadir mi criterio.

Servicio es un conjunto de acciones destinadas a satisfacer las necesidades de un cliente en un lapso de tiempo establecido, es de naturaleza intangible y su medición y control de calidad requiere criterios diferentes para garantizar la efectividad y oportunidad.

### **2.2.2. Características de los Servicios.**

La característica más básica de los servicios según los criterios de los Ingenieros Reyner Pérez y Marcia Noda, 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.

#### **2.2.2.1. Heterogeneidad o Variedad**

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.

### **2.2.2.2. Inseparabilidad**

En 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. No se pueden separar los servicios de los mismos servicios.

### **2.2.3. Principios de los Servicios**

#### **2.2.3.1. Principios Básicos de los Servicios**

Para los Ingenieros Reyner Pérez y Marcia Noda 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) Actitud Positiva, dinámica y abierta.**

Dado el carácter transitorio, inmediatista y variable de los servicios, se requiere una actitud positiva, dinámica y abierta, esto es, la filosofía de “todo problema tiene solución”, si se sabe buscar.

#### **d) Bases Éticas.**

Toda actividad se sustenta sobre bases éticas, es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.

**e) El Buen Servidor.**

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.

**2.2.3.2 Principios de Servicio al Cliente.**

Para los Ingenieros Reyner Pérez y Marcia Noda existen diversos principios que se deben seguir al llevar a cabo el servicio al cliente, éstos pueden facilitar la visión que se tienen acerca del aspecto más importante del servicio, el cliente.

**a) Calidad.**

Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.

**b) Determinación Consensuada de Especificaciones.**

Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal, clientes y proveedores.

**c) Uso de Sistemas.**

Sistemas, no sonrisas. Decir “por favor”, “corazón”, y “gracias” no le garantiza que el trabajo resulte bien a la primera, en cambio los sistemas sí.

**d) Antelación.**

Anticipar y satisfacer consistentemente las necesidades del cliente.

**e) Libertad de Acción.**

Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir autoridad para atender sus quejas.

**f) Establecer Estrategias de Fidelización.**

Preguntar al cliente lo que quiere una y otra vez para hacerlo volver, alentar a los clientes a que digan todo aquello que no les guste, así como también manifiesten lo que si les agrada.

**g) Cumplimiento de lo Pactado.**

Los clientes siempre esperan el cumplimiento de su palabra. Prometer menos, dar más.

**h) Respeto y Consideración.**

Mostrar respeto por las personas y ser atentos en la prestación del servicio.

**i) Cultura de Calidad.**

Reconocer en forma explícita todo esfuerzo de implantación de una cultura de calidad. Remunerar a los empleados como si fueran sus socios (incentivos).

**j) Mejoramiento Continuo**

Hacer como los japoneses. Es decir, investigar quiénes son los mejores y como hacen las cosas, para apropiarse de sus sistemas, para después mejorarlos.

**k) Servicio Eficiente.**

Lo más importante, no dejar esperando al cliente por su servicio, porque todo lo demás pasará desapercibido por él, ya que estará molesto e indispuesto a cualquier sugerencia o aclaración, sin importar lo relevante que ésta sea.

#### **2.2.4 Sistema de Verificación de los Servicios**

Se ha tomado los criterios de los Ingenieros Reyner Pérez y Marcia Noda para explicar que los servicios, a diferencia de los productos, presentan características que dificultan el proceso de verificación o inspección antes que el cliente este en contacto con estos, estas características son las que originan las dificultades para el establecimiento de un sistema de inspección, en lo fundamental porque resulta casi imposible evitar, en caso de existir inconformidad, que el cliente se entere de su presencia y con ello se afecte su satisfacción y en consecuencia la imagen del servicio.

Lo antes descrito produce un mayor nivel de complejidad a la gestión de la calidad en los servicios, no obstante se pueden realizar acciones que conlleven a una disminución del riesgo anteriormente señalado, dividiendo al servicio en cada uno de los elementos que en el convergen y tratando de establecer para cada uno de ellos los mecanismo de control que resulten factibles. Los elementos que convergen en los servicios son: El Cliente, el Prestador del Servicio, los Objetos que se incluyen en el Servicio, los Locales de Prestación del Servicio y los Equipos y Muebles.

Por otra parte en el establecimiento de un sistema de inspección se deben establecer los siguientes parámetros: Características a evaluar, cómo evaluar (atributo, o variables), cuánto evaluar (tamaño de la muestra), cuándo evaluar y dónde registrar la información.

Por tanto en el diseño de un proceso de prestación de un servicio bastaría establecer los parámetros de diseño para cada uno de los elementos que concurren en la prestación de un servicio, y esto será lo que se pretende describir a continuación.

#### **2.2.4.1 Los Objetos que se Incluyen en el Servicio**

Pueden ser producidos en la entidad o adquiridos por esta. Las características evaluadas estarán siempre en función del nivel de influencia que tengan en la calidad final del servicio.

En caso de ser adquiridos resulta conveniente inspeccionarlos al momento de su arribo, ya sea aplicándole una inspección 100% o un plan de muestreo estadísticamente fundamentado, si las condiciones de almacenamiento en la entidad son las idóneas será suficiente con la inspección de entrada, de lo contrario resultaría beneficioso efectuar otra inspección antes de ofrecerlo al cliente. Las inspecciones de entrada pueden no efectuarse en caso de que se cuente con proveedores totalmente probados.

Las características a verificar en estos productos pueden ser tanto variables como atributos, de ser variables se requerirá de instrumentos para su verificación tales como (pesas, cintas, etc.) y de ser atributos se chequearán por medio del uso de los órganos de los sentidos como la vista y el olfato, por lo que requerirá de una gran experiencia del personal evaluador.

En caso de que los productos sean fabricados por la empresa se debe ejercer control en el proceso de elaboración, utilizando criterios de selección similares a los establecidos para los productos comprados a terceros.

Siempre que se detecten productos defectuosos, ya sean insumos de la entidad o productos elaborados en la misma, se deberán apartar garantizando su desuso para posteriormente registrarlos y estudiar las causas de la inconformidad evitando así que en el futuro se repita el hecho.

#### **2.2.4.2 Los Locales de Prestación del Servicio.**

Se deberán evaluar aquellas características que varían con mayor frecuencia como es el caso de la limpieza y el orden, por lo general esta evaluación se realiza de forma visual al 100% antes de iniciar la prestación del servicio y posteriormente se mantiene un chequeo frecuente sobre las mismas en función de las posibilidades de variación en el tiempo.

En el caso de características más estables en el tiempo como el confort, se deberán considerar en procesos de auditorías de la calidad mismas que al menos habrán de realizarse cada seis meses en los locales, registrándose las inconformidades detectadas para proceder a tomar acciones que permitan su corrección inmediata.

#### **2.2.4.3 Los Equipos y Muebles.**

Se verificarán periódicamente en función de sus condiciones de operación y sus características de fiabilidad, por resultar su existencia siempre de un volumen relativamente pequeño se efectuaran chequeos al 100%, éstos al igual que los productos deberán ser evaluados al momento de su adquisición y antes de comenzar a prestar un servicio, comprobando su funcionamiento ya sea por medio de los resultados que producen o por dispositivos de medición como termómetros, medidores de consumo, etc.

En todos los casos de realización de verificaciones se deben registrar los aspectos negativos encontrados, puesto que serán los datos que posteriormente se utilizarán para demostrar a la Alta Dirección la necesidad de emprender programas de mejora.

#### **2.2.4.4 La Información.**

Resulta siempre de vital importancia dentro de los servicios, pues dentro de ella se contempla la que se oferta al cliente (carta menú,

programas, horarios de prestación del servicio, etc.) de no resultar totalmente cierta originará niveles de inconformidad muy elevados en los clientes. Consecuencias similares, o peores a las anteriores se producen cuando se mal interpretan las necesidades y deseos de los clientes y se establecen estándares de calidad que sirven de guía para la prestación del servicio pero que no coincide con las expectativas de los clientes, por todo lo descrito anteriormente queda claro la necesidad de mantener bajo control la información del servicio, por ello siempre se deberá verificar la veracidad, exactitud y oportunidad de la información.

La información que cambie a diario como es el caso de la carta menú se deberá chequear antes de iniciar el servicio y si amerita realizar inmediatamente las correcciones correspondientes, en el caso de los estándares de calidad serán objeto de comprobación durante las auditorias de calidad semestrales, trabajando en su corrección tan pronto como se detecten.

Todos los elementos valorados hasta ahora pueden ser examinados al menos una vez antes de iniciar el servicio y rectificar cualquier error para no afectar la satisfacción de los clientes y la imagen corporativa de la entidad, posteriormente bastará mantener un control periódico.

#### **2.2.4.5 El Prestador del Servicio.**

Es el único que no puede ser controlado totalmente antes de iniciar el servicio, no obstante existen una serie de medidas que permiten disminuir considerablemente el riesgo de inconformidad.

Las características del personal del servicio pueden ser valoradas de acuerdo a diferentes criterios de clasificación, entre los que se encuentran siguientes:

**a) Aspecto Personal.**

Uso correcto del Uniforme, Pulcritud al Vestir, Estilo, Afeitado y Pelado, Peinado, Uñas Pintadas y Limpias, Objetos en los Bolsillos, Prendas, Porte, Edad.

**b) Profesionalismo – Competencias.**

Conocimiento Técnico, Capacidad de Reacción, Conocimiento Informativo, Creatividad, Habilidad Técnica, Dominio Idiomático, Motivación, Flexibilidad.

**c) Cortesía y Amabilidad.**

Amabilidad, Cortesía, Lenguaje Corporal.

**d) Según las Necesidades de Formación.**

- **Innatas**

El individuo nace con ellas, dependen del momento de este nacimiento como la edad.

- **Formables**

Las que pueden ser adquiridas mediante un proceso de capacitación o adiestramiento.

**e) Según el Factor predominante**

- **Psicológicas**

Están vinculadas a la esfera evolutiva y cognoscitiva del individuo, es decir, las que dependen del funcionamiento del sistema nervioso.

- **Físicas**

Son las evaluables a simple vista por poseer un carácter corporal.

**f) Según su Persistencia en el tiempo**

- **Variables**

Se presentan en el tiempo de distintas formas, por ejemplo el trato de las personas, su creatividad.

- **Constantes**

Tienden a mostrar estabilidad en el tiempo como por ejemplo el aspecto, los conocimientos.

Estos criterios de clasificación permiten el diseño de distintas estrategias para el control de la calidad que introduce el prestador del servicio. Por ejemplo mediante el proceso de selección del personal se determina si este posee o no determinadas características innatas que no son formables a determinada altura de la vida, como la presencia, de igual forma se puede determinar que personal necesita y puede ser formado para prestar un servicio de calidad. Una vez seleccionado el personal se debe proceder a la formación de las habilidades y conocimientos no presentes pero necesarios para prestar un servicio de calidad.

Los sistemas de trabajo de acuerdo al grado de facilidades que oferten unidos a los sistemas de estimulación deben permitir que el personal ostente y conserve durante toda la jornada laboral un adecuado estado psicológico para la prestación del servicio. Es necesario que el personal labore en condiciones cómodas para disminuir la fatiga, que posea los medios necesarios para el cumplimiento de sus funciones y que cuente con adecuados estímulos y valores para ofertar un servicio de calidad.

Una vez que se han establecido todas estas estrategias se debe proceder a implementar sistemas diarios de control antes de iniciar el servicio para verificar la higiene y presencia del personal así como su estado de ánimo, haciendo lo posible para evitar que labore en condiciones adversas a las requeridas. De encontrarse alguna inconformidad debe trabajarse

inmediatamente en su eliminación siguiendo procesos de registro, estudio de causas para finalmente con los resultados obtenidos tomar las acciones necesarias para su no reiteración.

En estas condiciones sólo resta mantener un buen sistema de liderazgo que permita la interacción constante con los trabajadores, la detección y corrección de cualquier inconformidad durante la prestación el servicio. Resulta recomendable que el personal se encuentre en estado de autocontrol para que por él solo sea capaz de prestar un servicio de calidad y corregir cualquier desviación que se presente en caso de no existir correspondencia con los estándares de calidad.

Para que los trabajadores se consideren en estado de auto control se deben cumplir tres principios básicos estos son:

- El trabajador debe saber lo que tiene que hacer, para ello se necesitan los estándares de calidad y una adecuada formación.
- El trabajador debe saber lo que está haciendo, para ello se retroalimenta en su propia interacción con los clientes o se le informa el resultado de las encuestas de satisfacción de los clientes o cualquier opinión que estos viertan.
- Deben tener los medios para corregir su comportamiento siempre que detecten desviaciones.

Una vez prestado el servicio aún queda contar con la existencia de un buen sistema de evaluación del desempeño para validar el cumplimiento con los estándares de calidad.

Existen numerosos métodos de evaluación y cada uno presenta sus ventajas y desventajas no existiendo un método ideal o universal aplicable a todas las personas, todos los puestos, todas las empresas y todas las situaciones. La elección de uno u otro dependerá de numerosos aspectos:

- Tipo de puesto considerado.

- Aspectos o características que se desean medir.
- Cultura Empresarial existente.
- Objetivos que se pretenden conseguir.
- Diversos elementos coyunturales que siempre habrá que tener en consideración.

Los métodos o técnicas más utilizadas:

- Tareas relacionadas con la prestación del servicio(cantidad de prestaciones y satisfacción de los clientes, quejas o reclamaciones recibidas).
- Tareas no relacionadas con la prestación.

#### **2.2.4.6 El Cliente**

Evidentemente al cliente no es posible inspeccionarlo, sino más bien satisfacerlo quizás el único parámetro mediante el cual ejercer cierto control sobre el cliente radique en el hecho de garantizar que no se le ofrezca más de lo que se le puede brindar con el objetivo de no crearle expectativas superiores a las que son posibles satisfacer.

No obstante el cliente brinda la posibilidad de cerrar el ciclo y tener una idea general de la calidad del servicio, sólo que con un carácter retroactivo, mediante los resultados de los estudios de su satisfacción según los cuales se pueden conocer las causas de inconformidad, también retroalimenta con sus quejas y reclamaciones aunque en ningún modo la ausencia de estas debe considerarse sinónimo de calidad.

### **2.3 CONTABILIDAD.**

#### **2.3.1 Definición.**

(Ayaviri, 2008) manifiesta: “Contabilidad es la ciencia y/o técnica que enseña a clasificar y registrar todas las transacciones

financieras de un negocio o empresa para proporcionar informes que sirven de base para la toma de decisiones sobre la actividad”.

(Terán, 2009) la define como: “La Contabilidad es un instrumento de comunicación de hechos económicos, financieros y sociales suscitados en una empresa, sujeto a medición, registro e interpretación para la toma de decisiones empresariales”.

(www.wikipedia.com, 2011) expone que: “Contabilidad es la disciplina que se encarga de determinar, medir y cuantificar los factores de riqueza de las empresas, con el fin de servir para la toma de decisiones y control, presentando la información, previamente registrada, de manera sistémica y útil para los distintos stakeholders. Es una técnica que produce sistemática y estructuradamente información cuantitativa, expresada en unidades monetarias acerca de las transacciones que efectúan las Entidades Económicas y de ciertos eventos económicos identificables y cuantificables que la afectan, con la finalidad de facilitar a los diversos interesados, el tomar decisiones en relación con dichas Entidades.

He considerado el criterio de tres autores cuyas definiciones acerca de Contabilidad son claras y completas, en ese contexto se puede notar que las mismas son coincidentes en varios aspectos como el hecho de ser factor clave en la toma de decisiones, el registro de hechos financieros reales y oportunos, en fin los autores manifiestan que se trata del registro de los hechos financieros de una entidad transformados en unidades monetarias para su medición, con éstas consideraciones y su respectivo análisis procedo a añadir mi propia definición al respecto.

Contabilidad es la ciencia, arte y técnica de registrar, clasificar, ordenar, analizar y presentar hechos económicos del diario vivir de una empresa cualquiera sea su tamaño en forma oportuna y adecuada, ajustados a la

realidad económica del país y su legislación vigente, con el objetivo de conocer su estado financiero actual y tomar las mejores decisiones para continuar con su buena marcha y sostenibilidad en el tiempo.

### **2.3.2 La Contabilidad como Ciencia y Técnica**

El Instituto Mexicano de Contadores Públicos a través de una publicación en la dirección electrónica [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) explica porque se considera a la Contabilidad como Ciencia, Técnica, Sistema de Información y Tecnología Social.

#### **2.3.2.1 Ciencia.**

Puesto que es un conocimiento verdadero. No es una suposición de hechos sin relevancia alguna, al contrario, analiza cada hecho económico y en todos aplica un conocimiento adquirido. Es un conocimiento sistemático, verificable y falible. Busca, a través de la formulación de hipótesis, la construcción de conjuntos de ideas lógicas (teorías) que sirvan para predecir y explicar los fenómenos relativos a su objeto de estudio. Con el propósito de identificar fenómenos o sucesos que aporten gran información para su mejor desempeño.

#### **2.3.2.2 Técnica.**

Porque trabaja basándose en un conjunto de procedimientos o sistemas para acumular, procesar e informar datos útiles referentes al patrimonio. Es una, serie de pasos para realizar una tarea y en contabilidad la tarea es el registro, la teneduría de libros.

#### **2.3.2.3 Sistema de Información.**

De acuerdo con las opiniones y enfoques profesionales más modernos, la contabilidad es en sí un subsistema dentro del Sistema de Información de la Empresa, toma toda la información de una empresa referente a los elementos que definen el Patrimonio, la procesa y la

resume de tal forma que cumpla con los criterios básicos que uniforman la interpretación de la Información Financiera (contable), de esta manera analistas financieros y no financieros usan la información contable, de ahí se concluye que independientemente de las definiciones anteriores, la contabilidad es en sí un Sistema de Información.

#### **2.3.2.4 Tecnología Social**

Dado que la tecnología se encarga de conjugar saberes científicos y técnicos para la resolución de problemas concretos. La contabilidad aplica conocimientos científicos provenientes de la toma de decisiones.

Estas caracterizaciones de la Contabilidad, con altos grados de componente científico y tecnológico la han caracterizado especialmente en los últimos 100 años, llegando a conformarse incluso "escuelas" o tendencias en su comprensión. Así por ejemplo se habla de las escuelas latina y anglosajona de la Contabilidad. La escuela latina se caracteriza, fundamentalmente, por su orientación forense y la construcción de evidencias del proceso de la información, facilitando así los procesos de control organizacional. La escuela anglosajona, por su parte, se orienta más a los procesos de revelación de estados financieros dirigidos a los mercados de valores y otros decisores estratégicos de las organizaciones. La escuela latina se ha desarrollado con más fuerza en los países continentales europeos y sus colonias respectivas. De igual modo la anglosajona ha tenido mayor presencia en Inglaterra, Estado Unidos y sus respectivas zonas colonizadas.

#### **2.3.3 Una Nueva Forma de Ver, Usar y Hacer Contabilidad**

A partir de ahora la contabilidad de empresas y organizaciones ecuatorianas dejará de verse como el simple resultado de la acumulación histórica de datos incompletos y desactualizados, elaborados con un enfoque tributario que sacrificaba la esencia de los hechos económicos.

La contabilidad pasará a usarse como el medio informático confiable al que podrán acceder los inversionistas, ejecutivos, trabajadores, el fisco y el público interesado en conocer el desenvolvimiento de una empresa, o de un grupo de empresas. Los estados financieros serán el “termómetro” que medirá con razonable precisión los resultados económicos y la situación financiera. Para esto se deben aplicar fielmente las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) – las cuales incluyen las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)- que insistentemente responsabilizan a toda la administración (directores, gerentes, contralores, contadores) del contenido y los datos que se publiquen en dichos estados financieros y en sus notas. Con esto se pretende garantizar a los usuarios de la contabilidad, y en especial al gerente, una información más relevante y fidedigna, pues los datos contables serán medios de control e insumos determinantes para la toma de decisiones.

La profesión contable tiene la inmejorable oportunidad de revalorizarse, dado que las actividades deberán efectuarse de manera más cuidadosa; por ende, requerirá un trabajo más intenso y dinámico. El contador será un profesional competente, objetivo y creativo, quien, como “dueño” del sistema, se empoderará hasta generar los estados, las notas y los reportes de calidad, en el tiempo más corto posible. Además, está llamado a emitir juicios de valor, opiniones y recomendaciones basados en la realidad empresarial y en los sólidos conocimientos de la normativa legal del país y en las NIIF, políticas contables internas y prácticas sanas, que deben aplicarse consistentemente.

El calendario oficial de adopción-implantación de las NIIF en Ecuador se inicia en el 2010 y concluye en el 2012. Se calcula que aproximadamente unas 300 empresas ya están inmersas en este proceso, que unas 1.800 lo harán en el 2011, y el resto (aproximadamente 25.000) tendrán que aplicarlas a partir del 2012. De este último grupo, una gran mayoría cae en la definición de pequeña y mediana empresa (PyME), por lo que se

acogerán a lo dispuesto en la NIIF específica que conlleva una aplicación simple y sencilla, pero igualmente exigente, transparente y fiable.

La contabilidad deberá ser la herramienta administrativa que informe con fiabilidad, y controle con seguridad. Por ende, sus resultados deben ser seguros y objetivos, para que con ellos la gerencia pueda tomar decisiones más inteligentes, los inversionistas puedan conocer con certeza las fortalezas financieras del ente, y asimismo evaluar la gestión gerencial. Los órganos de control estatal como SRI y la Superintendencia de Compañías o de Bancos, dispondrán de datos más razonables a partir de los cuales puedan efectuar pruebas de cumplimiento con el fin de verificar si los entes supervisados están dentro de los parámetros de confiabilidad.

Asimismo, la transparencia de las cifras y la información abundante que acompañará a los estados financieros, dará lugar a nuevos y confiados inversionistas, y con ello se crearán nuevas empresas, y las actuales se verán fortalecidas. En resumen, las NIIF pretenden uniformar el reconocimiento, la valuación y presentación de las operaciones que se reflejan en cuentas contables, con el fin de asegurar desde la contabilidad la información financiera, y mejorar el control interno.

#### **2.3.4 Contabilidad Tradicional Versus Contabilidad Basada en las NIIF**

El siguiente cuadro comparativo permite marcar las diferencias cualitativas más importantes entre la Contabilidad Tradicional y la Contabilidad basada en las NIIF.

**CONTABILIDAD TRADICIONAL VERSUS CONTABILIDAD  
BASADA EN LAS NIIF**

<b>ASPECTO</b>	<b>CONTABILIDAD TRADICIONAL</b>	<b>CONTABILIDAD BASADA EN LAS NIIF</b>
<b>Responsabilidad</b>	Casi exclusiva del Contador.	De la Dirección y del Contador
<b>Calidad de la Información</b>	Imprecisa, realidad diferente a la expresión contable.	Razonablemente precisa.
<b>Énfasis</b>	En aspectos tributarios.	En la sustancia económica.
<b>Principios Contables</b>	PCGA:	Marco Conceptual:
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partida doble</li> <li>- Ente Contable</li> <li>- Período Contable</li> <li>- Consistencia</li> <li>- Políticas Restringidas</li> <li>- Forma sobre la Esencia</li> <li>- Prudencia</li> <li>- Realización de Ingresos</li> <li>- Costo Histórico</li> <li>- Unidad Monetaria</li> <li>- Negocio en Marcha</li> <li>- Devengado de Gastos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partida Doble</li> <li>- Entidad</li> <li>- Período Formal e Intermedios</li> <li>- Consistencia</li> <li>- Políticas Suficientes</li> <li>- Esencia sobre la Forma</li> <li>- Materialidad</li> <li>- Devengo</li> <li>- Costo Histórico y Costo Razonable</li> <li>- Unidad Monetaria</li> <li>- Negocio en Funcionamiento</li> <li>- Devengo</li> </ul>
<b>Normativa Básica</b>	PCGA-NEC-LORTI	NIIF, NIC e interpretaciones, LORTI y demás Leyes se observan.

<b>Reportes Contables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado de P y G</li> <li>• Balance General</li> <li>• Estado de cambios en el Patrimonio</li> <li>• Estado de Flujos del Efectivo y equivalentes</li> <li>• Casi no se preparan los anexos los reemplazan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado de Resultados</li> <li>• Estado de Situación Financiera</li> <li>• Estado de Evolución del Patrimonio</li> <li>• Estado de Flujos del Efectivo</li> <li>• Revelaciones Abundantes</li> </ul>
<b>Comportamiento</b>	Rígida	Dinámica, va de la mano tanto con los cambios organizativos y funcionales, como con las nuevas políticas o decisiones empresariales.
<b>Clasificaciones</b>	<b>Estado de P y G</b>	<b>Estado de Resultados</b>
	<b>Rentas</b>	<b>Ingresos</b>
	Operacionales No Operacionales Extraordinarios	Operativos
	<b>Costos de Venta</b>	<b>Costos de Venta</b>
	<b>Gastos</b>	<b>Gastos</b>
	Operativos No operativos Extraordinarios	Según la función Según el objeto
	<b>Balance General</b>	<b>Estado de Situación Financiera</b>
	Corrientes No Corrientes Otros no Corrientes	No Corrientes Otros no Corrientes Corrientes

<b>Costeo</b>	Costo Histórico hasta su disposición o baja	Histórico sólo para el inicio Luego a costo razonable, como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valor neto de realización</li> <li>• Valor recuperable</li> <li>• Valor corriente o de mercado</li> <li>• Valor realizable o de liquidación</li> <li>• Valor presente o actual</li> </ul>
<b>Revelaciones</b>	Más importancia a los auxiliares del sistema informático y la presencia de algunas notas explicativas, como por ejemplo conciliación tributaria.	Revelaciones suficientes a través de notas que necesariamente amplíen datos, aseguren cumplimiento de políticas, y especifiquen las técnicas, los métodos y los criterios usados.
<b>Logros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesionalización de la contaduría</li> <li>- Control aceptable de los recursos</li> <li>- Ayuda a mejorar la eficiencia de los entes</li> <li>- Confiabilidad relativa en las cifras y reportes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Más profesionalización</li> <li>- Mayor transparencia</li> <li>- Mayor eficiencia en la gestión económico-social de los entes</li> <li>- Menor corrupción</li> </ul>

**CUADRO N° 24**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Libro Contabilidad General con base en las NIIF

### **2.3.5 La Contabilidad: Un Medio que Asegura el Crecimiento de las Empresas y Organizaciones**

En una época extremadamente competitiva, los riesgos de quedarse y desaparecer son cada vez mayores; esto lo han entendido perfectamente los empresarios y los emprendedores en potencia. Para reducir el riesgo, la mayoría de empresas llevan a cabo reformas internas sustantivas que conlleven principalmente al mejoramiento del servicio y atención al cliente. Los resultados de dichos cambios, como reducción de costos y mejoras en los procesos, benefician finalmente a los compradores.

En las empresas, uno de los procesos que ha merecido especial atención y experimentado mejoras notables es la contabilidad, comprendida como el medio de generación de datos, reportes y balances, es decir, información que usa el gerente en la toma de decisiones. Proceso contable que se encuentra computarizado, en línea y descentralizado, de tal manera que los datos, acumulados y específicos se obtienen casi al instante. Un gerente con información oportuna, estará en capacidad de afrontar los retos de la competencia con buenas probabilidades de éxito. Bien se asegura que “aquel que tiene información clave, tiene poder”; por el contrario, una empresa sin datos oportunos, confiables, completos está en desventaja y, con seguridad, destinada al fracaso.

A diferencia de lo que ocurría en el pasado, cuando la contabilidad sólo era una formalidad para cumplir con el cálculo y pago de impuestos, hoy día la empresa y la contabilidad coexisten desde los inicios del negocio y su interacción les permitirá su desarrollo mutuo.

La empresa requiere de la contabilidad si desea progresar, y la contabilidad no tendría objeto si no existiera la empresa.

### **2.3.6 Normas Técnicas Contables de Valoración, Preparación e Información Financiera.**

El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) ha definido la base teórica que regulará la práctica contable mundial. La cita base reconoce la vigencia jerárquica de:

- Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).
- Las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC).
- Los conceptos, las prácticas y las definiciones generalmente aceptados.
- Las políticas contables específicas de cada entidad.

El mundo, sus Estados, sus empresas, y sus organizaciones no lucrativas, están en proceso de globalizar o ya han globalizado sus economías, con el ánimo de que las personas y los recursos materiales sean más productivos.

#### **2.3.6.1 Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)**

##### **a) NIIF 1. Adopción por primera vez de las NIIF**

El objetivo de esta NIIF es asegurar que los primeros estados financieros con arreglo a las NIIF de una Entidad, así como sus Informes Financieros Intermedios, relativos a una parte del ejercicio cubierto por tales estados financieros, contienen información de alta calidad que: sea transparente para los usuarios y comparable para todos los ejercicios que se presenten, suministre un punto de partida adecuado para la contabilización según las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), y pueda ser obtenida a un coste que no exceda a los beneficios proporcionados a los usuarios.

## **b) NIIF 2. Pagos basados en Acciones**

El objetivo de esta NIIF consiste en especificar la información financiera que ha de incluir una entidad cuando lleve a cabo una transacción con pagos basados en acciones. En concreto, requiere que la entidad refleje en el resultado del ejercicio y en su posición financiera, los efectos de las transacciones con pagos basados en acciones, incluyendo los gastos asociados a las transacciones en las que se conceden opciones sobre acciones a los empleados.

## **c) NIIF 3. Combinaciones de Negocios**

El objetivo de esta NIIF es mejorar la relevancia, fiabilidad y comparabilidad de la información sobre combinaciones de negocios y sus efectos que una entidad que informa proporciona en sus estados financieros.

Para la consecución del señalado objetivo esta NIIF establece principios y requerimientos sobre cómo la entidad adquirente reconocerá y valorará en sus estados financieros los activos adquiridos identificables, los pasivos asumidos y cualquier participación no dominante en la entidad adquirida; reconocerá y valorará el fondo de comercio adquirido en la combinación de negocios o una ganancia procedente de una compra en condiciones muy ventajosas; y determinará qué información se ha de revelar para permitir a los usuarios de los estados financieros evaluar la naturaleza y los efectos financieros de la combinación de negocios.

## **d) NIIF 4. Contratos de Seguro**

El objetivo de esta NIIF consiste en especificar la información financiera que debe ofrecer, sobre los contratos de seguro, la entidad emisora de dichos contratos (que en esta NIIF se denomina aseguradora), hasta que el Consejo complete la segunda fase de este proyecto sobre contratos de seguro.

En particular, esta NIIF requiere realizar un conjunto de mejoras limitadas en la contabilización de los contratos de seguro por parte de las aseguradoras, revelar información en los estados financieros que identifique y explique los importes que se derivan de los contratos de seguro, a la vez que ayude a los usuarios de dichos estados a comprender el importe, calendario e incertidumbre de los flujos de efectivo futuros procedentes de esos contratos.

**e) NIIF 5. Activos No Corrientes Mantenedos para la Venta y Operaciones Interrumpidas**

El objetivo de esta NIIF es especificar el tratamiento contable de los activos mantenidos para la venta, así como la presentación e información a revelar sobre las actividades interrumpidas.

En concreto, esta NIIF requiere los activos que cumplan los requisitos para ser clasificados como mantenidos para la venta, sean valorados al menor valor entre su importe en libros y su valor razonable menos los costes de venta, así como que cese la amortización de dichos activos; y los activos que cumplan los requisitos para ser clasificados como mantenidos para la venta se presenten de forma separada en el balance, y que los resultados de las actividades interrumpidas se presenten por separado en la cuenta de resultados.

**f) NIIF 6. Exploración y Evaluación de Recursos Minerales**

El objetivo de esta NIIF es especificar la información financiera relativa a la exploración y la evaluación de recursos minerales.

En concreto, esta NIIF requiere determinadas mejoras en las prácticas contables existentes para los desembolsos relacionados con la exploración y evaluación; que las entidades que reconozcan activos para exploración y evaluación realicen una comprobación del deterioro del valor de los mismos de acuerdo con esta NIIF, y valoren el posible

deterioro de acuerdo con la NIC 36 Deterioro del valor de los activos; revelar información que identifique y explique los importes que surjan, en los estados financieros de la entidad, derivados de la exploración y evaluación de recursos minerales, a la vez que ayude a los usuarios de esos estados financieros a comprender el importe, calendario y certidumbre asociados a los flujos de efectivo futuros de los activos para exploración y evaluación reconocidos.

#### **g) NIIF 7. Instrumentos Financieros: Información a Revelar**

El objetivo de esta NIIF es requerir a las entidades que, en sus estados financieros, revelen información que permita a los usuarios evaluar la relevancia de los instrumentos financieros en la situación financiera y en el rendimiento de la entidad; y la naturaleza y alcance de los riesgos procedentes de los instrumentos financieros a los que la entidad se haya expuesto durante el ejercicio y en la fecha de presentación, así como la forma de gestionar dichos riesgos.

Los principios de esta NIIF complementan a los de Reconocimiento, Valoración y Presentación de los Activos Financieros y los Pasivos Financieros de la NIC 32 Instrumentos Financieros: Presentación y de la NIC 39 Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Valoración.

#### **h) NIIF 8. Segmentos de Operación**

Exige que las entidades adopten "el enfoque de la dirección" al revelar información sobre el resultado de sus segmentos operativos. En general, ésta es la información que la dirección utiliza internamente para evaluar el rendimiento de los segmentos y decidir cómo asignar los recursos a los mismos.

#### **i) NIIF 9. Para PYMES**

Es un compendio simplificado de las NIIF que pueden utilizar las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Para el caso de Ecuador, un

gran número de empresas podrían caer en esta definición y, por tanto, tendrían que utilizar la normativa de esta NIIF.

## **2.4 TRIBUTACIÓN**

En el tema de tributación se ha tomado como referencia el criterio de los docentes de la Universidad Técnica Particular de Loja, plasmado en una guía de tributación y basada en la normativa legal vigente.

### **2.4.1 El Presupuesto General del Estado**

Hablar del Presupuesto General del Estado es absolutamente necesario al momento de encontrar una justificación a la existencia de tributos.

El presupuesto debe surtir de ingresos a fin de poder cubrir los gastos. Los ingresos, si bien pueden obtenerse de varias formas, una muy importante viene del lado de los tributos.

### **2.4.2 El Derecho Tributario**

El conocimiento del nacimiento, aplicación, modificación y extinción de los tributos y en consecuencia, de las relaciones jurídicas que se originan entre el Sujeto Activo y el Sujeto Pasivo de la obligación tributaria es tarea del Derecho Tributario.

Partiendo de una clasificación muy sencilla, el Derecho se divide en Derecho Público y Derecho Privado:

Derecho Público es el conjunto de Normas que regulan los actos entre el Estado y los particulares, cuando el Estado actúa con poder y soberanía. El principio fundamental del Derecho Público es que “solo puede hacerse aquello que está establecido o permitido por Ley. (Cabe indicar que la Ley manda, prohíbe o permite).

Dentro del Derecho Público, está el Derecho Constitucional, Derecho Administrativo, Derecho Penal, Derecho Procesal, Derecho Financiero.

Dentro del Derecho Financiero -que a su vez es parte del Derecho Público- se enmarca el Derecho Tributario materia de nuestro estudio.

Derecho Privado es el conjunto de normas que regulan los actos entre personas particulares en igualdad de condiciones. En el Derecho Privado “se puede hacer todo con excepción de aquello que está prohibido por la Ley”.

Son parte del Derecho Privado el Derecho civil, Derecho Mercantil, Derecho Societario.

En conclusión, el Derecho Tributario es una rama del Derecho Financiero que a su vez es parte del Derecho Público. El Derecho Tributario entonces es parte del Derecho Público y por tanto, en su aplicación solamente podremos hacer aquello que la Ley nos faculta de forma expresa.

#### **2.4.3 Definición de Derecho Tributario**

(www.monografias.com, 2011) señala: “Derecho Tributario es el conjunto de Normas y Principios del Derecho que atañen a los tributos, y especialmente a los impuestos”.

(Querael, 2003) manifiesta que: “El Derecho Tributario es la disciplina que tiene por objeto de estudio el ordenamiento jurídico que regula el establecimiento y aplicación de los Tributos.

He tomado como referencia el criterio de dos autores en lo referente a Derecho Tributario quienes tienen aspectos coincidentes en sus aseveraciones manifestando que se denomina Derecho Tributario a todo ordenamiento jurídico que se aplique o tenga relación con los tributos.

Considerando las dos definiciones procederé a construir mi propia definición al respecto.

Derecho Tributario es el conjunto de Leyes, Normas y Procedimientos que regulan las relaciones entre los Sujetos Activo y Pasivo de un país en lo referente a Tributos.

#### **2.4.4 Concepto de Tributo**

Los tributos son las prestaciones obligatorias, que se satisfacen generalmente en dinero y que el Estado exige por su poder de imperio y en virtud de una Ley, sobre la base de la capacidad contributiva de los sujetos pasivos. La exigencia de estos tributos permite alimentar de forma considerable el Presupuesto General del Estado.

Son los ingresos públicos, derivados o de Derecho Público, creados por Ley, en base a la capacidad contributiva del Pueblo y encaminados a darle recursos al Estado para prestar servicios públicos que satisfagan necesidades colectivas.

El artículo 15 del Código Tributario lleva implícita la definición del tributo como una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la Ley.

#### **2.4.5 Clasificación de los Tributos**

Esta división corresponde a criterios financieros y jurídicos. Dentro del tema financiero, los impuestos financian servicios públicos generales e indivisibles, es decir, que su beneficio es en general para la colectividad: las tasas financian servicios públicos que benefician únicamente a determinados contribuyentes: y, las contribuciones en cambio, son aquellas que financian gastos generales pero que comportan un beneficio especial para determinadas personas.

Desde el punto jurídico en cambio, la división corresponde al momento del nacimiento de la obligación tributaria.

#### **2.4.5.1 Impuestos**

##### **a) Definición**

(Troya, 1984) manifiesta que: “Se considera como impuesto aquella prestación exigida por el Estado en virtud de su potestad de imperio, y que el contribuyente se ve obligado a pagar por encontrarse en el caso previsto por la disposición legal que consulta la existencia del tributo”.

(Querael, 2003) lo definen como: “Son aquellos tributos cuyo hecho imponible no está constituido por la prestación de un servicio, actividad u obra de la Administración sino por negocios, actos o hechos de naturaleza jurídica o económica, que ponen de manifiesto la capacidad contributiva de un sujeto como consecuencia de la posesión de un patrimonio, la circulación de los bienes o la adquisición o gasto de la renta”.

He tomado como referencia el criterio de dos autores para determinar el concepto de impuesto, ambos manifiestan que el mismo es una contribución que se debe cancelar por la posesión de un patrimonio, capacidad contributiva y por ser una disposición del poder Estatal determinada en la Ley, tomando en cuenta esos criterios procederé a plasmar mi definición.

Impuesto es una contribución obligatoria que debe pagar una persona que posea un patrimonio o realice hechos económicos gravados y establecidos en la Ley para la generación del mismo, su manejo está a cargo del Estado por cuanto nace por su requerimiento.

## **b) Clasificación de los Impuestos**

Una clasificación tradicional de los impuestos es la siguiente: Impuestos directos e indirectos, Impuestos reales y personales, Impuestos externos e internos, Impuestos ordinarios y extraordinarios e Impuestos proporcionales y progresivos

- **Impuestos Directos**

Son aquellos en los que el contribuyente establecido en la ley recibe la carga del impuesto, siendo imposible trasladarlo a una tercera persona. Son generalmente impuestos que pagan los contribuyentes por los ingresos que reciben y en base a situaciones particulares de cada uno de ellos, por ejemplo el impuesto a la renta.

- **Impuestos Indirectos**

Son aquellos en los cuales el contribuyente establecido en la ley puede trasladar el pago del impuesto a una tercera persona. Aquí todos tienen en el mismo tratamiento cualquiera que sea su situación económica particular. Por ejemplo el 12% (porcentaje fijo) del impuesto al valor agregado que se tiene que pagar cuando se realiza el hecho imponible.

- **Impuestos Reales**

Son aquellos que directamente gravan un objeto o hecho, prescindiendo de la situación de su titular. Así, por ejemplo, los impuestos al consumo de cigarrillos, cerveza, el impuesto predial, etc.

- **Impuestos Personales**

Son los que gravan a las personas en base a su capacidad contributiva o económica, por ejemplo el impuesto a la renta.

- **Impuestos Internos**

Son aquellos que operan dentro de una determinada circunscripción territorial y sirven especialmente para medir y controlar el comercio de un país y, en general, su actividad económica. Por ejemplo, el impuesto al valor agregado, a los consumos especiales, etc.

- **Impuestos Externos**

Son los que se establecen a nivel de frontera de un país, y sirven para controlar el comercio internacional. En general, son aquellos que se obtienen en todos los lugares en donde se verifican operaciones de comercio exterior. Así, por ejemplo, los impuestos a las importaciones y a las exportaciones llamados también aranceles.

- **Impuestos Ordinarios**

Son aquellos que siempre y en forma normal constan en el Presupuesto General del Estado, que periódicamente se los recauda año tras año, y que sirven para financiar las necesidades de la población que tienen el carácter de normales. Así, por ejemplo, los impuestos a la renta, al valor agregado, a los consumos especiales, etc.

- **Impuestos Extraordinarios**

Son aquellos que se establecen por excepción, debido a motivos de orden público y en caso de emergencia nacional, de ahí que concluidas las circunstancias especiales que los motivaron, éstos dejan de regir.

- **Impuestos Proporcionales**

Son aquellos en los cuales se establece una tasa fija de impuesto, sea que el contribuyente mantenga a disminuya sus ingresos personales, por ejemplo el 12% del impuesto al valor agregado.

- **Impuestos Progresivos**

Son aquellos en los que la tasa del tributo (porcentaje) varía según aumente o disminuya la base imponible del impuesto, por ejemplo el impuesto a la renta.

#### **2.4.5.2 Tasas**

La tasa es un tributo cuyo hecho generador está relacionado con una actividad del Estado inherente a su poder de imperio y que está vinculada con el obligado al pago, pues el cobro de la tasa corresponde a la concreta, efectiva e individualizada prestación de un servicio relativo al contribuyente. Tributo generado por la prestación de un servicio efectivo o potencial, dado de manera directa por el Estado.

En las tasa existe una relación entre la prestación del servicio público y el pago de una tarifa, cantidad de dinero que se entrega como contraprestación por el servicio recibido.

Las tasas siempre tienen un carácter retributivo, sin que esto signifique que exista un precio. Existen casos inclusive en que la tasa puede ser inferior al costo. Esto ocurre cuando se trata de servicios esenciales destinados a satisfacer necesidades colectivas de gran importancia para la comunidad, cuya realización no debe limitarse por razones económicas, siempre que la diferencia entre el costo y la tasa pueda cubrirse con los ingresos generales de la respectiva administración.

La Ley de Régimen Municipal establece que las municipalidades podrán aplicar las tasas retributivas de servicios públicos que se establecen en esa ley, como por ejemplo: aprobación de planos e inspección de construcciones, rastro, agua potable, luz y fuerza eléctrica, recolección de basura y aseo público, control de alimentos, habilitación y control de establecimientos comerciales e industriales, servicios administrativos, alcantarillado y canalización, etc.

### **2.4.5.3 Contribuciones Especiales**

De acuerdo al modelo de Código Tributario para América Latina, la contribución especial es el tributo cuya obligación tienen como hecho generador beneficios derivados de la realización de obras públicas o de actividades estatales y cuyo producto no debe tener un destino ajeno a la financiación de las obras o de las actividades que constituyen el presupuesto de la obligación.

La Ley de Régimen Municipal dice que el objeto de la contribución especial de mejoras es el beneficio real o presuntivo proporcionado a las propiedades inmuebles urbanas por la construcción de cualquier obra pública.

Son contribuciones especiales de mejora, por ejemplo: apertura, pavimentación, ensanche y construcción de vías de toda clase, repavimentación urbana, aceras y cercas, obras de alcantarillado, alumbrado público, construcción y ampliación de obras y sistemas de agua potable, desecación de pantanos y relleno de quebradas, plazas, parques y jardines, etc.

Cabe en este punto hacer un análisis de una situación especial a fin de evitar confusiones:

Una misma obra, como por ejemplo, la construcción de una autopista puede generar el pago de una contribución para quienes tengan negocios cercanos a ésta, pues se han visto revalorizados por la construcción de la vía y a la vez, el uso de una autopista –si no ha sido concesionada- puede generar el pago de una tasa por quienes transitan por la misma.

### **2.4.6 Principios de la Tributación**

Bastará valorar el tipo de relaciones existentes entre el Poder Político y los individuos –dice Sainz de Bujanda- para captar los principios que informan la ordenación jurídica de los ingresos públicos. En nuestros

días, como es sabido, esos grandes principios pueden reducirse a dos; el principio fundamental de legalidad tributaria y el principio fundamental de capacidad contributiva.

El Código Tributario establece de forma expresa como principios del régimen tributario a la igualdad y a la generalidad, no obstante, también de su tenor pueden derivarse otros principios.

Los principios por los cuales se rige el sistema tributario serían entonces: Principio de Legalidad, Principio de Generalidad, Principio de Igualdad, Principio de Proporcionalidad, Principio de Irretroactividad.

#### **2.4.6.1 Principio de Legalidad**

Este principio se encuentra dentro del marco del Estado de Derecho. Por éste, el Estado se rige y acepta estar sometido a normas, a derecho.

El principio de legalidad es también conocido como principio de reserva de ley.

En definitiva, todo el conjunto de las relaciones tributarias, los derechos y obligaciones tanto de la administración tributaria cuanto de los contribuyentes y responsables, están sometidos en forma estricta e imprescindible al principio de legalidad.

#### **2.4.6.2 Principio de Generalidad.**

El régimen tributario se rige por el principio de generalidad, esto quiere decir que las leyes tributarias tienen que ser generales y abstractas, y no referirse en concreto a determinadas personas o grupos de personas, sea concediéndoles beneficios, exenciones o imponiéndoles gravámenes.

La generalidad implica que la imposición es para todos. Las exenciones son consideraciones especiales de carácter público, no son privilegios que atentan a este principio.

#### **2.4.6.3 Principio de Igualdad.**

El régimen tributario se rige también por el principio de igualdad, en consonancia con la igualdad esencial de todos los habilitantes contemplada constitucionalmente.

Esto significa que no pueden concederse beneficios, exenciones ni tampoco imponerse gravámenes por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, filiación política, o de cualquier otra índole, origen social o posición económica o de nacimiento.

Este principio debemos entenderlo como igualdad para iguales contribuyentes, igualdad por la vía de la equidad.

#### **2.4.6.4 Principio de Proporcionalidad.**

Igualmente el régimen tributario se rige por el principio de proporcionalidad o capacidad contributiva. Se lo reconoce con la acepción de “Que el que más tiene más pague y el menos tiene menos pague”.

En virtud de este principio, de ordenamiento tributario tienen que basarse en la capacidad económica de los contribuyentes. Se debe buscar entonces, que los tributos en su conjunto, no constituyan una violación al mismo y más aún vayan a restringir las actividades económicas del país.

Es importante, al momento de la creación de tributos prever las consecuencias económicas, sociales, financieras, etc., que éstos podrían traer con su expedición.

#### **2.4.6.5 Principio de Irretroactividad.**

En materia tributaria este principio tiene dos aplicaciones. En primer lugar, desde un punto de vista general, las leyes tributarias, sus reglamentos y circulares de carácter general rigen exclusivamente para el futuro.

El Código Tributario señala que regirán desde el día siguiente al de su publicación en el registro oficial (sin embargo muchas leyes tributarias señalan como fecha de vigencia la de su publicación en este registro). Pero puede señalarse una fecha posterior a la de su publicación.

Las leyes se refieren a tributos cuya determinación o liquidación deba realizarse por períodos anuales, por ejemplo el impuesto a la renta, son aplicables desde el primer día del siguiente año calendario; y si la determinación o liquidación se realiza por período menores se aplicará desde el primer día del mes siguiente, como es el caso del Impuesto al Valor Agregado.

En segundo lugar, las normas tributarias penales (las que se refieren a delitos, contravenciones y faltas reglamentarias de carácter tributario) rigen también para el futuro, pero excepcionalmente tendrán efecto retroactivo si son más favorables y aun cuando haya sentencia condenatoria. Éstas serían: las que suprimen infracciones, establecen sanciones más benignas o términos de prescripción más breves.

#### **2.4.7 Finalidad de los Tributos.**

La finalidad principal de los tributos es proveer al Estado de los recursos económicos necesarios para su actividad.

Sin embargo, Giuliani Fonrouge sostiene que “tampoco cabe establecer, como elemento característico del tributo, la finalidad exclusiva de proporcionar al Estado medios económicos que le sirvan para organizar y mantener el servicio público”, pues a más de ello la tributación persigue

fines extra fiscales y es instrumento preciso de política económica. En materia aduanera se destaca esta finalidad.

Por tanto, los tributos además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional.

## **2.5 TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

### **2.5.1 Internet**

#### **2.5.1.1 Definición**

(Nahn, 1997) manifiesta que: “Internet es el nombre de un sistema enorme de alcance mundial que consta de personas, información y computadoras. Estos recursos son tan amplios que van más allá de lo que podemos imaginar. No solo no hay nadie que entienda todo sobre la Internet, no hay nadie que entienda la mayor parte del internet”.

(Levine, 2001) lo define como: “Internet (conocida como la Red) es la red de ordenadores más grande del mundo. Internet no es solo una red, sino una red de redes, en la que se intercambia libremente toda la información”.

(Searls, 2003) señala que: “Internet es un mundo de extremos y se basa en el movimiento de datos entre los extremos que se encuentran conectados unos con otros. Y con estos extremos podemos hacer cualquier cosa, incluso crear nuevos servicios o nuevos usos de la Red”.

He tomado como referencia el criterio de tres autores en lo referente a definición de Internet, sus aseveraciones son completas y claras permitiendo un análisis completo de este complejo tema, manifiestan que internet es la red de redes que su uso es bastante amplio y que engloba

personas, información y computadoras, los tres autores coinciden en su amplitud y de la extensa gama de posibilidades que da la Red, en fin podría manifestar que en la actualidad internet es un mundo desconocido y tan grande que une y comunica a todo el mundo, partiendo de éste análisis de criterios propongo mi propia definición.

Internet es el nombre de la red de ordenadores más grande del mundo, se forma de recursos humanos y tecnológicos interconectados por grandes cantidades de información que se transmiten entre ellos generando grandes recursos y usos tecnológicos a nivel mundial.

### **2.5.1.2 Internet, la Red de Redes**

Para John Levine & Otros hace tan solo unos pocos años de la aparición de Internet y ya cuenta con millones de usuarios repartidos por casi todo el planeta. Desde su inicio en 1995 al 2006, el número de usuarios ha pasado de 16 millones a 1 billón y se espera que éste crecimiento siga aumentando.

En tan solo 10 años Internet ha impulsado grandes cambios socioeconómicos: en el comercio, publicidad, ocio, relaciones interpersonales, acceso a la información, etc., utilizamos Internet para trabajar, realizamos compras a través de la red, localizamos información, escuchamos música, nos comunicamos con otros, estudiamos, publicamos, compartimos, es decir, ofrecemos y tomamos información.

### **2.5.1.3 El origen de Internet en cinco grandes momentos.**

Para Harley Nahn el inicio de lo que conocemos actualmente por Internet podríamos situarlo a mediados de los años 90, tal vez en 1992, cuando se crea la aplicación más usada y que más fama le ha dado a la Red "La Web" aunque la definición de internet como tal y con ese vocablo, no sería hasta 1995. Recorramos en cinco grandes momentos los inicios de lo que finalmente llegó a ser Internet.

En el año 1969 como fruto del trabajo de investigación en comunicación por paquetes de Leonard Kleinrock, dos ordenadores conectados consiguen comunicarse entre sí y trabajar juntos. Nos encontramos en los inicios de lo que llegaría a ser Internet.

En el año 1972 mientras siguen las investigaciones y pruebas de conexión entre más ordenadores, nace la primera de las grandes aplicaciones de la Red: El Correo Electrónico.

En el año 1983 se adopta el TCP/IP como protocolo de comunicación, en los años 80 el desarrollo de las redes LAN y de los ordenadores personales permiten el desarrollo de la Red. A medida que los desarrollos de Internet evolucionan, desde la comunidad investigadora se ve la necesidad de incorporar unos protocolos de comunicación capaces de interconectar redes (Internet). Es en 1983 cuando se da la transición de redes locales a Internet, con el protocolo TCP/IP.

En el año 1992 nace la World Wide Web (la Web) Robert Cailliau y Tim Berners-Lee diseñaron un sistema de distribución de información en la Red en formato hipertexto (la www) permite la creación y distribución de documentos hipertextuales que integran imágenes, textos, sonidos, animaciones; entiende y gestiona diferentes servicios de internet (correo electrónico, transferencia de archivos, conexión remota). La web es, sin duda, la aplicación que ha dado fama a Internet, prueba de ello es que muchos casos el termino Red es sinónimo de Web.

En el año 1995 nace la Internet y es en octubre de ese mismo año que el FNC (Federal Networking Council) define el término.

Internet se basó en la idea de unir diferentes redes independientes que ya operaban en esos momentos, no se trataba de crear una nueva red, ni siquiera de fundir las redes en una gran red, sino de operar entre las redes (internet working) a través de la conmutación de paquetes y con una arquitectura abierta. Ésta se concretó en:

a) Intercambio de paquetes de datos entre redes, a través de un protocolo capaz de enviar los paquetes de forma segura a redes y máquinas de un extremo de la red a otro. Si un paquete no llegaba a su destino debería ser transmitido inmediatamente desde otro emisor.

b) Este protocolo fue el (TCP/IP) Transfer Control Protocol/Internet Protocol. Realmente consiste en dos protocolos el TCP y el IP. El IP es una identificación única del ordenador en la red, es la dirección física del ordenador en la Red consiste en una serie de 12 dígitos en grupos de 3 (130.206.130.120) que identifica la red y el host dentro de esa red. Posteriormente, y para facilitar al usuario de la red el recordar esta dirección numérica se desarrolla el DNS (Domain Name System), por el que se asigna un nombre a cada host en direcciones de Internet, por ejemplo [www.uib.es](http://www.uib.es).

c) El IP se encarga de asignar una dirección a los paquetes y enviarlos a sus destinos, el TCP se encarga del control de flujo y de redireccionar los paquetes perdidos.

d) Para interconectar las redes se utilizan pasarelas (gateways) y routers (enrutadores), sin que se realice control alguno sobre las operaciones.

#### **2.5.1.4 Internet Aplicado a la Educación**

##### **a) Introducción**

Para Julio Cabero Almonera ya estamos todos acostumbrados a hablar de la era de la información y la sociedad del conocimiento, y también estamos acostumbrados a hablar de los cambios en la enseñanza que esta nueva sociedad exige. Pero también sabemos que nos es fácil, los sistemas y organizaciones de enseñanza son por lo general rígidos, poco flexibles y reacios a cambiar. “Las comunicaciones electrónicas y las redes digitales están modificando nuestra forma de

trabajar así como nuestra comunicación interpersonal y el ocio. Esta serie de cambios ha tenido un gran impacto en las necesidades de formación y en las opciones de aprendizaje. Sin embargo, y por desgracia, el modelo tradicional de transmisión de información que todavía domina en el sistema educativo no ha cambiado apenas” (Garrison y Anderson, 2005, 17). Señalan los autores que todavía en el marco de la educación, estamos en la “fase de desarrollo gradual”, fase en la cual aún no hemos llegado a vislumbrar todas las posibles aplicaciones de este nuevo medio que es Internet.

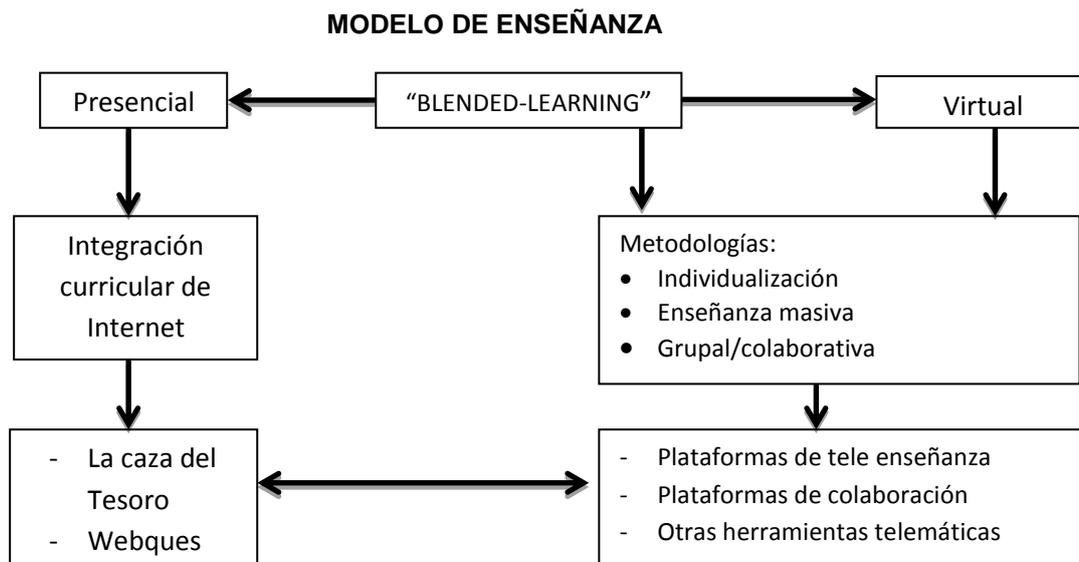
Los distintos proyectos de innovación pedagógica con nuevas tecnologías que se diseñan desde las administraciones suelen pasar por las escuelas sin pena ni gloria... o más pena penas que gloria. No ocurre igual, sin embargo con los proyectos de innovación que surgen de las propias escuelas: los profesores se implican y dedican su tiempo y su esfuerzo para que funcione. Pero son los profesores como elementos clave de cambio los grandes olvidados del sistema, nos empeñamos en “enseñarles a hacer” (formación para las destrezas técnicas e instrumentales), pero nos olvidamos de que ellos quieren –y saben- pensar. Han de entender los porqués de los cambios y han de participar de la ilusión por conseguirlo. Y, por supuesto, han de encontrar apoyo para superar las dificultades.

El ordenador y las herramientas de Internet son, por lo general, sencillos de usar. Cada vez más las herramientas son accesibles a todos y el ordenador es una máquina de uso generalizado. Si el profesor la usa en su casa para elaborar un documento, o usa el correo electrónico para comunicarse con amigos,... ¿por qué no usarlo como medio de enseñanza? Tenemos muchos ejemplos de experiencias de integración de nuevas tecnologías en el sistema escolar que han quedado reducidas a la presencia de máquinas que no se usan en las aulas. Lo que no es óbice para reconocer que también las hay exitosas, pero la

generalización en este caso no sería una afirmación fidedigna. Una de las posibles respuestas creemos que está en la complejidad de los cambios metodológicos.

Partimos de la concepción de la educación como un proceso de comunicación, pero un proceso comunicativo con unas características que lo definen y que exigen del uso de estrategias didácticas y metodológicas para intentar conseguir que sea eficaz. Las estrategias didácticas suponen la planificación y organización de métodos y medios en el marco de un contexto determinado, con unos alumnos concretos y un tiempo definido, para garantizar el logro de unos objetivos. Las metodologías de enseñanza suponen definir el cómo vamos a desarrollar este proceso, un cómo que implica definir los modos de trabajo de profesores y alumnos teniendo en cuenta también los recursos a utilizar y los modos de organizar las tareas y actividades. No obstante, es necesario recordar que no hay un único modelo de enseñanza válido ni tampoco una sola metodología adecuada, en cada situación habrá que saber decidir y suele ser aconsejable la flexibilidad y la diversidad en lo que respecta a las metodologías de tele enseñanza.

Y todo ello, sin olvidar la dimensión fundamental: la evaluación –formativa o sumativa-, a través de la cuál podremos comprobar si se han conseguido los objetivos previamente definidos y, en caso contrario, nos van a ayudar a conocer donde ha estado el fallo.



**FIGURA N° 1**

**FUENTE:** Libro Internet Aplicado a la Educación

**AUTOR:** Julio Cabero Almonela

**AÑO:** 2008

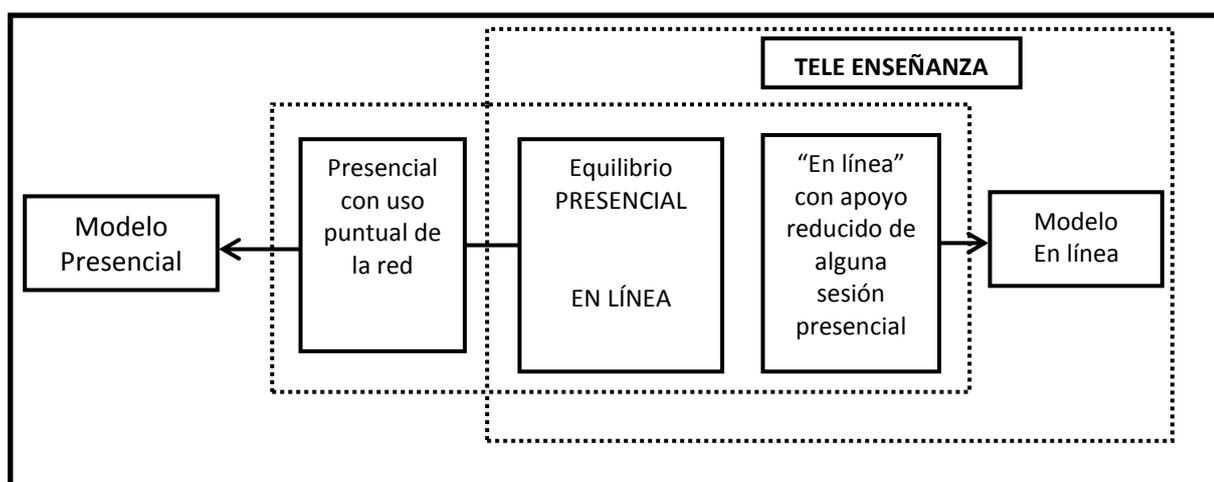
### **b) De lo Presencial a lo Virtual**

Para hablar de Internet aplicado a la educación según Julio Cabero, debemos tomar como punto de partida la situación educativa de la que hablamos y para ello utilizaremos un esquema que incluimos a continuación. Las denominadas nuevas tecnologías nos ofrecen formas y medios de comunicación que abren, en el terreno educativo, posibilidades de gran interés para la renovación y flexibilización de los modelos tradicionales de enseñanza. La introducción de las TIC permite avanzar hacia los modelos semipresenciales, que integran desde las situaciones presenciales en las cuales se produce una integración curricular de la red –de forma más o menos significativa- hasta situaciones en su mayor parte a distancia en las cuales se articulan puntualmente sesiones presenciales de formación. Es lo que se está popularizando como “blend learning” y que popularmente conocemos como semipresencialidad –aunque en este caso específico es semipresencialidad con uso de las redes-.

En el extremo opuesto de la presencialidad nos encontramos con la mal denominada “enseñanza virtual”, es decir, situaciones totalmente a

distancia desarrolladas a través de las redes telemáticas, es lo que en el esquema aparece como “modelo en línea” o se conoce también como e-learning. El concepto de tele enseñanza lo utilizamos para definir situaciones de enseñanza en las cuales predomina el modelo comunicativo a distancia y para ello se usan igualmente las redes telemáticas.

#### MODELOS DOCENTES EN FUNCIÓN DE SU GRADO DE PRESENCIALIDAD



**FIGURA N° 2**

**FUENTE:** Material Bibliográfico Libro Internet Aplicado a la Educación

**AUTOR:** Julio Cabero

**AÑO:** 2008

#### c) Importancia del Internet en la Educación

Para Julio Cabero una de las herramientas de mayor capacidad de información a distancia que ha traído consigo la tecnología mundial es el Internet, se ha convertido en un medio idóneo para impartir una enseñanza de calidad y de progreso. No sólo para la empresa de hoy en día se destaca con fines económicos sino para las organizaciones educativas que hoy elaboran proyectos de actualización para llevar a las comunidades mayor cantidad de aprendizaje.

A través del uso del Internet se posibilita, por primera vez en la historia de la educación que la mente quede liberada de tener que retener una cantidad enorme de información. Sólo es necesario comprender los

conceptos sobre la dinámica de los procesos en los cuales una información está encuadrada, ello permite utilizar métodos pedagógicos con los cuales el alumno puede aprender más y mejor en un lapso de tiempo inferior al esperado.

Ahora los docentes pueden destinar su esfuerzo y el de los alumnos en desarrollar las capacidades mentales necesarias que les permitan comprender adecuadamente la información para su posterior construcción creativa generando así una calidad superior de razonamiento.

En la actualidad, evaluaciones sobre la calidad educativa de los alumnos que egresan de la escuela media, han demostrado que la mayoría no comprende adecuadamente lo que lee, creando paralelamente serias deficiencias de razonamiento y construcción de información nueva partiendo de un análisis eficiente de datos obtenidos en la Red, por eso se debe tener en cuenta la forma como Internet puede mejorar la calidad del educando, ya que éste en algunos casos puede revertir en su contra por su facilidad de acceso y por el hecho de que los adolescentes no se detienen a analizar ni a interpretar lo que allí se les trata de precisar.

Las personas que no estén capacitadas para analizar con eficiencia y creatividad la cuantiosa y variada información obtenida en Internet no podrán utilizar en forma óptima este extraordinario instrumento, verán empobrecido el proceso de convertir la información en conocimiento y en su desempeño laboral el nivel de ignorancia que ello produce lo categorizará como un tipo de analfabeto que será rechazado en diversos ámbitos.

Respecto de la enseñanza formal, Internet puede ser útil de tres maneras: Como apoyo a la enseñanza tradicional, como complemento a ella y como sustituto de esa enseñanza escolarizada o presencial.

La primera vertiente es la más utilizada, el Internet, especialmente en los países de mayor desarrollo económico y por lo tanto con más recursos

informáticos, se le emplea fundamentalmente como una nueva biblioteca, los alumnos en el salón de clases, en sus casas o en bibliotecas tradicionales obtienen información en línea que antes buscaban en los libros de papel y tinta, museos virtuales, libros digitalizados y especialmente información periodística, son fuentes de investigación para los estudiantes. En ese tipo de indagaciones, suele haber una limitación por cuanto la información que se solicita en un motor de búsqueda es tan específica o especializada que los alumnos no pasan por la experiencia de hojear un libro de papel y tinta página por página

Internet como complemento de la enseñanza que se obtiene en la escuela, permite una actualización constante de conocimientos en las más variadas especialidades. Un arquitecto, un médico o un agrónomo, podrán hallar en la red sitios en los que no sólo aparecen las novedades científicas y técnicas de cada disciplina, sino en los que además es posible intercambiar experiencias con otros profesionales en diversos sitios del mundo. Internet, abierta a todas las vertientes del conocimiento, propicia el intercambio interdisciplinario facilitando la especialización del conocimiento.

La tercera vertiente la más discutida, desde este punto de vista no sería un pecado pensar que a mediano plazo hasta cierto punto sea posible que la educación a distancia, a través de Internet, sustituya a la educación presencial, es decir, impartida por el profesor delante de sus estudiantes, las nuevas tecnologías, se dice incluso permiten la propagación a mayor número de alumnos de una cátedra que en otras circunstancias sería recibida por unas cuantas decenas indudablemente, estas tecnologías permiten difundir de manera más extensa conocimientos que antes quedaban encerrados tras los muros de las escuelas, o las universidades. El problema central radica en las posibilidades reales no sólo de la Internet, sino de la educación a distancia.

En este caso valdría la pena preguntarse ¿les sirve a todos los estudiantes, o sólo es útil en el caso de los adultos? Los pedagogos y especialistas en temas educativos, suelen tener opiniones muy variadas a ese respecto. Hay quienes consideran que la educación a distancia sólo funciona con estudiantes con tal madurez, que no requieren de la disciplina que impone la presencia personal del docente, otros, al contrario, sostienen que lo fundamental en el proceso de enseñanza – aprendizaje es el conocimiento que se va a transmitir, no el mecanismo para ello.

¿Es posible sustituir al profesor? Al parecer, no en la enseñanza básica y media y no para alumnos que no hayan pasado la adolescencia, las nuevas tecnologías de comunicación y especialmente Internet, pueden servir como apoyo al aprendizaje en todos los niveles pero hasta ahora no parece que puedan relevar al maestro. En otros escalones del sistema educativo especialmente en la enseñanza universitaria, Internet puede servir para la propagación de conocimientos muy específicos, sin embargo, hay disciplinas en las que parece indispensable el aprendizaje con equipo técnico cuyo manejo no se puede aprender a distancia.

Cada día más centros de enseñanza están conectados a Internet, los profesores y los alumnos utilizan esta conexión al mundo de diversas formas, en primer lugar, Internet es una fuente inagotable de información y datos de primera mano, como red originariamente científica puede encontrarse gran cantidad de información útil para las clases, podemos encontrar materiales para cualquier nivel educativo preparados por otros profesores, incluso existen archivos de programaciones y experiencias educativas, documentos para uso del profesor en la preparación de sus actividades de enseñanza / aprendizaje etc.

Estudiantes de escuelas distantes entre sí utilizan la red como medio de comunicación para realizar proyectos en común, intercambiar datos sobre diferentes aspectos de su medio social o estudiar las diferencias y

semejanzas culturales entre comunidades de diferentes países, las escuelas utilizan la red para romper su aislamiento del mundo. Existen organizaciones dedicadas a facilitar el contacto entre estudiantes y profesores de cualquier parte del mundo a ayudarles en sus experiencias telemáticas proporcionando formación, ideas y experiencias anteriores de éxito (Aula Virtual).

El concepto clave es interacción que da lugar a un nuevo concepto: El aula virtual, un entorno de enseñanza / aprendizaje basado en un sistema de comunicación mediada por ordenador, un espacio simbólico en el que se produce la interacción entre los participantes, se trata de ofrecer a distancia posibilidades de comunicación que sólo existen en un aula real. La metáfora del aula virtual comprende espacios cibernéticos para las clases, la biblioteca (o mediateca), el despacho del profesor para la tutoría, el seminario para actividades en pequeño grupo, el espacio de trabajo cooperativo e incluso la cafetería para la charla relajante entre los alumnos, las tecnologías empleadas en diversas experiencias varían en función de los medios disponibles desde la videoconferencia para algunas clases magistrales, el correo electrónico para la tutoría personalizada, el chat para la comunicación en la coordinación de pequeños grupos o para la charla informal entre estudiantes, las herramientas de trabajo cooperativo, los servidores de información como bibliotecas de recursos.

Internet desempeña varios papeles en estos diseños como canal de comunicación multidireccional de la comunidad educativa, como fuente de información de apoyo y como entorno de integración de facilidades y recursos. La información científica disponible en la red puede ser muy útil si los profesores son capaces de identificarla y de facilitar el acceso a los estudiantes.

En este sentido es necesaria la creación de redes temáticas que seleccionen y proporcionen acceso a materiales relevantes, sin embargo, las herramientas de Internet sólo son el soporte necesario de las técnicas

didácticas que son las que en realidad conforman un aula virtual. El éxito o fracaso de este tipo de experiencias depende de numerosos factores, uno de los fundamentales es llegar a olvidar las mediaciones tecnológicas en la comunicación, las tareas que desempeñan los profesores en este tipo de entornos son similares a las tareas tradicionales (preparar materiales de enseñanza / aprendizaje, tutoriales, dirigir trabajos de investigación, evaluar, etc.), pero potenciadas / limitadas por las características de la comunicación mediada por ordenador, una clase por videoconferencia no es una clase tradicional televisada.

### **2.5.1.5 Internet Aplicado a las Empresa**

#### **a) Introducción**

Para Marcelo Franco en una publicación a través de la dirección electrónica [www.monografias.com](http://www.monografias.com) el desarrollo tecnológico (Internet, comunicaciones móviles, banda ancha, satélites, microondas, etc.) está produciendo cambios significativos en la estructura económica y social, y en el conjunto de las relaciones sociales.

La información se ha convertido en el eje promotor de cambios sociales, económicos y culturales. El auge de las telecomunicaciones ha producido una transformación de las tecnologías de la información y de la comunicación, cuyo impacto ha afectado a todos los sectores de la economía y de la sociedad.

La expansión de redes informáticas ha hecho posible la universalización de los intercambios y relaciones, al poner en comunicación a amplios sectores de ciudadanos residentes en espacios geográficos muy distantes entre sí. Los espacios nacionales se han visto superados por las tecnologías de la información que no tienen fronteras: informaciones políticas, militares, económicas –especialmente financieras–, sociales, empresariales, etc., se intercambian y se transmiten cada día por todo el mundo, de manera que nuestra vida está condicionada en cada momento

por lo que está sucediendo a miles de kilómetros de distancia. Cualquier acontecimiento político o económico ocurrido en un país puede tener una repercusión importante en la actividad económica de otras naciones.

La información ha contribuido a que los acontecimientos que suceden a escala mundial, continental o nacional nos resulten más cercanos, y que la idea de la “aldea global” se vaya haciendo realidad. Nuestra visión del mundo está adquiriendo una nueva dimensión por encima de países, comunidades y localidades, lo mismo que le sucede a las empresas. Estamos ante un nuevo modelo social, la “sociedad globalizada”, en el que las fronteras desaparecen en beneficio de los intercambios de ideas, mensajes, productos, servicios, personas.

#### **b) Evolución Tecnológica en las últimas décadas**

Marcelo Franco considera que la evolución histórica de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), en su corta andadura de menos de 40 años, vive un camino paralelo al de las corrientes organizativas que han sido implantadas en las empresas. La coincidencia de este hecho obedece a una condición de reciprocidad entre los cambios organizativos y los tecnológicos que los posibilitan. En esta evolución histórica, podemos determinar cuatro etapas que resumen el cambio producido en relación a la aplicación de las tecnologías de la información:

## EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

Desde 1950	Desde 1980	Desde 1990	Desde 1995
1ª GENERACIÓN	2ª GENERACIÓN	3ª GENERACIÓN	4ª GENERACIÓN
Aplicaciones Aisladas	Bases de datos e integración	Redes y Terminales	Telecomunicaciones
			Digitalización
		Internet	
		Rediseño procesos	
	Procesos	de gestión	Comerciales
Procesos administrativos			

**FIGURA N° 3**

**FUENTE:** [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

**AUTOR:** Marcelo Franco

**AÑO:** 2009

La importancia e influencia de las tecnologías en una empresa están directamente ligadas a las características de la misma, por tanto serán diferentes bien se trate de una PYME o de una Gran Empresa. Con frecuencia, en las empresas no existe una verdadera reflexión respecto a si es bueno tener una gran dimensión, sino que se pretende crecer siempre que se pueda. Suele asociarse tamaño a ventajas; sin embargo, esto no es del todo cierto, ya que no siempre resulta beneficioso que las empresas crezcan, pues se podría perder el control y eso, siempre, tiene un impacto negativo.

### **c) Importancia de las Nuevas Tecnologías**

Marcelo Franco considera que hoy en día, los progresos en las denominadas tecnologías de la información, que abarcan los equipos y aplicaciones informáticas y las telecomunicaciones, están teniendo un gran efecto. De hecho, se dice que estamos en un nuevo tipo de sociedad llamada Sociedad de la información o Sociedad de Conocimiento, que

viene a reemplazar a los dos modelos socioeconómicos precedentes, la sociedad agraria y la sociedad industrial. En el modelo agrario, la explotación de la tierra era la manera de generar riqueza. En el modelo industrial, las nuevas tecnologías y los nuevos sistemas productivos, posibilitaron la fabricación masiva de productos de consumo.

Sin embargo, la generación de la riqueza en la actualidad tiene que ver con otras maneras de proceder, además de la importancia de la acumulación de capital y de la tecnología productiva, lo que en verdad se convierte en algo decisivo es saber qué quieren los clientes, qué hacen los competidores, dónde y a quién se puede comprar y vender en mejores condiciones, qué cambios legislativos pueden afectar a la empresa o a un sector, etcétera.

En definitiva, resulta fundamental contar con la información oportuna para tomar las mejores decisiones en el momento adecuado. En esta situación las nuevas tecnologías de la información son muy relevantes, permiten obtener y procesar mucha más información que los medios manuales, así que las empresas invierten en ellas.

Sin embargo, como cualquier tecnología, se debe tener presente que las TIC son sólo un instrumento (eso sí, muy potente y flexible) para la gestión de las empresas. Por tanto, es evidente que las nuevas tecnologías son un elemento imprescindible y en continuo desarrollo dentro de cualquier empresa. No obstante las tecnologías están mucho más presentes en las grandes empresas que en las medianas y pequeñas (PYME); esto se debe principalmente a la dimensión de la empresa y, como consecuencia, al ámbito de actuación de la misma y a su capacidad de inversión y gestión, aunque poco a poco esta diferencia se va acortando, ya que muchas PYME están empezando a ser conscientes de que el uso de las TIC es una cuestión clave para su expansión y supervivencia.

#### **d) Influencia del Internet en las Empresas**

Marcelo Franco manifiesta que sin lugar a dudas, las nuevas tecnologías han llevado consigo un cambio espectacular y drástico en todas las empresas. En los últimos años cabe destacar a Internet como el elemento revolucionario, seguido de la telefonía móvil. En escaso tiempo Internet se ha hecho imprescindible en cualquier empresa, con independencia de su tamaño, y tal ha sido su influencia, que la mayor parte de los negocios lo utiliza constantemente. Aún queda camino por recorrer, pero ya se empiezan a ver casos de empresas en las que los conceptos tradicionales desaparecen a consecuencia de Internet, una de las consecuencias más claras es el cuestionamiento de los planteamientos tradicionales sobre el tamaño.

Ya existen empresas que operan en Internet con un ámbito de operaciones mundial y, sin embargo, son consideradas pequeñas o medianas bajo los parámetros tradicionales de número de empleados o cifra de inversiones en activo fijo. La mayoría de la sociedad realiza un uso diario del ordenador, cuya utilización tiene lugar sobre todo en el hogar y en el centro de trabajo, por tanto, podemos deducir, que gran parte del uso tiene un objetivo laboral (todo el tiempo empleado en el trabajo y parte del dedicado en casa), ya que muchas personas prefieren trabajar en casa. En cuanto al uso de Internet, es más reducido, sobre todo en las PYMES, así, diversos estudios destacan que las organizaciones no están consiguiendo mejorar sus resultados empleando Internet por una o varias de las siguientes causas:

- Desconocimiento total o parcial de las importantes oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías en general (e Internet en particular).
- Escaso apoyo por parte de la dirección.
- Retorno de la inversión poco claro.
- Se subestiman las posibilidades que brinda Internet a la empresa.

- Falta de planificación en el proceso de integración de Internet.
- Falta de personal cualificado para este área.
- No se remodelan los procesos de la empresa para la correcta adecuación del negocio.
- No se tiene como prioritario.
- Resistencia al cambio.
- Falta de metodología en el desarrollo del proyecto.

Con lo que, como se puede observar aún hay mucho camino por recorrer aunque muchas de ellas ya han dado el primer paso. Las PYMES tienen multitud de posibilidades en Internet, con un enfoque distinto a las multinacionales, pues sus inversiones son necesariamente mucho menores, pero tienen muchísimas posibilidades por delante.

## **2.5.2 Seguridad Informática**

### **2.5.2.1 Introducción**

Para Manuela Vera la seguridad informática consiste en garantizar que los recursos informáticos de una compañía estén disponibles para cumplir sus propósitos, es decir, que no estén dañados o alterados por circunstancias o factores externos, es una definición útil para conocer lo que implica el concepto de seguridad informática.

En términos generales, la seguridad puede entenderse como aquellas reglas técnicas y/o actividades destinadas a prevenir, proteger y resguardar lo que es considerado como susceptible de robo, pérdida o daño, ya sea de manera personal, grupal o empresarial.

En este sentido, es la información el elemento principal a proteger, resguardar y recuperar dentro de las redes empresariales.

### **2.5.2.2 ¿Por qué es tan importante la seguridad?**

Manuela Vera explica que la seguridad informática es importante por la existencia de personas ajenas a la información, también conocidas como piratas informáticos o hackers, que buscan tener acceso a la red empresarial para modificar, sustraer o borrar datos.

Tales personajes pueden, incluso, formar parte del personal administrativo o de sistemas, de cualquier compañía; de acuerdo con expertos en el área, más de 70 por ciento de las violaciones e intrusiones a los recursos informáticos se realiza por el personal interno, debido a que éste conoce los procesos, metodologías y tiene acceso a la información sensible de su empresa, es decir, a todos aquellos datos cuya pérdida puede afectar el buen funcionamiento de la organización.

Esta situación se presenta gracias a los esquemas ineficientes de seguridad con los que cuentan la mayoría de las compañías a nivel mundial, y porque no existe conocimiento relacionado con la planeación de un esquema de seguridad eficiente que proteja los recursos informáticos de las actuales amenazas combinadas.

El resultado es la violación de los sistemas, provocando la pérdida o modificación de los datos sensibles de la organización, lo que puede representar un daño con valor de miles o millones de dólares.

### **2.5.2.3 Amenazas o Vulnerabilidades**

Manuela Vera, en su análisis del tema manifiesta que por vulnerabilidad entendemos la exposición latente a un riesgo. En el área de informática, existen varios riesgos tales como: ataque de virus, códigos maliciosos, gusanos, caballos de troya y hackers; no obstante, con la adopción de Internet como instrumento de comunicación y colaboración, los riesgos han evolucionado y, ahora, las empresas deben enfrentar ataques de negación de servicio y amenazas combinadas; es decir, la

integración de herramientas automáticas de "hacking", accesos no autorizados a los sistemas y capacidad de identificar y explotar las vulnerabilidades de los sistemas operativos o aplicaciones para dañar los recursos informáticos.

Específicamente, en los ataques de negación de servicio, el equipo de cómputo ya no es un blanco, es el medio a través del cual es posible afectar todo el entorno de red; es decir, anular los servicios de la red, saturar el ancho de banda o alterar el Web Site de la compañía. Con ello, es evidente que los riesgos están en la red, no en la PC.

Es por la existencia de un número importante de amenazas y riesgos, que la infraestructura de red y recursos informáticos de una organización deben estar protegidos bajo un esquema de seguridad que reduzca los niveles de vulnerabilidad y permita una eficiente administración del riesgo.

Para ello, resulta importante establecer políticas de seguridad, las cuales van desde el monitoreo de la infraestructura de red, los enlaces de telecomunicaciones, la realización del respaldo de datos y hasta el reconocimiento de las propias necesidades de seguridad, para establecer los niveles de protección de los recursos.

Las políticas deberán basarse en los siguientes pasos:

- a) Identificar y seleccionar lo que se debe proteger (información sensible).
- b) Establecer niveles de prioridad e importancia sobre esta información.
- c) Conocer las consecuencias que traería a la compañía, en lo que se refiere a costos y productividad, la pérdida de datos sensibles.
- d) Identificar las amenazas, así como los niveles de vulnerabilidad de la red.
- e) Realizar un análisis de costos en la prevención y recuperación de la información, en caso de sufrir un ataque y perderla

- f) Implementar respuesta a incidentes y recuperación para disminuir el impacto.

Este tipo de políticas permitirá desplegar una arquitectura de seguridad basada en soluciones tecnológicas, así como el desarrollo de un plan de acción para el manejo de incidentes y recuperación para disminuir el impacto, ya que previamente habremos identificado y definido los sistemas y datos a proteger.

Es importante tomar en consideración, que las amenazas no disminuirán y las vulnerabilidades no desaparecerán en su totalidad, por lo que los niveles de inversión en el área de seguridad en cualquier empresa, deberán ir acordes a la importancia de la información en riesgo.

Así mismo, cada dispositivo que conforma la red empresarial necesita un nivel de seguridad apropiado y la administración del riesgo implica una protección multidimensional (firewalls, autenticación, antivirus, controles, políticas, procedimientos, análisis de vulnerabilidad, entre otros), y no únicamente tecnología.

Un esquema de seguridad empresarial contempla la seguridad física y lógica de una compañía. La primera se refiere a la protección contra robo o daño al personal, equipo e instalaciones de la empresa; y la segunda está relacionada con el tema que hoy nos ocupa: la protección a la información, a través de una arquitectura de seguridad eficiente.

Esta última debe ser proactiva, integrar una serie de iniciativas para actuar en forma rápida y eficaz ante incidentes y recuperación de información, así como elementos para generar una cultura de seguridad dentro de la organización.

#### **2.5.2.4 Hardware y Software**

Desde el punto de vista de soluciones tecnológicas para Manuela Vera una arquitectura de seguridad lógica puede conformarse (dependiendo de los niveles de seguridad) por: software antivirus, herramientas de respaldo, de monitoreo de la infraestructura de red y enlaces de telecomunicaciones, firewalls, soluciones de autenticación y servicios de seguridad en línea; que informen al usuario sobre los virus más peligrosos y, a través de Internet, enviar la vacuna a todos los nodos de la red empresarial, por mencionar un ejemplo.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

Al encontrarnos en una era de revolución tecnológica, en la que el éxito depende de la capacidad y competencias adquiridas para dominar al máximo los potenciales de cada sector, donde el conocimiento es un arma de desarrollo y fuente base de crecimiento, en una sociedad que exige mayor grado de especialización y globalización para garantizar un Desarrollo Sustentable orientado al Buen Vivir, en fin, un mundo cambiante que gira en torno a las TIC's permitiendo la posibilidad de triunfar, de moldear el talento y crear proyectos rentables en el tiempo que combinen el saber hacer en pro de crear un futuro ideal, buscando una adecuada armonía entre el conocimiento, la práctica y la tecnología garantizando así efectividad, oportunidad, eficiencia y confianza en que el trabajo realizado es fuente de conocimiento medible y palpable ajustado a las necesidades locales y con el uso de herramientas globales poderosas como el Internet y aplicaciones informáticas que van más allá de las fronteras territoriales garantizando la eficiencia del trabajo.

Es aquí, en este nuevo paradigma dónde se ha vuelto necesario combinar los recursos tecnológicos con la especialización en áreas del conocimiento como contabilidad, tributación, administración y proyectos, las cuáles se han vuelto claves para cumplir no sólo con las entidades de control sino que además para conocer a tiempo real la rentabilidad de cualquier tipo de negocio o servicio, se han vuelto una herramienta poderosa para generar desarrollo local, competitividad y crecimiento acorde a las exigencias del mundo globalizado.

Con la premisa anterior y considerando que la demanda de servicios especializados virtuales se ha incrementado por la creciente importancia que tanto el sector público como privado ha dado a la tecnología y sus aplicaciones consideradas fuentes de Desarrollo Local, propongo el

presente estudio de mercado encaminado a determinar la aceptación de una microempresa de servicios contables, tributarios, técnicos y de apoyo virtuales en el mercado de la Provincia de Imbabura específicamente en el Cantón Pimampiro.

Para lograr lo mencionado anteriormente se recopiló información primaria y secundaria. La información primaria consistió en: observación directa, aplicación de encuestas y entrevistas a personas versadas en el tema cuyas opiniones de valiosa importancia permitieron estudiar a fondo las variables predominantes del mercado como son: producto, precio, oferta, demanda, proveedores y comercialización, sin dejar de lado las fuentes secundarias que fueron datos demográficos, información histórica de precio y de cantidad, lincografía, entre otras.

Los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas sirvieron de base para determinar la demanda, canales de distribución y precio tentativo del producto, las entrevistas realizadas a expertos permitieron conocer a los competidores, principales proveedores de insumos y servicios e información adicional relevante para el proyecto, las características básicas de los servicios existentes en el mercado se recopilaron mediante observación directa al igual que los datos históricos de precio y cantidad.

Las proyecciones se realizaron con una población económicamente activa (PEA) de acuerdo con datos del censo año 2001 para el cantón Pimampiro 5.341, las mismas que fueron unificadas y calculadas en su proporción, obteniendo así una muestra con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%.

El estudio de mercado es la fase inicial y punto clave para la continuación de un proyecto de inversión, por ello se utilizó herramientas adecuadas de acuerdo a cada variable investigada con el fin de obtener información veraz, actualizada y confiable que permita sustentar los resultados finales de acuerdo a sus indicadores.

## **3.2. OBJETIVOS**

### **3.2.1. Objetivo General.**

Realizar un estudio de mercado para determinar la aceptación de una microempresa de servicios contables, tributarios, técnicos y de apoyo virtuales en el Cantón Pimampiro.

### **3.2.2. Objetivos Específicos.**

**3.2.2.1.** Determinar las características básicas de los servicios financieros y virtuales en el mercado.

**3.2.2.2.** Analizar la demanda histórica, actual y potencial de servicios financieros y virtuales en el mercado.

**3.2.2.3.** Identificar los posibles y potenciales ofertantes de servicios financieros y virtuales en el mercado.

**3.2.2.4.** Examinar los precios de servicios financieros virtuales que se manejan en el mercado.

**3.2.2.5.** Conocer la cantidad de proveedores de insumos y servicios existentes en el mercado.

**3.2.2.6.** Establecer la potencial propuesta de comercialización de los servicios financieros virtuales del presente proyecto.

## **3.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS.**

### **3.3.1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS.**

El presente proyecto tiene como objetivo prestar varios servicios entre ellos se encuentran acceso a internet, asesoría contable, asesoría tributaria, asesoría en proyectos y asesoría administrativa todos ellos con énfasis en el uso de la tecnología y la red para satisfacer las necesidades del cliente de manera oportuna y eficiente, a continuación una breve descripción de los mismos.

### **3.3.1.1. Acceso a Internet**

Este servicio consiste en el alquiler de ordenadores equipados con cámaras web y equipos de audio para que el usuario pueda realizar operaciones en red como acceso a correo electrónico, redes sociales, manejo de la world wide web (www), consultas de información, búsqueda de empleo, video llamada, video conferencia, desarrollo de páginas web, blogs, educación virtual, manejo de sistema operativo Windows y Linux con sus respectivas aplicaciones y paquetes.

### **3.3.1.2. Asesoría contable**

Este servicio se refiere básicamente a proporcionar a la población cualquiera sea el giro del negocio las herramientas necesarias para un adecuado control de movimientos financieros, cumplimiento de normativas legales, registro y análisis de información financiera, determinación y pago de impuestos, análisis financieros, asesoría en inversión y manejo del dinero, en fin todo lo relacionado al manejo contable de los negocios ya sea automatizando las herramientas existentes o tomando la responsabilidad del manejo contable.

### **3.3.1.3. Asesoría Tributaria**

Este servicio se refiere específicamente a la determinación, control y pago de impuestos, básicamente se enfocará en realizar declaraciones del Impuesto al Valor Agregado mensual y semestral con sus debidas retenciones, Impuesto a la Renta para personas naturales y sociedades con sus debidas retenciones, elaboración y publicación en el sistema de anexos transaccionales y anexos de gastos personales, trámites de devolución de impuestos por pago indebido y pago en exceso, impuesto a los vehículos motorizados, proyección de gastos personales, declaración patrimonial, asesoría y capacitación en normativa tributaria, se abarcará con este servicio todas las obligaciones a favor del Servicio de Rentas Internas.

#### **3.3.1.4. Asesoría en Proyectos**

Este servicio está enfocado a personas naturales y jurídicas que requieran de proyectos para gestionar sus actividades, se pretende brindar las herramientas necesarias para asesorar en formatos y modelos de acuerdo a normativas estatales, así como también criterios técnicos para determinar factibilidad económica, de mercado, social y ambiental que permita que los proyectos cumplan con las expectativas de la organización y sean aprobados para su ejecución.

#### **3.3.1.5. Asesoría Administrativa**

Este servicio se refiere básicamente a brindar asesoría en la elaboración de manuales, organigramas, planes de negocio, planificación estrategia, optimización de recursos, manejo de personal, herramientas de gestión en fin todo lo referente a manejo empresarial para contribuir a una acertada administración y éxito para cada uno de los clientes.

#### **3.3.2. SERVICIOS SIMILARES**

Mediante observación directa se determinó lo siguiente:

En el Cantón Pimampiro no existen oficinas que presten servicios contables, tributarios o administrativos, sin embargo es necesario manifestar que se encuentran a disposición de la población en el Cantón Ibarra, en lo referente al servicio de Internet se ha podido observar que existen varios centros que prestan servicios virtuales variados en cuanto a calidad y precio pero que por sus características aún no han saturado el mercado local dejando la posibilidad de nichos de mercado para el presente proyecto.

#### **3.3.3. SERVICIOS SUSTITUTOS**

Los servicios contables, tributarios, técnicos y de apoyo virtuales en los que se basa este proyecto no cuentan con servicios sustitutos por cuanto su naturaleza especializada no ha permitido desarrollar otros

similares con diferente denominación, además al tocar el tema de servicios por su característica de intangibilidad podemos manifestar que son únicos y responden a necesidades específicas que solo se pueden satisfacer mediante su uso exclusivo y oportuno.

#### **3.3.4. SERVICIOS Y PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS**

Considerando que el campo de acción de los servicios planteados en este proyecto es bastante amplio podemos citar algunos servicios adicionales que directa o indirectamente generarán correlación, entre ellos se encuentran la capacitación estatal que puede requerir nuestro contingente para éstos procesos, los servicios prestados por las entidades de control como el SRI, IESS, Ministerio de Relaciones Laborales, entre otros, los Servicios Bancarios, los Servicios Legales, Servicios de Conectividad y Dotación de internet, Servicios Profesionales y en cuanto a bienes complementan nuestro trabajo los proveedores de Suministros de Oficina, Equipos de Computación, Paquetes Informáticos, entre otros, cada uno de éstos insumos garantizan un trabajo eficiente, adecuado y oportuno para satisfacer las necesidades inmediatas y futuras de clientes potenciales.

#### **3.4. MERCADO META**

Los servicios descritos anteriormente se encuentran dirigidos al mercado de la Provincia de Imbabura específicamente el Cantón Pimampiro, mismo que por ser comercial a nivel de productos y servicios es una fuente potencial de aplicación de materia contable, tributaria, administrativa y de proyectos por cuanto cuenta con la presencia de fundaciones y ONG's nacionales e internacionales así como también de ayuda estatal para el desarrollo local sin mencionar la gran inversión privada que representa su potencial de emprendimiento, otro punto importante que hace atractivo este cantón es la relevancia que sus autoridades han puesto al aspecto tecnológico base fundamental de este proyecto.

### **3.5. SEGMENTO DE MERCADO**

El segmento de mercado para los servicios contables, tributarios, técnicos y de apoyo virtuales es la población económicamente activa del cantón perteneciente a la zona urbana y rural, con ingresos de nivel medio y alto, por cuanto sus ideas de negocios constituyen el sector al cual se dirige este proyecto, cabe aclarar que al contar con el servicio de internet este segmento se extiende a niños, jóvenes y adultos pertenecientes a instituciones educativas aun cuando sus padres sean quienes respondan por el servicio mediante el pago respectivo.

### **3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA**

#### **3.6.1. Clientes**

Los clientes potenciales para los servicios detallados en este proyecto son los propietarios de negocios ya sea de bienes o servicios, personas jurídicas que requieran asesoría contable, asociaciones, personas naturales que presten servicios personales, instituciones, estudiantes de nivel primario, secundario y superior, personas con necesidad de asesoría y capacitación, ONG's, entre otros.

#### **3.6.2. Lugar de Prestación del Servicio**

Las oficinas del presente proyecto se ubicarán en el Cantón Pimampiro, en un local situado en el parque principal de la cabecera cantonal del mismo nombre, el cual posee un gran atractivo comercial para captación de clientes, la infraestructura cuenta con dos pisos que por cuestiones de logística permitirán ubicar el servicio de internet en la planta baja y los servicios de asesoría contable, tributaria y técnica en la parte superior con la debida privacidad y adecuación que garantice un trabajo eficiente y personalizado en cada servicio. (Véase, Anexo 7)

### **3.6.3. Frecuencia de Uso del Servicio**

Los servicios virtuales como asesoría contable, tributaria, técnica y de apoyo cubrirán lapsos mensuales de entrega de resultados, sin embargo es importante aclarar que los servicios no se medirán por su frecuencia sino por el número de clientes como en el caso de declaraciones o informes contables que se generan mensualmente, por lo tanto el éxito del negocio se dará por la captación de la mayor cantidad de clientes posibles en ese lapso de tiempo, en lo referente al servicio de internet su dotación a los clientes será diaria y permanente considerando las horas pico y temporadas así como también la demanda latente en temporada escolar. (Véase, Resultados de Investigación Primaria-Encuestas)

### **3.6.4. Cantidad de Clientes**

Los servicios contables, tributarios, técnicos y de apoyo por su naturaleza especializada y específica se manejarán en proporción a la cantidad de negocios y servicios personales que existan en el Cantón, mismos que se procurará captar en una cantidad inicial de 50 potenciales clientes para lo que es Tributación y 10 para lo referente a Contabilidad y Proyectos, como se ha mencionado anteriormente son metas iniciales proyectando en el futuro superar éstas expectativas e incrementar la cartera de clientes, en lo referente al Servicio de Internet se espera mantener saturado el potencial de máquinas por lo menos 5 horas en el transcurso del día lo que determina 9 clientes por hora en este servicio, todo lo anteriormente descrito puede variar por temporadas o por requerimientos legales generando así incremento o disminución de las expectativas según sea el caso.

## **3.7. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

El proyecto planteado contempla diversidad de servicios por lo que se determinó la demanda en forma individual, a continuación cada uno de ellos con su respectiva proyección.

Para los Servicios Contables, Tributarios y de Asesoría en Proyectos se ha tomado como base el registro de patentes comerciales e industriales del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pimampiro, mediante el cual se tiene información actualizada y progresiva de los años 2009, 2010 y 2011 (Véase, Anexo 8), para el Servicio de Internet se ha tomado como base la Población por Grupo de Edad del Cantón de acuerdo al Censo 2010.

### **3.7.1. FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DE PROYECCIONES DE DEMANDA.**

Considerando una tasa de crecimiento demográfico provincial del 2.4% anual se procedió a estimar la demanda para el Servicio de Internet (Véase, Anexo 9), para los Servicios Contables, Tributarios y Técnicos se tomó como base el registro de patentes comerciales e industriales cuya tasa de crecimiento equivale al 1,04% (Véase, Anexo 8).

Con la información precedente como base se proyecta la demanda aplicando el método de crecimiento exponencial de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$V_f = V_o(1 + i)^t$$

Donde,

**V<sub>F</sub>** = Valor Final

**V<sub>o</sub>** = Valor Inicial

**i** = Tasa de crecimiento

**t** = Período de observación

### 3.7.1.1. ESTIMACIÓN DE DEMANDA AÑO 2012

#### a) Servicios de Asesoría Financiera

$$V_{2012} = V_{2011} (1+0,0104)^1$$

$$V_{2012} = 668 (1+0,0104)^1$$

$$V_{2012} = 675$$

#### b) Servicios de Internet

$$V_{2012} = V_{2010} (1+0,024)^2$$

$$V_{2012} = 7.944(1+0,024)^2$$

$$V_{2012} = 8.330$$

### 3.7.1.2. ESTIMACIÓN DE DEMANDA AÑO 2013

#### a) Servicios de Asesoría Financiera

$$V_{2013} = V_{2011} (1+0,0104)^2$$

$$V_{2013} = 668 (1+0,0104)^2$$

$$V_{2013} = 682$$

#### b) Servicios de Internet

$$V_{2013} = V_{2010} (1+0,024)^3$$

$$V_{2013} = 7.944(1+0,024)^3$$

$$V_{2013} = 8.530$$

### 3.7.1.3. ESTIMACIÓN DE DEMANDA AÑO 2014

#### a) Servicios de Asesoría Financiera

$$V_{2014} = V_{2011} (1+0,0104)^3$$

$$V_{2014} = 668 (1+0,0104)^3$$

$$V_{2014} = 689$$

#### b) Servicios de Internet

$$V_{2014} = V_{2010} (1+0,024)^4$$

$$V_{2014} = 7.944(1+0,024)^4$$

$$V_{2014} = 8.735$$

### 3.7.1.4. ESTIMACIÓN DE DEMANDA AÑO 2015

#### a) Servicios de Asesoría Financiera

$$V_{2015} = V_{2011} (1+0,0104)^4$$

$$V_{2015} = 668 (1+0,0104)^4$$

$$V_{2015} = 696$$

#### b) Servicios de Internet

$$V_{2015} = V_{2010} (1+0,024)^5$$

$$V_{2015} = 7.944(1+0,024)^5$$

$$V_{2015} = 8.944$$

### 3.7.1.5. ESTIMACIÓN DE DEMANDA AÑO 2016

#### a) Servicios de Asesoría Financiera

$$V_{2016} = V_{2011} (1+0,0104)^5$$

$$V_{2016} = 668 (1+0,0104)^5$$

$$V_{2016} = 703$$

#### b) Servicios de Internet

$$V_{2016} = V_{2010} (1+0,024)^6$$

$$V_{2016} = 7.944(1+0,024)^6$$

$$V_{2016} = 9.159$$

### 3.7.2. PROYECCIÓN DE CANTIDAD DEMANDADA

Con los datos anteriores y por medio de información obtenida en la aplicación de encuestas se proyecta la demanda considerando que el cliente promedio utilizará los servicios contables, tributarios y técnicos al menos 2 veces al año, y en cuanto a internet al menos 8 horas al mes valor equivalente a 96 horas anuales. (Véase, Resultados de Investigación Primaria-Encuestas)

#### DEMANDA POTENCIAL SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS, TÉCNICOS Y DE APOYO VIRTUALES.

AÑO	Cientes Potenciales Servicios Financieros	Demanda Proyectada por Frecuencia de Uso del Servicio (Anual) Clientes x Frecuencia anual (2 prestaciones)	Cientes Potenciales Servicios Internet	Demanda Proyectada por Frecuencia Uso del Servicio (Anual) Clientes x Frecuencia anual (96 horas)
2012	675	1.350	8.330	799.680
2013	682	1.364	8.530	818.880
2014	689	1.378	8.735	838.560
2015	696	1.392	8.944	858.624
2016	703	1.406	9.159	879.264

#### CUADRO N° 25

Elaborado por: La Autora

Fuente: www.inec.gob.ec – Resultados Investigación Primaria (Encuestas)

### 3.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA

#### 3.8.1. COMPETIDORES

Mediante observación directa e información secundaria (patentes comerciales e industriales), se determinó que los principales competidores para los Servicios Contables y Tributarios constituyen los Contadores

Públicos Autorizados residentes en los Cantones de Pimampiro e Ibarra quienes poseen una cartera de clientes definida e incluso en el caso de los profesionales domiciliados en la Ciudad de Ibarra se presta el servicio directamente en el Cantón Pimampiro mediante visitas programadas por parte de los prestadores del servicio o a su vez es el cliente quién acude a solicitarlo directamente en las respectivas dependencias.

En lo referente al Servicio de Internet mediante observación directa e información secundaria (patentes comerciales e industriales) se ha detectado un gran número de locales que prestan el servicio, sin embargo poseen debilidades técnicas y de especialización que permiten la implementación de negocios similares con mejores estándares de calidad para satisfacer las necesidades locales latentes.

En conclusión, no existe un negocio que abarque los servicios mencionados anteriormente en su totalidad, dejando abierta la oportunidad de mercado y de posicionamiento local en este tipo de actividades profesionales técnicas y de especialización con énfasis en las TIC's (Véase, Anexo 8).

### **3.8.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES**

Mediante la técnica de Observación Directa se pudo analizar a los competidores de acuerdo a cada servicio, para facilitar y enfatizar las características de los competidores se aplicó una herramienta denominada Matriz de Competitividad, que permite evaluar nuestros servicios a la par de los que ofrece la competencia, analizando similitudes, innovaciones, valor agregado y otros aspectos que representan posicionamiento y fidelización por parte de los clientes potenciales, esta matriz recoge datos fundamentales que permiten describir a los competidores y a la vez generar y palpar las fortalezas y debilidades que el proyecto tiene respecto a la competencia real y presente en el territorio del Cantón Pimampiro, a continuación los resultados del análisis:

### MATRIZ DE COMPETITIVIDAD

CARACTERÍSTICAS FUENTE DE ANÁLISIS	COMPETENCIA	NOSOTROS
<b>Servicios Financieros y de Asesoría</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Legalidad para ejercer.</li> <li>- Especialización.</li> <li>- Competencias Técnicas.</li> <li>- Actualización Permanente.</li> <li>- Sistematización (Paquetes Informáticos Tributarios y Contables).</li> <li>- Establecimiento domiciliado en el Cantón Pimampiro.</li> <li>- Vinculación Tecnología y Práctica de la Contabilidad.</li> <li>- Variedad de Servicios Ofertados y para diversos sectores.</li> <li>- Capacidad de asesoramiento en proyectos.</li> </ul>	SI SI SI SI NO NO NO NO NO	SI SI SI SI SI SI SI SI SI
<b>Servicios de Internet</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Velocidad del servicio adecuada.</li> <li>- Asesoría Técnica personalizada.</li> <li>- Personal capacitado para atender exigencias del cliente.</li> <li>- Programas necesarios instalados para atender requerimientos.</li> <li>- Equipos suficientes para atender demanda del servicio.</li> <li>- Espacio físico adecuado para la dotación del Servicio.</li> <li>- Aplicación de Seguridades Informáticas.</li> </ul>	NO NO NO NO NO NO NO	SI SI SI SI SI SI SI

- Equipos dotados de todos los componentes necesarios para un uso óptimo de la red.	SI	SI
- Versiones actuales de programas y aplicación de sistemas operativos adicionales como Linux.	NO	SI
- Capacidad de participación en procesos de capacitación, mantenimiento y apoyo en asuntos relacionados con Informática.	NO	SI

**CUADRO N° 26**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Observación Directa, Resultado de Investigación de Campo-Encuestas

Como se puede observar en la tabla anterior existen características que tanto la competencia como el proyecto poseen, y otras con las que no cuenta la competencia por lo que se fortalecerá los aspectos coincidentes buscando diferenciación y especialización mediante valor agregado y se implementará las no existentes examinando las necesidades latentes de clientes potenciales presentes en el Cantón.

**3.8.3. SERVICIOS OFERTADOS**

En lo referente a Contabilidad, Tributación, Asesoría Administrativa y de Proyectos los servicios ofertados son los siguientes: Declaraciones de Impuestos, Trámites con el Servicio de Rentas Internas y Servicios Profesionales Contables para Personas Naturales y Jurídicas, Asesoría en Proyectos y Estudios de Rentabilidad, Asesoría Administrativa en aspectos como Construcción de Organigramas, Reglamentos, Manuales, Visión y Misión, planificación estratégica, entre otros.

En lo relativo a Servicios que involucren la Web y aplicaciones informáticas se puede enumerar los siguientes: Servicio de Internet

(Navegación, consultas, redes sociales, correo electrónico, servicios bancarios, educación a distancia, declaración de impuestos, búsqueda de empleo, creación páginas web, entre otros.), Trabajos en Computadora (Paquete Microsoft Office), Impresión, Escaneo, Grabación de CD's, Video Llamada y Video Conferencia, Cursos de Capacitación en Informática.

Cabe destacar que tanto en los Servicios Financieros como en los Informáticos existentes en el Cantón hace falta especialización considerando que los usuarios no explotan al máximo las bondades de la tecnología denominada Internet, resulta evidente el uso básico que le dan a esta herramienta poderosa y revolucionaria de la era de la comunicación misma que permite grandes avances en algunos ámbitos si se utiliza con responsabilidad, de manera adecuada y sobre todo explorando un sinnúmero de alternativas de desarrollo que se derivan de su aplicación efectiva.

#### **3.8.4. CANALES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

Mediante observación directa se determinó que los Servicios Contables, Tributarios y de Asesoría se prestan a la ciudadanía requirente a domicilio, en este punto se debe aclarar que en el Cantón no existen oficinas específicas que brinden éstos servicios es así que los oferentes locales y no locales visitan a sus clientes a domicilio o a su vez es el cliente quién se acerca a solicitar los servicios de los mismos en su domicilio o en la Ciudad de Ibarra dónde funcionan las oficinas, en este tipo de servicios por sus características no existen intermediarios generándose una relación directa entre el proveedor del servicio y el cliente.

En lo referente al Servicio de Internet y sus derivados se ha podido comprobar que los mismo se prestan en locales ubicados en las calles principales y secundarias del Cantón, en la mayoría de éstos centros se realizan varias actividades económicas a la vez entre ellas servicios

telefónicos, papelería, bazares, entre otros, la relación con el cliente es directa por cuanto la cadena comercial se reduce al dotador del servicio, el oferente y el cliente.

### 3.8.5. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se tomará como base el registro de Patentes Comerciales e Industriales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Pimampiro de los años 2009, 2010 y 2011. (Véase, Anexo 8)

#### EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA COMPETENCIA

AÑO	SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS	TASA DE CRECIMIENTO %	SERVICIOS DE INTERNET Y DERIVADOS	TASA DE CRECIMIENTO %
2009	4		8	
2010	5	0,2500	10	0,2500
2011	6	0,2000	12	0,2000
<b>TOTAL</b>		<b>0,4500</b>		<b>0,4500</b>

#### CUADRO N° 27

Elaborado por: La Autora

Fuente: Registro de Patentes Comerciales e Industriales Cantón Pimampiro

En base al cuadro anterior se procedió a estimar la tasa de crecimiento (i) expresada a continuación:

#### 3.8.5.1. CÁLCULO DE LA TASA PROMEDIO

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,4500}{2} = 0,2250 * 100 = 22,50\%$$

#### 3.8.5.2. FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DE PROYECCIONES DE OFERTA

$$Q_n = Q_o(1+i)^t$$

Donde,

$Q_n$  = Producción Futura

$Q_o$  = Producción inicial

i = Tasa de crecimiento

t = Período de observación

**a) PROYECCIÓN DE LA OFERTA AÑO 2012**

**Servicios de Asesoría Financiera**

$$Q_{2012} = Q_{2011} (1+0,2250)^1$$

$$Q_{2012} = 6(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2012} = 7$$

**Servicios de Internet**

$$Q_{2012} = Q_{2011} (1+0,2250)^1$$

$$Q_{2012} = 12(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2012} = 15$$

**b) PROYECCIÓN DE OFERTA AÑO 2013**

**Servicios de Asesoría Financiera**

$$Q_{2013} = Q_{2012}(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2013} = 7(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2013} = 9$$

**Servicios de Internet**

$$Q_{2013} = Q_{2012}(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2013} = 15(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2013} = 18$$

**c) PROYECCIÓN DEN OFERTA AÑO 2014**

**Servicios de Asesoría Financiera**

$$Q_{2014} = Q_{2013}(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2014} = 9(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2014} = 11$$

**Servicios de Internet**

$$Q_{2014} = Q_{2013}(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2014} = 18(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2014} = 22$$

**d) PROYECCIÓN DE OFERTA AÑO 2015**

**Servicios de Asesoría Financiera**

$$Q_{2015} = Q_{2014}(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2015} = 11(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2015} = 13$$

**Servicios de Internet**

$$Q_{2015} = Q_{2013}(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2015} = 22(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2015} = 27$$

**e) PROYECCIÓN DE OFERTA AÑO 2016**

**Servicios de Asesoría Financiera**

**Servicios de Internet**

$$Q_{2016} = Q_{2015}(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2016} = Q_{2015}(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2016} = 13(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2016} = 27(1+0,2250)^1$$

$$Q_{2016} = 16 \quad Q_{2016} = 33$$

**3.8.5.3. OFERTA PROYECTADA POR CAPACIDAD DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

**OFERTA POTENCIAL SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS, TÉCNICOS Y DE APOYO VIRTUALES.**

<b>AÑO</b>	<b>Oferentes Potenciales Servicios Financieros</b>	<b>Capacidad de Prestación por Frecuencia de Uso del Servicio (Anual) Clientes (35) x Frecuencia anual (2 prestaciones)</b>	<b>Oferentes Potenciales Servicios Internet</b>	<b>Capacidad de Prestación por Frecuencia Uso del Servicio (Anual) Oferentes x Equipos (7) x (1680 horas)</b>
2012	7	490	15	176.400
2013	9	630	18	211.680
2014	11	770	22	258.720
2015	13	910	27	317.520
2016	16	1.120	33	388.080

**CUADRO N° 28**

**Elaborado por:** La Autora.

**Fuente:** Registro de Patentes Comerciales e Industriales Cantón Pimampiro

### 3.9. ANÁLISIS DE PRECIOS

#### 3.9.1. PRECIOS ACTUALES

Mediante observación directa y opinión de expertos se determinó que los precios de los servicios fuente del presente proyecto se encuentran en los siguientes rangos:

#### PRECIO DE LOS SERVICIOS.

SERVICIO	PRECIO	OBSERVACIONES
Servicio de Internet	0,60 y 0,70	Este servicio tiene un costo más económico en infocentros municipales (\$0,60) que en negocios de carácter privado (\$0,70), sin embargo se ha mantenido constante hace aproximadamente 3 años atrás. Valor por hora.
Servicios Tributarios	10,00	Depende del impuesto a declarar, cantidad de facturas y otros criterios que pueden modificarlo al alza o baja.
Servicios Contables	200,00	Se analiza el tipo de negocio y la frecuencia de operaciones, puede variar de acuerdo a la magnitud de las operaciones. Valor mensual.
Asesoría en Proyectos	10,00	Valor por hora, puede variar de acuerdo al tipo de asesoría requerida.

#### CUADRO N° 29

**Elaborado por:** La Autora.

**Fuente:** Observación Directa

#### 3.9.2. COMPORTAMIENTO DEL PRECIO

A través de información suministrada por los oferentes y mediante un análisis evolutivo del mercado se ha determinado que en lo referente al Servicio de Internet los precios se han mantenido constantes, por cuanto se basan en la capacidad de pago de los clientes que son mayoritariamente estudiantes, en cuanto a los Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo se puede manifestar que sus precios dependen de la interacción oferta-demanda y al tipo de trámite que se requiera efectuar, sus precios son equilibrados al nivel de especialización que se requiera aunque los oferentes han determinado tarifas generales

para ciertos servicios con el fin de estandarizar y dar términos de referencia para cada uno de los servicios ofertados.

### **3.9.3. PRECIO DE LOS SERVICIOS**

A través de información obtenida en la aplicación de encuestas y entrevistas el precio tentativo que se fijará para los servicios son los siguientes: Servicio de Internet \$0,60 centavos la hora, Servicios Tributarios \$10,00 por declaración pudiendo este valor ser mayor o menor dependiendo del flujo de facturación, Asesoría en Proyectos \$10,00 la hora, Servicios Contables \$ 200,00 mensuales este valor puede ser mayor o menor dependiendo del tamaño operativo del negocio, Asesoría Administrativa \$10 a \$50 dependiendo el producto solicitado, Capacitación y otros similares \$ 200,00 este valor dependerá del cliente, temática, duración del curso, localización u otros factores.

### **3.10. ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES**

#### **3.10.1. PRINCIPALES PROVEEDORES**

Para el Servicio de Internet se ha determinado como proveedor principal a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones cuyos planes corporativos, costos y apoyo técnico resultan muy convenientes para las necesidades actuales del proyecto, en lo referente a equipos informáticos se designó como proveedor a World Computers cuya oferta económica y técnica reúne las especificaciones tecnológicas establecidas, ambos proveedores tienen sus locales en la ciudad de Ibarra ubicación conveniente para las necesidades de aprovisionamiento del proyecto.

Para los Servicios Administrativos y Financieros se ha determinado como proveedor a la Empresa Tributar Ya con su Software Contable DEBI 2012 y DEBIConta por cuanto las especificaciones del sistema se ajustan a las necesidades de la población objetivo y cumplen con la normativa legal vigente, para el diseño de las instalaciones en lo referente a mobiliario de ha escogido a Línea Nueva Inmobiliario Cía. Ltda., los Suministros de

Oficina se adquirirán en papelerías locales para dinamizar la economía del sector.

Cabe destacar que a medida que el Proyecto se vaya ejecutando se buscaran relaciones con proveedores de diversa índole dando prioridad en primera instancia a la producción local para luego evaluar ofertas en ciudades anexas.

### **3.10.2. CALIDAD DE LOS INSUMOS**

Los insumos a ser utilizados para la prestación de los diversos servicios fuente de este proyecto serán de calidad, tecnología, innovación y sobre todo velocidad (Servicio de Internet), que garanticen la oportunidad y suficiencia que el cliente potencial requiera para satisfacer sus necesidades inmediatas, para cada uno de los servicios se buscará proveedores que garanticen los parámetros de calidad implantados, con asesoría técnica inmediata para servicios como Internet que requieren un correcto funcionamiento. El presente proyecto busca generar una imagen de tecnología e innovación por ello los insumos base para su operatividad serán debidamente seleccionados para garantizar continuidad, eficiencia, calidad, oportunidad y así lograr fidelización en los clientes brindando un servicio personalizado y ajustado a sus necesidades inmediatas.

### **3.10.3. PRECIO DE LOS INSUMOS**

En lo referente a precios de los insumos se detallará en forma individual en los estudios técnico y económico, sin embargo en este punto se puede especificar que el presente proyecto cuya principal característica es la especialización tecnológica buscará insumos de alta calidad, concentrándose en su efectividad más no en el costo, con ello se pretende manifestar que no se buscará una inversión limitada a precios sino una inversión de calidad que permita al negocio surgir y competir por clientes potenciales.

### **3.11. COMERCIALIZACIÓN**

#### **3.11.1. SERVICIOS A OFRECER**

Los servicios a ofrecer son: Servicios de Internet con un total de equipos de 9 cada uno dotado con los accesorios necesarios para operaciones en la Web y Sistema Operativo; Servicios Tributarios personalizados para cada cliente en lo referente a declaración de impuestos, trámites con el SRI, solicitud de devolución de impuestos y otros de la misma naturaleza; Servicios Contables ajustado a cada tipo de actividad comercial o industrial manejada por un sistema o si el cliente lo prefiere se automatizará sus registros en el programa Microsoft Office Excel; Servicios Técnicos y de Apoyo refiriéndose a asesoría en proyectos de cualquier clase, construcción de herramientas administrativas como manuales, organigramas, reglamentos, planificación, entre otras, capacitaciones en temas económicos, financieros e informáticos y otros que se deriven de los mismos.

Cada uno de los servicios será personalizado de acuerdo a las necesidades de los clientes, se garantizará la especialización, aplicación de TIC's y otras herramientas tecnológicas a ser explotadas con el fin de establecer estándares de calidad y contribuir al Desarrollo Local enfatizando el crecimiento tecnológico.

#### **3.11.2. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD**

Para promocionar los diversos servicios fuente de este proyecto se utilizarán medios locales como la radio y el perifoneo cuya aceptación a nivel de población es bastante adecuada para garantizar la interacción oferta-demanda requerida para negocios iniciales, sumado a esto se desarrollará publicidad escrita a través de afiches y trípticos con información clave que proporcione al cliente objetivo la información necesaria para contactarnos, como se ha mencionado anteriormente el presente proyecto involucra el aprovechamiento máximo de las tecnologías de información y comunicación por lo que como estrategia de

publicidad se crearán páginas en redes sociales como Facebook, Twitter, así como también un blog en el que se incluirá información relevante y actualizaciones periódicas con el fin de mantener un contacto directo con clientes potenciales.

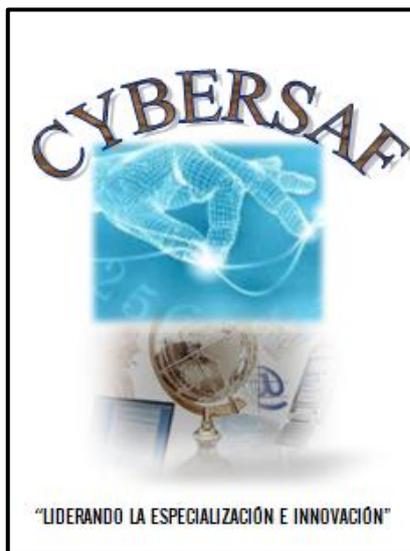
Es necesario mencionar que se emplearán también técnicas de mercadeo enfatizadas en la presentación y adecuación del local de prestación del servicio, se pretende en este aspecto dar una imagen tecnológica que despierte en el cliente expectativas superiores a las clásicas, una imagen de profesionalismo y desarrollo, de personalización y exclusivas que permitan al cliente desenvolverse en una atmósfera diferente enfocada al perfeccionismo, calidad y suficiencia técnica de cada uno de los servicios, para ello se pretende limitar adecuadamente el espacio físico, colocar banners informativos, contar con equipos y muebles de oficina adecuados, es decir generar un espacio agradable que supere las expectativas del cliente, genere valor agregado y con ello permita superar a la competencia existente.

### **3.11.3. CREACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA**

#### **3.11.3.1. DISEÑO DEL LOGO EMPRESARIAL**

Con la finalidad de posicionar a la microempresa en el mercado meta se ha procedido a elaborar un logo que combine las características de los servicios, sea llamativo y sobretodo marque tendencia al mantenerse en la mente del cliente objetivo.

## LOGO EMPRESARIAL



**FIGURA N° 4**

Elaborado por: La Autora.

### 3.11.3.2. SLOGAN DEL SERVICIO

El Slogan de los servicios fuente del presente proyecto será: “Liderando la Especialización e Innovación Tecnológica”.

### 3.11.4. CANALES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Mediante observación directa y resultados de investigación primaria (Encuestas) se logró determinar que los servicios fuente del presente proyecto se prestarán directamente al cliente en un local ubicado en el Parque 24 de Mayo, sin embargo es necesario aclarar que en Servicios Contables y Tributarios se dejará a criterio del cliente la factibilidad de acudir al domicilio empresarial o personal para prestar el servicio, todo ello dependerá de las necesidades y requerimientos del usuario.

Como el proyecto contempla diversos servicios se analizará cada situación en forma particular para determinar la factibilidad de atender al cliente en las oficinas o caso contrario buscar un espacio adecuado para garantizar eficiencia y oportunidad, el cliente podrá consultar al personal

técnico cuando lo requiera ya sea en persona, vía telefónica, por internet u otro medio que considere conveniente para subsanar cualquier inquietud, acceder a nuevos servicios u otros que le permitan satisfacer sus necesidades inmediatas.

### 3.12. BALANCE OFERTA DEMANDA

#### BALANCE OFERTA – DEMANDA

Año	Oferta		Demanda		Demanda Potencial a Satisfacer	
	Servicios Administrativos y Financieros	Servicio de Internet	Servicios Administrativos y Financieros	Servicio de Internet	Servicios Administrativos y Financieros	Servicio de Internet
2012	490	176.400	1.350	799.680	860	623.280
2013	630	211.680	1.364	818.880	734	607.200
2014	770	258.720	1.378	838.560	608	579.840
2015	910	317.520	1.392	858.624	482	541.104
2016	1.120	388.080	1.406	879.264	286	491.184

#### CUADRO N° 30

Elaborado por: La Autora

Fuente: Proyección Oferta y Demanda

De acuerdo al cuadro anterior existe factibilidad de mercado para brindar Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo Virtuales en la Provincia de Imbabura específicamente en el Cantón Pimampiro por cuanto impera una demanda potencial a satisfacer, misma que puede ser aprovechada como nicho de mercado.

Cabe destacar que los Servicios de Asesoría no tienen competencia directa por lo que aun cuando no hubiera existido demanda potencial a satisfacer, el proyecto sería factible en el mercado debido a sus características de diferenciación que constituyen valor agregado.

Además se espera lograr una influencia de los servicios fuera del mercado local con miras de introducción en diversos mercados nacionales garantizando así un proceso eficiente de expansión.

### **3.13. PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO EN EL MERCADO**

De acuerdo a los datos del cuadro anterior podemos comprobar que existe demanda potencial a satisfacer para el año actual de 860 prestaciones para Servicios Administrativos Financieros y de 623.380 horas para Servicios de Internet, considerando nuestra Capacidad Operativa de Prestación de Servicios vamos a participar en el mercado con 300 prestaciones para Servicios Administrativos Financieros (50 clientes potenciales, 6 prestaciones al año) y 15.120 horas para Servicios de Internet (9 equipos, 140 horas mensuales), lo cual representa los porcentajes de 34,88% y 2,43% respectivamente de participación de la demanda potencial a satisfacer en el mercado.

### **3.14. CONCLUSIONES**

**3.14.1.** Los Servicios existentes en el mercado son de calidad, sin embargo no cuentan con la especialización necesaria para satisfacer al cliente en todos sus requerimientos, se puede notar además que el espacio físico para algunos servicios (Internet) no es adecuado y en lo referente a Servicios Administrativos y Financieros no cuentan con establecimientos en la localidad.

**3.14.2.** La demanda potencial para los Servicios fuente de este proyecto es amplia por cuanto el Cantón Pimampiro es productivo por naturaleza lo que ha permitido la existencia de varios negocios en la localidad que día a día interactúan económicamente generando la oportunidad de implementar negocios Administrativos y Financieros que les permitan cumplir con las disposiciones legales vigentes en el país, sumado a esto la necesidad e interés de la población respecto a servicios virtuales como el internet.

- 3.14.3.** La oferta de Servicios Financieros y Administrativos así como Virtuales (Internet) es amplia en la localidad, generando un índice considerable de competencia sin embargo problemas concretos como la falta de especialización, espacio físico inadecuado, combinación de negocios no relacionados ha generado una falta de desarrollo evidente en la competencia que puede ser aprovechada para generar el presente Proyecto y constituir un nicho factible de mercado.
- 3.14.4.** El precio de los servicios en el mercado está determinado por el libre juego de la oferta y la demanda, se mantiene constante y estandarizado para la mayoría de los negocios locales, sin embargo tiende a variar considerando el tipo de servicio y los requerimientos del cliente.
- 3.14.5.** El presente Proyecto cuenta con una amplia gama de proveedores tanto en la Provincia como en el país, garantizando el abastecimiento oportuno de insumos (bienes y servicios) sin necesidad de importación.
- 3.14.6.** La vía más adecuada para prestar los Servicios es contar con un establecimiento adecuado en un punto estratégico de Cantón, en el cuál el cliente puede disponer de varios servicios simultáneamente, sin embargo de ser requerido por el usuario se trabajará a domicilio de acuerdo a requerimientos previamente establecidos para el caso.
- 3.14.7.** El proyecto propuesto tiene factibilidad de mercado debido a la existencia de demanda potencial a satisfacer, sumado a eso el interés manifestado por los clientes para cada uno de los servicios así como también la disposición gubernamental por fortalecer el aspecto tecnológico a través de las TIC's ha terminado contribuyendo grandes posibilidades de incursionar no solo en el mercado local sino también a nivel nacional.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

##### 4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto tienen su macrolocalización en el norte del país específicamente en la Provincia de Imbabura la cual limita al norte con la Provincia del Carchi por medio del río Mira, al oeste con la Provincia de Esmeraldas, al este con la Provincia de Sucumbíos y al sur con la Provincia de Pichincha, de la que le separa el curso del río Guayllabamba, su superficie es de 4.559 km<sup>2</sup>, con una población de 398.244 habitantes (censo poblacional año 2010).

La Provincia de Imbabura posee varios tipos de climas, la temperatura media anual oscila entre 9,9°C (Estación Meteorológica Iruguincho) y 22,9°C (Estación Meteorológica Lita), los rangos de precipitación media anual varían entre 310,3mm (Estación Meteorológica Salinas) y 3.598mm (Estación Meteorológica Lita). Su relieve es irregular, los rangos de altitud oscilan entre 600msnm, en la parte baja del río Guayllabamba, y los 4.939 msnm en la cima del volcán Cotacachi.

#### MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



FIGURA N° 5

Fuente: [www.imbabura.gob.ec](http://www.imbabura.gob.ec)

## 4.1.2. MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

### 4.1.2.1. POSIBLE SITIOS DE LOCALIZACIÓN

Sector 1. (A) “Local ubicado en la Calle Flores” (Cantón Pimampiro)

Sector 2. (B) “Local ubicado en la Calle Paquisha” (Cantón Pimampiro).

Sector 3. (C) “Local Ubicado en la Calle Bolívar” (Cantón Pimampiro)

### 4.1.2.2. MATRIZ DE FACTORES

#### MATRIZ DE FACTORES MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTORES	LOCAL CALLE FLORES	LOCAL CALLE PAQUISHA	LOCAL CALLE BOLÍVAR
<b>1. INFRAESTRUCTURA Y ESPACIO FÍSICO</b>			
DISPONIBILIDAD DE ESPACIO FÍSICO	5	3	4
ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS	5	5	5
ESTADO DE LAS INSTALACIONES	5	4	5
FACULTAD PARA REALIZAR MEJORAS	5	3	5
<b>SUBTOTAL UNO</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>19</b>
<b>2. FACTOR COMERCIAL</b>			
UBICACIÓN ESTRATÉGICA	5	3	3
VÍAS DE ACCESO	5	5	5
COSTO DE ARRENDAMIENTO	4	3	3
CERCANÍA A ENTIDADES DE SEGURIDAD	5	3	3
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	5	5	5
<b>SUBTOTAL DOS</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>19</b>
<b>3. FACTORES DE PRODUCCIÓN</b>			
DISPONIBILIDAD DE INSUMOS	5	5	5
DISPONIBILIDAD DE PERSONAL	5	5	5
CERCANÍA MERCADO META	4	4	4
<b>SUBTOTAL TRES</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>4. FACTORES AMBIENTALES</b>			
AUSENCIA DE CONTAMINACIÓN DE OLORES	5	3	4

AUSENCIA DE CONTAMINACIÓN POR RUIDO	4	2	3
<b>SUBTOTAL CUATRO</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>7</b>
<b>5. FACTORES LEGALES</b>			
ORDENANZAS MUNICIPALES	5	5	5
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	5	5	5
LEY DE TELECOMUNICACIONES	5	5	5
NORMATIVA TRIBUTARIA, CONTABLE, ASOCIATIVA.	5	5	5
<b>SUBTOTAL CINCO</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>
<b>TOTAL</b>	<b>87</b>	<b>73</b>	<b>79</b>

**CUADRO N° 31**

Elaborado por: La Autora

**4.1.2.3. MATRIZ DE FACTORES PONDERADOS**

**MATRIZ DE FACTORES PONDERADOS MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS**

FACTORES	PONDERACIÓN	LOCAL CALLE FLORES	LOCAL CALLE PAQUISHA	LOCAL CALLE BOLÍVAR
<b>1. INFRAESTRUCTURA Y ESPACIO FÍSICO</b>				
DISPONIBILIDAD DE ESPACIO FÍSICO	10%	0,50	0,30	0,40
ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS	5%	0,25	0,25	0,25
ESTADO DE LAS INSTALACIONES	10%	0,50	0,40	0,50
FACULTAD PARA REALIZAR MEJORAS	5%	0,25	0,15	0,25
<b>SUBTOTAL UNO</b>	<b>30%</b>	<b>1,50</b>	<b>1,10</b>	<b>1,40</b>
<b>2. FACTOR COMERCIAL</b>				
UBICACIÓN ESTRATÉGICA	15%	0,75	0,45	0,45
VÍAS DE ACCESO	7%	0,35	0,35	0,35
COSTO DE ARRENDAMIENTO	3%	0,12	0,09	0,09
CERCANÍA A ENTIDADES DE SEGURIDAD	3%	0,15	0,09	0,09
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	2%	0,10	0,10	0,10
<b>SUBTOTAL DOS</b>	<b>30%</b>	<b>1,47</b>	<b>1,08</b>	<b>1,08</b>
<b>3. FACTORES DE PRODUCCIÓN</b>				
DISPONIBILIDAD DE INSUMOS	7%	0,35	0,35	0,35
DISPONIBILIDAD DE PERSONAL	8%	0,40	0,40	0,40
CERCANÍA MERCADO META	5%	0,20	0,20	0,20

<b>SUBTOTAL TRES</b>	<b>20%</b>	<b>0,95</b>	<b>0,95</b>	<b>0,95</b>
<b>4. FACTORES AMBIENTALES</b>				
AUSENCIA DE CONTAMINACIÓN DE OLORES	5%	0,25	0,15	0,20
AUSENCIA DE CONTAMINACIÓN POR RUIDO	5%	0,20	0,10	0,15
<b>SUBTOTAL CUATRO</b>	<b>10%</b>	<b>0,45</b>	<b>0,25</b>	<b>0,35</b>
<b>5. FACTORES LEGALES</b>				
ORDENANZAS MUNICIPALES	2%	0,10	0,10	0,10
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	3%	0,15	0,15	0,15
LEY DE TELECOMUNICACIONES	2%	0,10	0,10	0,10
NORMATIVA TRIBUTARIA, CONTABLE Y DE SOCIEDADES	3%	0,15	0,15	0,15
<b>SUBTOTAL CINCO</b>	<b>10%</b>	<b>0,50</b>	<b>0,50</b>	<b>0,50</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>4,87</b>	<b>3,88</b>	<b>4,28</b>

**CUADRO N° 32**

**Elaborado por:** La Autora

#### **4.1.2.4. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO**

En base a los resultados obtenidos en los cuadros anteriores el proyecto estará localizado en el Cantón Pimampiro, en la Cabecera Cantonal del mismo nombre, por cuanto el sector juega un rol dinamizador en la economía del Cantón, es el centro administrativo donde se concentran los principales servicios privados y de administración pública, es el motor que articula y mueve la actividad económica del territorio cantonal.

Todas las parroquias tienen una relación directa con la cabecera cantonal, están unidas por diferentes vías carrozables, hay una unidad geográfica entre ellas, pues es a través de Pimampiro que las tres parroquias se enlazan a la dinámica regional y nacional.

## MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN PIMAMPIRO

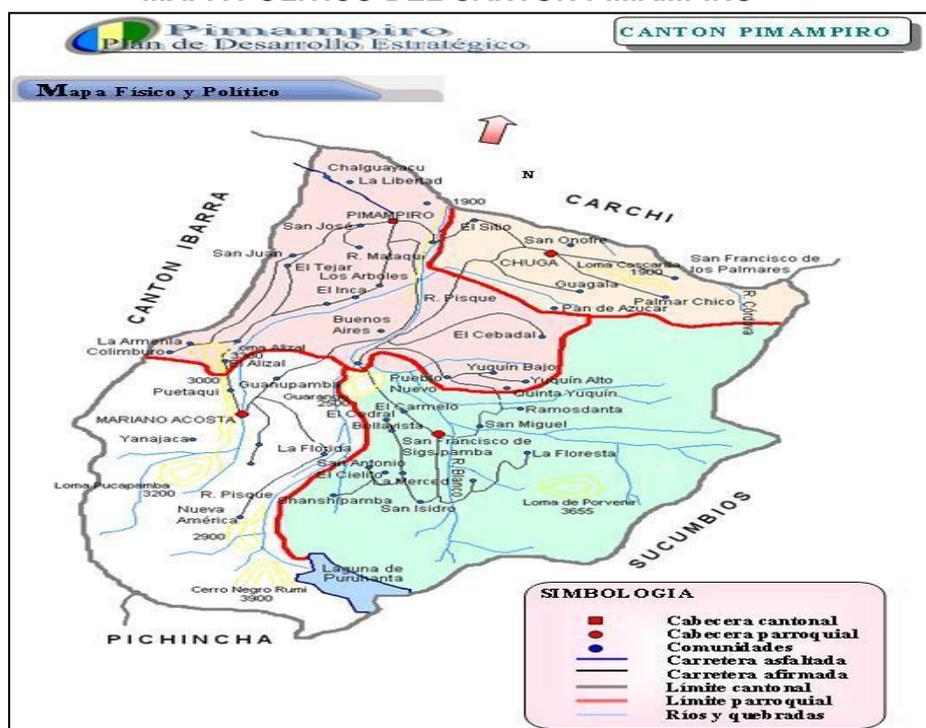


FIGURA N° 6

Fuente: [www.pimampiro.org](http://www.pimampiro.org)

### 4.1.3. UBICACIÓN DEL CENTRO PRODUCTIVO

#### 4.1.3.1. UBICACIÓN DE LA PLANTA

Para fines del presente proyecto y en base a la ponderación de factores se determinó como ubicación adecuada el local situado en la Calle Flores de la Parroquia Pimampiro. Este sector presenta características adecuadas para llevar a cabo con éxito el proyecto entre ellas se encuentran el fácil acceso, cercanía a dependencias de servicios y sobretodo su localización céntrica y estratégica que lo hace atractivo para los clientes potenciales.

#### 4.1.3.2. CROQUIS DE UBICACIÓN DEL LOCAL DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

##### CROQUIS DE UBICACIÓN DEL LOCAL

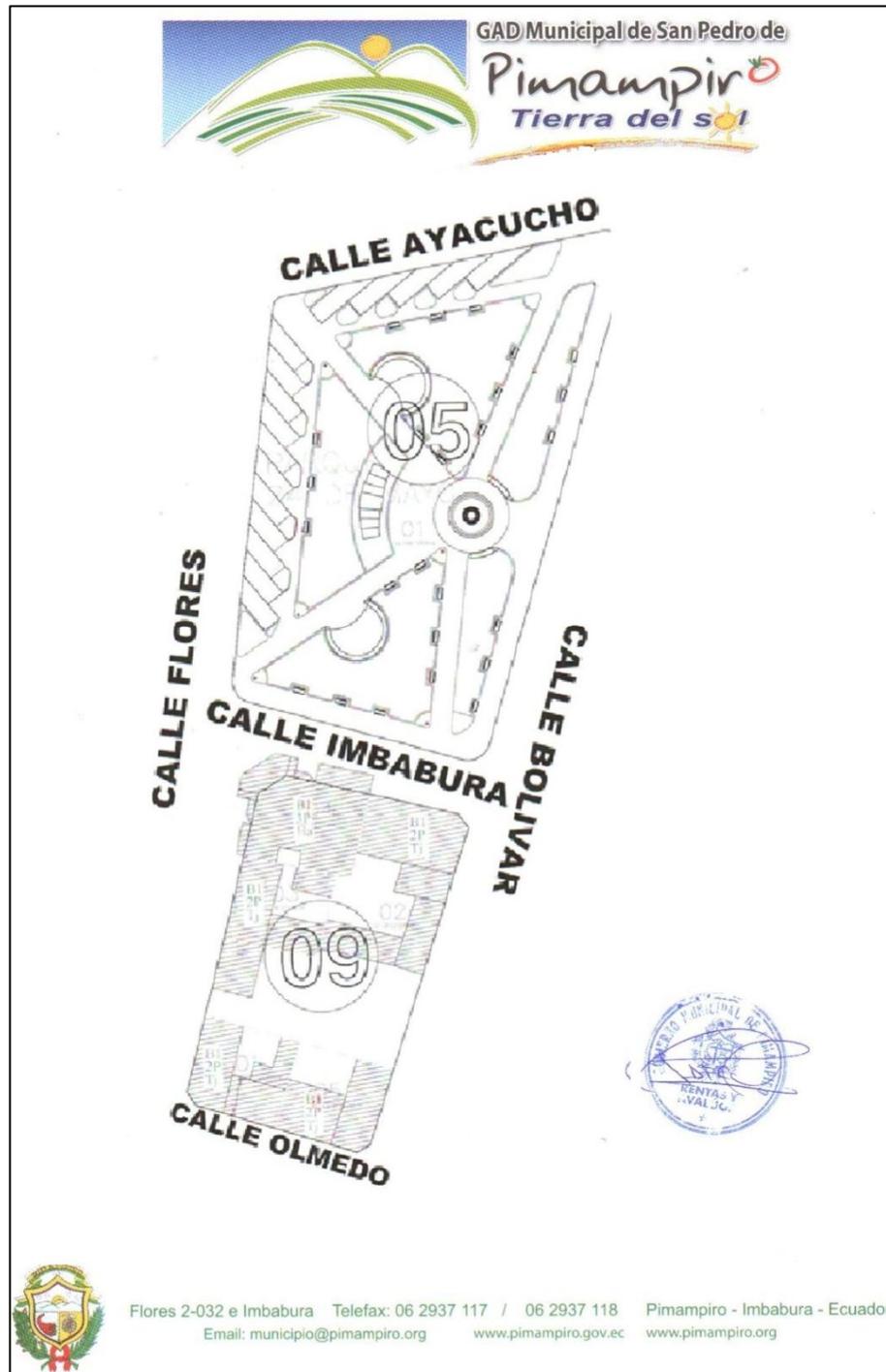


FIGURA N° 7

Fuente: Departamento Rentas y Avalúos GAD Municipio Pimampiro

#### **4.1.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

El objetivo del diseño de la planta es distribuir las áreas en el terreno disponible, de forma que se minimicen los recorridos de materiales y que haya seguridad y bienestar para los trabajadores. La distribución debe tomar en cuenta todas las zonas de la planta y no solo la de prestación del servicio; y la distribución que se proponga debe brindar la posibilidad de crecer físicamente, es decir, contemplar futuras expansiones.

##### **4.1.4.1. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES**

Para efectos del presente proyecto se ha elegido un local que permita diferenciar las dos modalidades de prestación de servicios planteadas, delimitando el espacio físico en secciones claramente definidas, por lo que se ha visto adecuado ubicar el servicio de Internet así como la Recepción en la planta baja mientras que los Servicios Administrativos y Financieros se localizarán en la planta alta, todo ello para brindar una imagen personalizada de Atención al Cliente individualizando cada servicio para evitar interferencias.

Con las premisas anteriores se procede a proponer un plano a escala dónde se muestra la distribución que tendrá la planta completa, se podrá observar que el local de prestación de los servicios ha sido diseñado para tener gran flexibilidad con miras de expansión y adaptación a nuevos procesos.

## DISEÑO DE LAS INSTALACIONES PLANTA BAJA



**FIGURA N° 8**  
Elaborado por: La Autora

## DISEÑO DE LAS INSTALACIONES PLANTA ALTA



**FIGURA N° 9**  
Elaborado por: La Autora

## **4.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

### **4.2.1. PROCESO DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**

#### **4.2.1.1. SERVICIOS DE INTERNET**

##### **a) CONTRATACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL SERVICIO**

En esta fase se realizan los contactos necesarios con el proveedor seleccionado para que dote el servicio así como la instalación, monitoreo y mantenimiento constante del mismo, considerando que la clave del éxito en este servicio es la conexión permanente y la velocidad. El personal encargado de esta sección debe vigilar que la conexión sea correcta cada vez que se inicie la prestación del servicio así como también poner en funcionamiento los ordenadores, programas y accesorios para satisfacer inmediatamente las necesidades del cliente potencial.

##### **b) DESBLOQUEO DEL ORDENADOR Y ACTIVACIÓN DEL PROGRAMA CONTROL DE CYBER**

Esta actividad inicia cuando el cliente potencial acude al local de prestación de servicio y manifiesta el deseo de acceder al mismo, en esta fase inicia propiamente la prestación por lo que el encargado seleccionará una computadora disponible a la que el cliente debe acudir, desbloqueará la PC e inmediatamente activará el contador de minutos y costo relativo al servicio, este procedimiento se repetirá las veces que sean necesarias hasta mantener en uso la capacidad máxima de computadoras instaladas.

##### **c) FINALIZACIÓN DEL USO DEL SERVICIO DE INTERNET Y POSIBILIDAD DE AMPLIACIÓN A SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

Al terminar el usuario de utilizar el servicio de internet acudirá a recepción dónde el encargado se dispondrá a recaudar los valores establecidos de conformidad con el programa control de cyber, el cliente potencial puede cancelar el servicio y finalizar la relación comercial o hacer uso de servicios complementarios como impresión, copiado, realización de trabajos en computadora, almacenamiento de datos,

consultas, capacitaciones, escaneo, etc., que se relacionen con el servicio, se encuentren en libre oferta y basado en un catálogo de precios previamente establecido.

#### **4.2.1.2. SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS**

##### **a) CONTRATACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DEL SERVICIO**

Para la puesta en marcha de los servicios de esta sección se procederá en primera instancia a descargarse de forma gratuita los programas DIMM Formularios y DIMM Anexos mismos que son la base fundamental para los Servicios Tributarios y que son proporcionados directamente por el Servicio de Rentas Internas, para los Servicios Contables se debe acudir al proveedor seleccionado y adquirir los Programa DEBIConta y DEBI 2012 con sus respectivas licencias los cuales cumplen los parámetros necesarios para la puesta en marcha de los servicios, para los Servicios de Asesoría en temas Administrativos y de Proyectos no se utilizarán programas específicos más bien se explotará las opciones de Microsoft Office con el fin de automatizar y aprovechar esas herramientas tecnológicas.

Es necesario destacar que para cada uno de éstos servicios se requiere además el uso de Internet por lo que los ordenadores de esta sección también tendrán conexión a la Red para que puedan acceder a las páginas web y servicios en línea de las Entidades de Regulación y Control del país.

##### **b) FASE DE INFORMACIÓN Y NEGOCIACIÓN**

Una vez habilitado cada uno de los Servicios mencionados anteriormente, el cliente potencial acudirá a nuestro local manifestando su predisposición para acceder a la gama de servicios ofertados, en ese instante se le describirá claramente en que consiste cada servicio y se le entregará folletos informativos para que palpe de mejor manera el funcionamiento de los mismos, si el cliente se decide por uno de los servicios ofertados se le informará costos y se le solicitará algunos datos

de referencia para determinar el procedimiento a seguir de acuerdo a su actividad comercial o necesidad.

**c) DESIGNACIÓN DE FUNCIONARIO Y RECEPCIÓN DE DOCUMENTACIÓN.**

Considerando que el cliente ha decidido optar por cualquiera de los servicios definidos en el literal a, el encargado de recepción solicitará al cliente potencial documentación inicial que le permita definir el tipo de servicio requerido, con éstos datos se procederá a designar un funcionario disponible que se hará cargo de la cuenta (cliente potencial) para registrar sus requerimientos y brindar el servicio inmediatamente.

**d) PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

En esta fase el funcionario designado se entrevistará con el cliente potencial las veces que se consideren necesarias, registrará sus requerimientos y realizará una propuesta económica sujeta a negociación, si el cliente la considera favorable se elaborará un contrato que de legalidad a la contratación y se empezará con el trabajo determinado, es importante resaltar que en esta fase se llegarán a acuerdos sobre el lugar de prestación del servicio, forma de pago, alcance del servicio, reportes finales, duración, y otros propios de la etapa de negociación que en esta fase se dan por hecho y se asumen de mutuo acuerdo.

El funcionario designado tendrá a su disposición todas las herramientas tecnológicas (sistemas y programas) así como también suministros y materiales que le permitan sistematizar adecuadamente la información y realizar su trabajo conforme los requerimientos señalados previamente.

**e) RECEPCIÓN DEFINITIVA DEL SERVICIO Y CANCELACIÓN**

Constituye la etapa final del Servicio en la que cada funcionario tendrá un acercamiento final con el cliente asignado, entregará el trabajo solicitado de forma íntegra, completa, en los plazos establecidos y cumpliendo con todos los requisitos previos procurando conseguir la fidelización y confianza del cliente, es necesario recalcar que el éxito

consiste en captar la mayor cantidad de clientes potenciales en cada uno de los servicios propuestos, en esta fase se abre la posibilidad de mantener futuras relaciones y seguir prestando por más tiempo servicios al mismo cliente o al contrario aplicar estrategias para nuevas captaciones.

#### **4.2.2. TECNOLOGÍA**

El presente Proyecto se basa específicamente en el fortalecimiento, uso adecuado, difusión e implementación de Servicios que se basen en TIC's (Tecnologías de Información y Comunicación) que en la actualidad se han convertido en una herramienta poderosa en varios sectores de la Sociedad por su impacto y sus grandes beneficios.

Hoy las TIC's abarcan toda la cadena de valor de un negocio, sirviendo de apoyo para la toma de decisiones, de una manera mucho más rápida y acertada. Adicionalmente, la generación de más información a lo largo del desarrollo de las actividades de una compañía hace posible el uso de más variables para poder analizar o controlar un negocio de manera más acertada. Es por ello que se pretende garantizar una imagen de personalización e innovación tecnológica ajustada a los estándares básicos de Desarrollo e Innovación.

##### **4.2.2.1. TECNOLOGÍA EN SERVICIOS DE INTERNET**

Para los Servicios de Internet se contará con equipos informáticos de calidad, equipados con componentes y accesorios ajustados a las necesidades actuales del cliente, los cuales le permitan interactuar al máximo en la Red, realizar trabajos académicos en programas instalados para el efecto, tener acceso a redes sociales, juegos en línea, video llamada y video conferencia, educación virtual a distancia, consulta general, descarga de archivos, creación de páginas web, entre otros, garantizando así la imagen de innovación tecnológica.

Es importante recalcar que los equipos informáticos parte del Servicio de Internet cumplirán con los estándares de telecomunicaciones referentes al Cableado Estructurado, por cuanto se espera modificaciones ya sea por diseño o por expansión del negocio.

#### 4.2.2.2. TECNOLOGÍA EN SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS

Para los Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y Apoyo Virtuales se contará con Software específicos para cada uno de ellos, utilizando las herramientas tecnológicas proporcionadas por las Entidades de Control y las que se contraten para atender adecuadamente los requerimientos del Usuario, además se aprovecharan al máximo las aplicaciones de los programas del paquete Microsoft Office para determinados servicios.

#### SOFTWARE CONTABLE DEBI

**Declare Bien Impuestos**

**DEBI 2012**

**DEBI** *Conta*

Cansad@ de llevar la contabilidad en excel...?  
De volver a registrar los anexos del Sri...?

Debi-conta te presenta una herramienta contable-tributaria que permite registrar:  
Ingresos - Egresos - Activos - Roles - Contabilidad - Anexos **SRI** y cumplir con toda la norma vigente.

Revisa nuestro catálogo de productos y precios. Esta herramienta te sirve para realizar tu trabajo de manera ágil, fácil y oportuna cumpliendo con todas tus obligaciones.

**DEBI NO OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD**

Primer software gratuito para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.  
Realiza tus registros de compras y ventas, llena tus formularios, presenta tus anexos de gastos personales, todo.....

**COMPLEMENTAMENTE GRATIS**

Descargando de [www.debi.ec](http://www.debi.ec) nuestro programa (Un apoyo a la comunidad de "Tributarya")

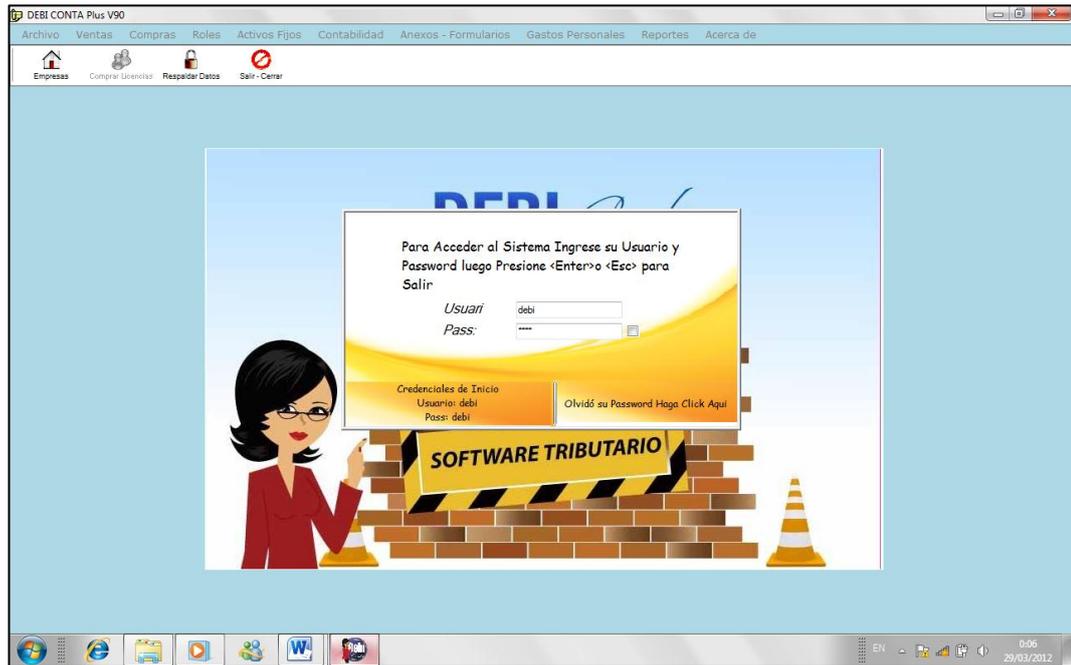
**DE CONTADORES PARA CONTADORES**

[www.debi.ec](http://www.debi.ec)  
062603102 o 062609017  
097656549  
084604350

**TRIBUTARYA**  
CONSULTORES TRIBUTARIOS Y CONTABLES

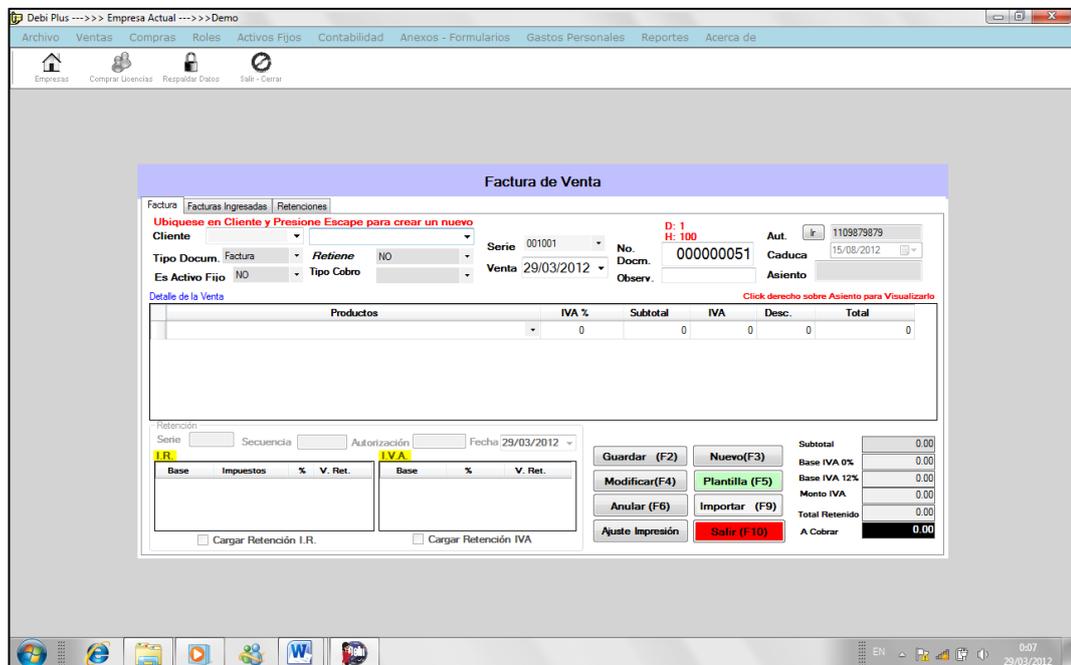
**FIGURA N° 10**  
Fuente: [www.debi.ec](http://www.debi.ec)

## SOFTWARE CONTABLE DEBI



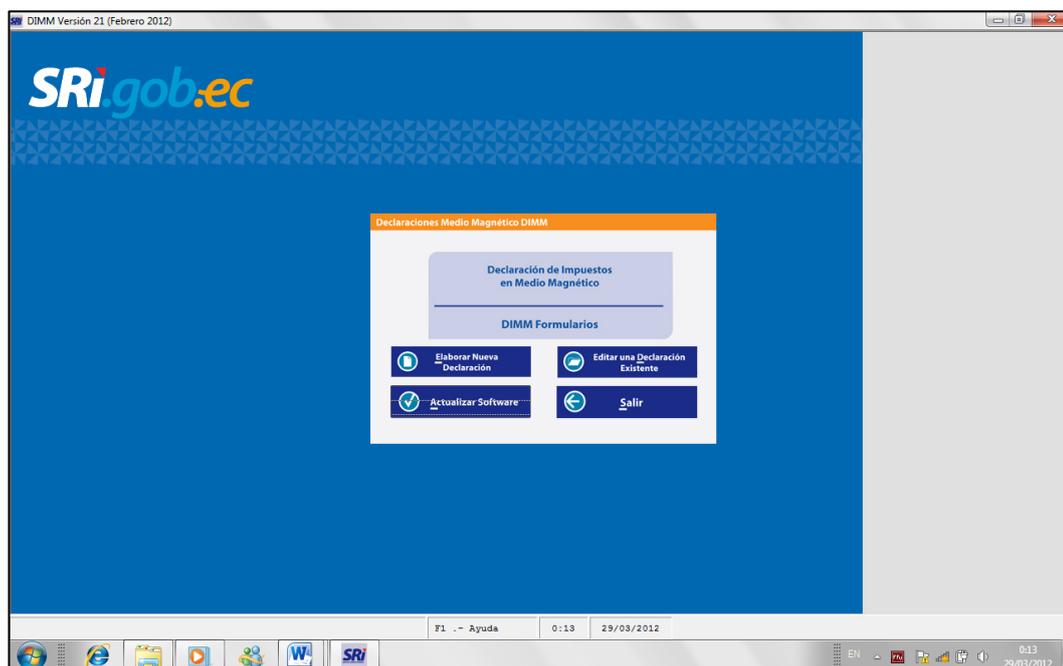
**FIGURA N° 11**  
Fuente: Software Contable DEBI Simulador

## SOFTWARE CONTABLE DEBI



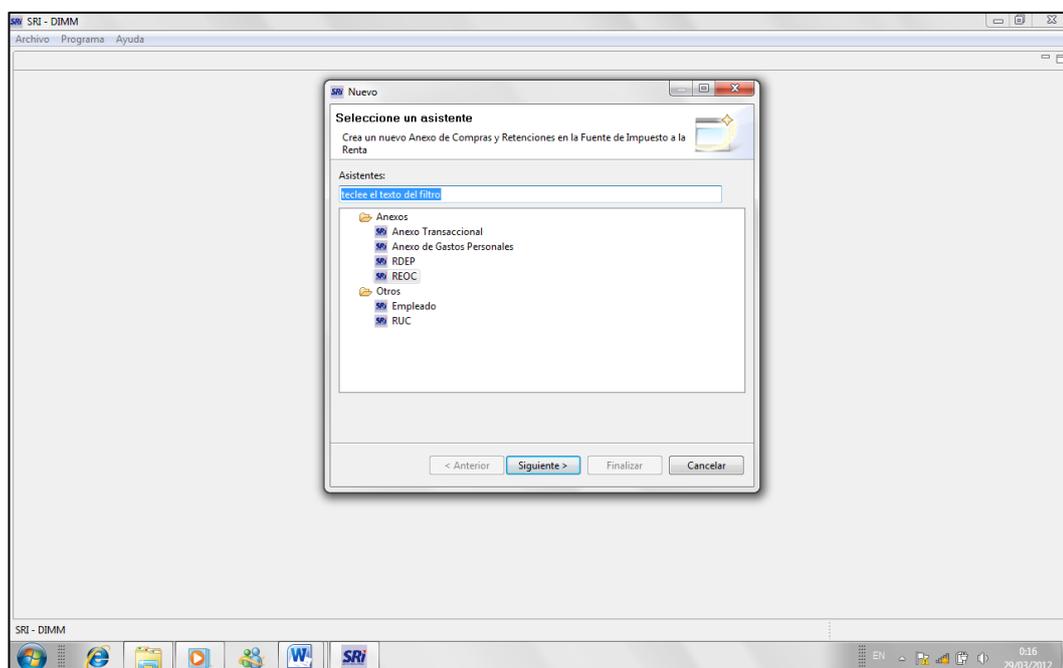
**FIGURA N° 12**  
Fuente: Software Contable DEBI Simulador

## SOFTWARE DIMM FORMULARIOS



**FIGURA N° 13**  
Fuente: Software Tributario DIMM Formularios

## SOFTWARE DIMM ANEXOS



**FIGURA N° 14**  
Fuente: Software Tributario DIMM Anexos

### 4.2.3. MAQUINARIA Y EQUIPO

El presente proyecto no requiere de maquinaria y equipos especializados, sin embargo los equipos informáticos elegidos para la prestación de cada servicio contarán con las características y especificaciones técnicas necesarias que permitan conservar una base de datos adecuada, instalar programas y sistemas, usar al máximo la Red, además contarán con los accesorios necesarios para que el Cliente potencial pueda acceder a cada aplicación en forma personalizada de acuerdo a sus requerimientos.

### 4.3. PRESUPUESTO TÉCNICO

#### 4.3.1. INVERSIONES FIJAS

Se entiende por inversión fija, a los bienes tangibles propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramienta y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante).

Todos los activos que componen la Inversión fija deben ser valorizados mediante licitaciones o cotizaciones pro forma entregados por los proveedores de equipos, maquinarias, muebles, enseres, vehículos, etc.

#### INVERSIÓN FIJA

CONCEPTO	COSTO
Equipos, sistemas y paquetes informáticos	7.560,00
Muebles de Oficina	2.300,00
Equipos de Oficina	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>10.010,00</b>

**CUADRO N° 33**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Facturas Proforma (Marzo, 2012)

#### 4.3.2. INVERSIONES DIFERIDAS

Constituida fundamentalmente por bienes intangibles que se caracterizan por ser inmateriales, al contrario de los bienes físicos. Son derechos o servicios adquiridos y como tales, no están sujetos a desgaste físico.

También se denominan Gastos Preoperativos o Gastos Dieridos y se refieren a egresos de dinero durante la fase previa a la operación del proyecto, en bienes o servicios intangibles; es decir inmateriales, ejemplo: Gastos de Organización de la Empresa, Estudios Experimentales, Patentes, Intereses Preoperativos, Gastos en Estudios de Preinversión, Entrenamiento de Personal, Gastos de Puesta en Marcha, etc.

##### INVERSIÓN DIFERIDA

CONCEPTO	COSTO
Gastos de Constitución	494,56
<b>TOTAL</b>	<b>494,56</b>

**CUADRO N° 34**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Facturas Proforma (Marzo, 2012)

#### 4.3.3. CAPITAL DE TRABAJO

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, ésta representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituirá activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos

como impuestos y algunos servicios y proveedores, y esto es pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de Capital de Trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.

Aunque el Capital de Trabajo también es una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental respecto de la inversión en activo fijo y diferido, y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. Esto implica que mientras al inversión fija y la diferida pueden recuperarse por la vía fiscal, mediante la depreciación y la amortización, la inversión en capital de trabajo no puede recuperarse por ese medio, puesto que, dada su naturaleza, la empresa se resarcirá de él a corto plazo.

#### **CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO</b>
<b>COSTOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>	
Servicio de Internet y Sistema Contable	555,20
Sueldo del Personal	292,00
Beneficios Sociales	96,31
Costos Indirectos (Servicios Básicos)	150,00
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1.093,51</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	
Sueldos del Personal	496,00
Beneficios Sociales	158,77
Suministros de Oficina	300,00
Arriendo del Local	150,00
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>1.104,77</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>	
Servicios de Publicidad	845,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>845,00</b>
<b>RESERVAS</b>	
5% Imprevistos	152,16
<b>TOTAL RESERVAS</b>	<b>152,16</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>3.195,44</b>

**CUADRO N° 35**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Facturas Proforma (Marzo, 2012)

#### 4.3.4. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, a esta concepción se debe incluir el capital de trabajo siempre y cuando la empresa inicie operaciones por primera vez.

A continuación se presenta un cuadro resumen dónde se especifica el costo total del proyecto a ser capitalizado por los socios fundadores para su puesta en marcha.

##### INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

CONCEPTO	COSTO
Inversión Fija	10.010,00
Inversión Diferida	494,56
Capital de Trabajo	3.195,44
<b>TOTAL INVERSIÓN PROYECTO</b>	<b>13.700,00</b>

**CUADRO N° 36**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Inversiones del Proyecto

#### 4.3.5. FINANCIAMIENTO

El presente proyecto para la creación de una Microempresa de Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo Virtuales requiere una inversión total de \$ 13.700,00 contando para ello con financiamiento propio equivalente al 100% dotado por los promotores del proyecto.

El aporte de los promotores en este caso dos accionistas se detalla en la siguiente tabla:

## FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

CONCEPTO	COSTO
APORTE DE SOCIOS FUNDADORES	
Autor del Proyecto (60%)	8.220,00
Socio Accionista (40%)	5.480,00
<b>TOTAL INVERSIÓN PROYECTO</b>	<b>13.700,00</b>

**CUADRO N° 37**

**Elaborado por:** La Autora

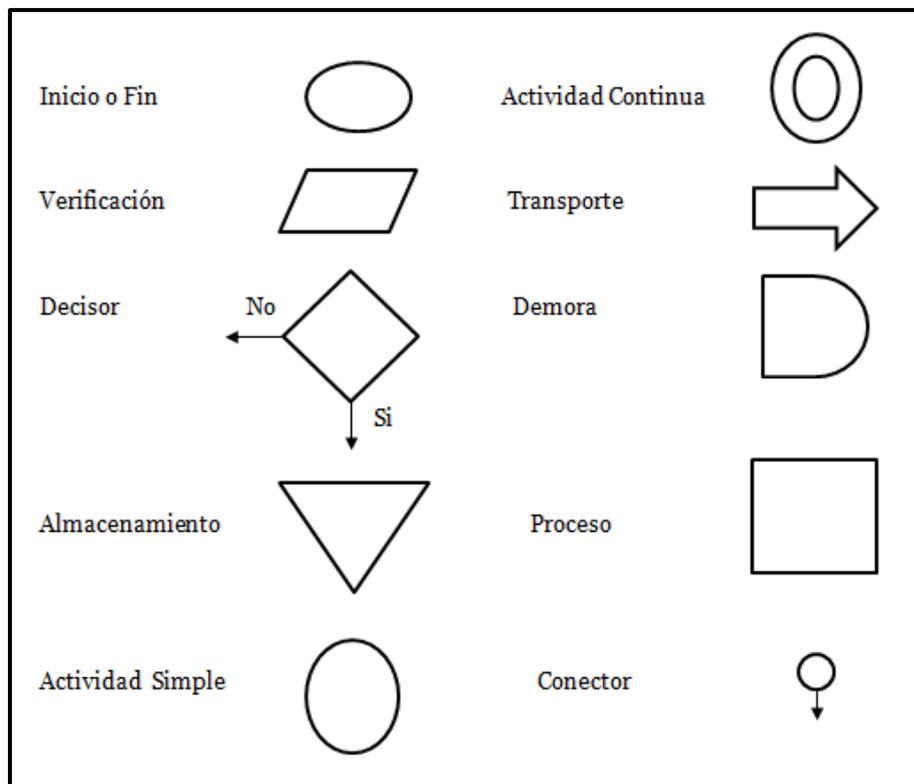
**Fuente:** Inversiones del Proyecto

### 4.4. OPERACIÓN DEL PROYECTO

#### 4.4.1. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

##### 4.4.1.1. FORMAS PARA DIAGRAMAS DE FLUJO

#### FORMAS DIAGRAMA DE FLUJO



**FIGURA N° 15**

**Elaborado por:** La Autora

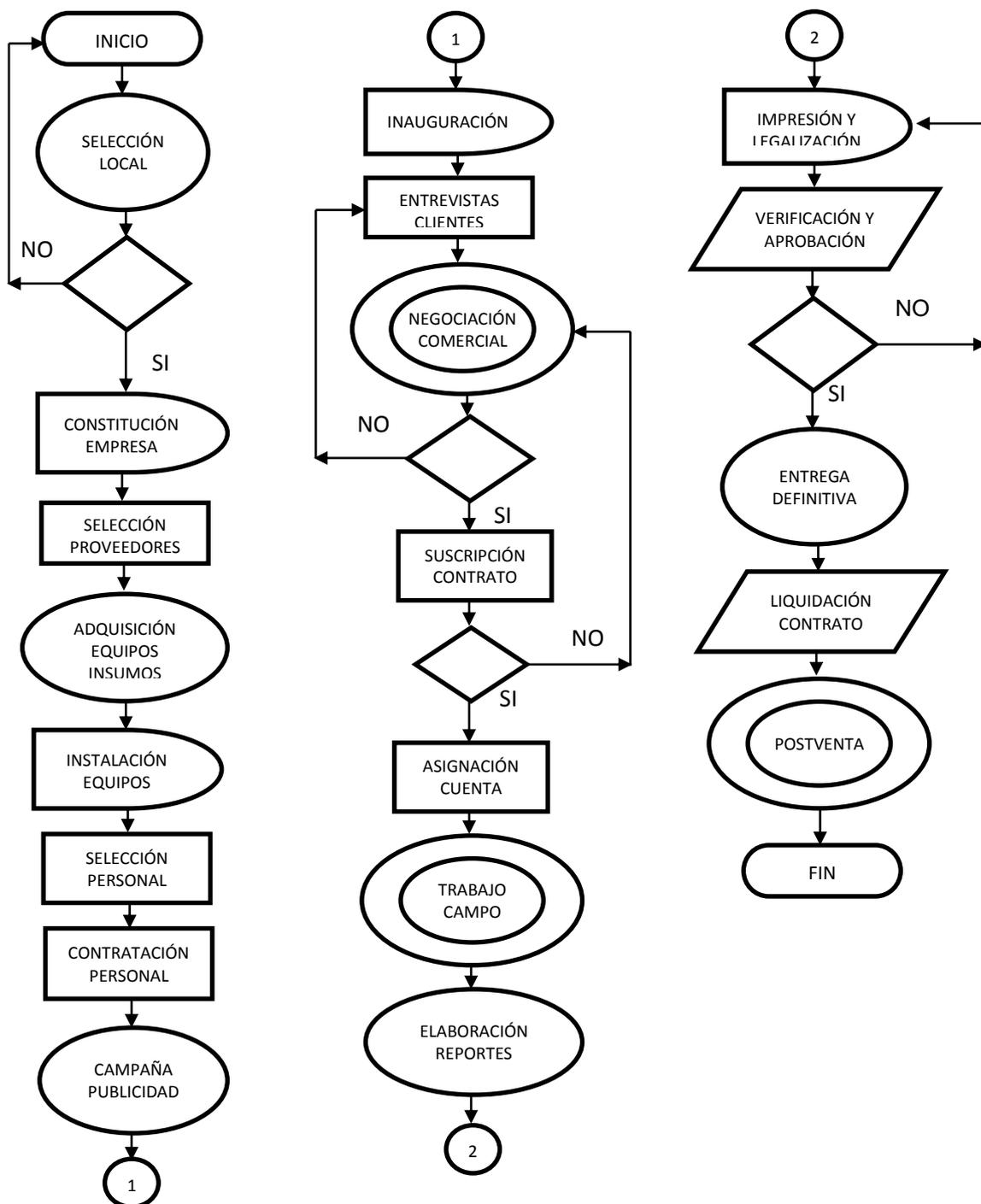
**Fuente:** Investigación Bibliográfica

#### **4.4.1.2. LISTA DE ACTIVIDADES**

- a) Selección del Local de Prestación del Servicio.
- b) Constitución de la Empresa.
- c) Selección de Principales Proveedores.
- d) Adquisición de Equipos e Insumos.
- e) Instalación y Puesta en Marcha de Equipos.
- f) Proceso de Selección de Personal.
- g) Contratación de Personal.
- h) Campaña de Publicidad de la Empresa en la Localidad.
- i) Inauguración Oficial.
- j) Entrevistas con Clientes Potenciales.
- k) Negociación y Especificaciones de cada Servicio.
- l) Cierre de Negociación Suscripción del Contrato.
- m) Recepción de Documentación y Designación de Funcionario a Cargo.
- n) Trabajo de Campo interacción con el Cliente y sus necesidades.
- o) Elaboración de Reportes de acuerdo al Servicio Requerido.
- p) Impresión de Reportes y Legalización.
- q) Entrega de Reportes al Cliente para Verificación y Aprobación.
- r) Entrega Definitiva del Servicio Solicitado.
- s) Revisión y Liquidación del Contrato.
- t) Entrevista Final con el Cliente oferta de Continuidad y Nuevos Servicios de interés.

### 4.4.1.3. FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONTABLES, TRIBUTARIOS, TÉCNICOS Y DE APOYO VIRTUALES.

#### FLUJOGRAMA DE PROCESOS

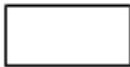


**FIGURA N° 16**  
Elaborado por: La Autora

#### 4.4.2. FLUJOGRAMA DE OPERACIÓN

Descripción de actividades específicas dentro del proceso establecido en el estudio técnico.

##### 4.4.2.1. SIMBOLOGÍA

FORMAS DIAGRAMA DE OPERACIÓN	
	Transporte.
	Proceso.
	Verificación.
	Operación simple.
	Operación combinada.
	Almacenamiento.
	Demora.

**FIGURA N° 17**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Investigación Bibliográfica

#### 4.4.2.2. EQUIPAMIENTO Y LOGÍSTICA DEL PROYECTO

##### MATRIZ DE RELACIÓN DE ACTIVIDADES Y TIEMPOS PREVISTOS

Nº	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO
1	Selección Local.	5 días
2	Constitución Empresa.	5 días
3	Selección Proveedores.	2 días
4	Adquisición de Equipos e Insumos.	1 día
5	Instalación de Equipos.	2 días
6	Selección Personal.	3 días
7	Contratación Personal.	1 día
8	Campaña Publicidad.	1 día
9	Inauguración.	1 día
10	Entrevista Clientes.	1 día
11	Negociación Comercial.	1 día
12	Suscripción Contrato.	1 día
13	Asignación Cuenta.	1 día
14	Trabajo Campo.	3 días
15	Elaboración Reportes.	1 día
16	Impresión y Legalización.	1 día
17	Verificación y Aprobación.	1 día
10	Entrega Definitiva.	1 día
11	Liquidación Contrato.	1 día
12	Postventa.	1 día

**CUADRO N° 38**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Flujograma de Procesos-Registro de Actividades

### 4.4.2.3. PLANTILLA OPERATIVA DE CONTROL

#### PLANILLA DE CONTROL

SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO
→ □ ▯ ○ x ⊙ ▼ D	Selección Local.	5 días
→ □ ▯ ○ ⊙ ▼ x D	Constitución Empresa.	5 días
→ x □ ▯ ○ ⊙ ▼ D	Selección Proveedores.	2 días
→ □ ▯ x ○ ⊙ ▼ D	Adquisición de Equipos e Insumos.	1 día
→ □ ▯ ○ ⊙ ▼ x D	Instalación de Equipos.	2 días
→ x □ ▯ ○ ⊙ ▼ D	Selección Personal.	3 días
→ x □ ▯ ○ ⊙ ▼ D	Contratación Personal.	1 día
→ □ ▯ x ○ ⊙ ▼ D	Campaña Publicidad.	1 día
→ □ ▯ ○ ⊙ ▼ x D	Inauguración.	1 día
→ x □ ▯ ○ ⊙ ▼ D	Entrevista Clientes.	1 día
→ □ ▯ ○ x ⊙ ▼ D	Negociación Comercial.	1 día
→ x □ ▯ ○ ⊙ ▼ D	Suscripción Contrato.	1 día
→ x □ ▯ ○ ⊙ ▼ D	Asignación Cuenta.	1 día
→ □ ▯ ○ x ⊙ ▼ D	Trabajo Campo.	3 días
→ □ ▯ x ○ ⊙ ▼ D	Elaboración Reportes.	1 día
→ □ ▯ ○ ⊙ ▼ x D	Impresión y Legalización.	1 día
→ □ ▯ x ○ ⊙ ▼ D	Verificación y Aprobación.	1 día
→ □ ▯ x ○ ⊙ ▼ D	Entrega Definitiva.	1 día
→ □ ▯ x ○ ⊙ ▼ D	Liquidación Contrato.	1 día
→ □ ▯ ○ x ⊙ ▼ D	Postventa.	1 día

<b>RESUMEN OPERATIVO.</b>	
OPERACIONES REALIZADAS.	
6	Procesos.
4	Demora.
3	Operación Combinada.
2	Verificaciones.
5	Operación Simple.
<b>20</b>	<b>TOTAL</b>
<b>TIEMPO PREVISTO</b>	
<b>34 días</b>	Implementación del Proyecto.
<b>13 días</b>	Proceso de Prestación del Servicio.

**CUADRO N° 39**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Flujograma de Procesos-Registro de Actividades

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

#### 5.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL

El Estado de Situación Inicial mostrará la aportación neta que deberán realizar los accionistas o promotores del proyecto.

#### ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

<b>CYBERSAF S.A.</b>			
<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
Bancos	3.195,44		
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>3.195,44</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Equipos, Sistemas y Paquetes Informáticos	7,560.00	Capital Social	13.700,00
Muebles y Enseres	2,300.00	Socio A	8.220,00
Equipo de Oficina	150.00	Socio B	5.480,00
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>10,010.00</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>13.700.00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
Gastos de Constitución	494.56		
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>494.56</b>		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>13.700.00</b>	<b>TOTAL PASIVO+PATRIMONIO</b>	<b>13.700,00</b>

#### CUADRO N° 40

Elaborado por: La Autora

Fuente: Inversiones del Proyecto- Estudio Técnico

## 5.2. DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

El ingreso de un proyecto de inversión está constituido por el valor monetario de las ventas que arroja la producción de un bien o un servicio.

### DETERMINACIÓN DE INGRESOS POR SERVICIOS

AÑO	NÚMERO DE PRESTACIONES				PRECIO UNITARIO				INGRESOS TOTALES			
	Servicio de Internet	Servicios Tributarios	Servicios Contables	Servicios de Apoyo	Servicio de Internet	Servicios Tributarios	Servicios Contables	Servicios de Apoyo	Servicio de Internet	Servicios Tributarios	Servicios Contables	Servicios de Apoyo
2012	15.120	180	72	1	0,60	10,00	150,00	100,00	9.072,00	1.800,00	10.800,00	100,00
2013	15.422	210	84	2	0,63	10,55	158,30	105,53	9.715,86	2.215,50	13.297,20	211,06
2014	15.730	240	96	3	0,66	11,13	167,05	111,37	10.381,80	2.671,20	16.036,80	334,11
2015	16.044	270	108	4	0,70	11,75	176,29	117,53	11.230,80	3.172,50	19.039,32	470,12
2016	16.365	300	120	5	0,74	12,40	186,04	124,03	12.110,10	3.720,00	22.324,80	620,15

#### CUADRO N° 41

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Estudio de Mercado

Los ingresos por los servicios a prestarse serán el resultado de multiplicar el número de prestaciones por cada servicio por el precio de venta unitario proyectado. Cabe destacar que para efectos del cálculo se tomó como referencia la inflación anual del 5,53% y un incremento de la producción del servicio del 2% anual.

### 5.3. DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

#### 5.3.1. COSTOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico.

El costo de producción está conformado por todas aquellas partidas que intervienen directamente en la prestación del servicio.

##### 5.3.1.1. COSTO DE MATERIA PRIMA

#### COSTOS DE MATERIA PRIMA

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Servicio de Internet	201,60	2.419,20
Servicios de instalación	89,60	89,60
Licencia Sistema Contable	264,00	264,00
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>555,20</b>	<b>2.772,80</b>

#### CUADRO N° 42

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico – Facturas Proforma (Marzo, 2012)

Para valorar el costo de los insumos necesarios de los servicios a ofrecer se tomó como base el balance de materia prima mostrado en el estudio técnico conjuntamente con las facturas proforma solicitadas para el efecto.

##### 5.3.1.2. COSTO DE MANO DE OBRA

#### COSTOS DE MANO DE OBRA

DETALLE	COSTO MENSUAL		COSTO ANUAL
	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	
Contador	292,00	96,31	4.659,74
<b>TOTAL MANO DE OBRA</b>	<b>292,00</b>	<b>96,31</b>	<b>4.659,74</b>

#### CUADRO N° 43

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico - Facturas Proforma (Marzo, 2012)

Para determinar el Costo de Mano de Obra del proyecto se decidió colocar como miembro del área de prestación del servicio a un Contador quién será responsable de la dotación de servicios técnicos, se le cancelará el sueldo básico más los beneficios de Ley vigentes en este caso décimo tercero (\$ 292,00), décimo cuarto (\$ 292,00), vacaciones (\$ 146,00), aporte patronal al IESS (\$ 425,74).

### 5.3.1.3. COSTOS INDIRECTOS

Son aquellos costos que sin ser parte directa del servicio, intervienen en el proceso de prestación del mismo.

#### COSTOS INDIRECTOS

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Servicios Básicos		
Energía Eléctrica	100,00	1.200,00
Agua Potable	20,00	240,00
Telecomunicaciones	30,00	360,00
<b>TOTAL CIF</b>	<b>150,00</b>	<b>1.800,00</b>

#### CUADRO N° 44

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico - Facturas Proforma (Marzo, 2012)

### 5.3.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos de administración constituyen los pagos a personal que trabaja en jefaturas administrativas y de servicios.

De acuerdo con el Organigrama General de la empresa, ésta contaría con un Gerente General y una Secretaría-Recepcionista. Además, la administración tiene como egresos suministros de oficina varios y arrendamiento del local, a continuación el desglose de los mismos.

### GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gerente General Sueldo Beneficios Sociales	350,00 110,61	5.527,30
Secretaria – Recepcionista Sueldo Beneficios Sociales	146,00 48,16	2.329,87
Suministros de Oficina	25,00	300,00
Arriendo del Local	150,00	1.800,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>829,77</b>	<b>9.957,17</b>

**CUADRO N° 45**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Estudio Técnico - Facturas Proforma (Marzo, 2012)

### 5.3.3. GASTOS DE VENTA

Los costos de ventas representan los pagos por concepto de publicidad en el mercado a través de medios de comunicación masivos y considerando que la Empresa es nueva necesita de una gran promoción para atraer clientes potenciales.

### GASTOS DE VENTAS

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Servicios de Publicidad y Comunicación	70,42	845,00
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>70,42</b>	<b>845,00</b>

**CUADRO N° 46**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Estudio Técnico - Facturas Proforma (Marzo, 2012)

#### 5.4. TABLA DE AMORTIZACIÓN

Los cargos de amortización son gastos virtuales permitidos por las Leyes para que el inversionista recupere la inversión inicial que ha realizado. Los activos diferidos se amortizan ante la imposibilidad que disminuya su precio por el uso o por el paso del tiempo. El término amortización indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años. Los cargos anuales se calculan de acuerdo a los porcentajes permitidos por la Leyes en este caso el 20% que corresponde a cinco años.

##### AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

DETALLE	VALOR	%	1	2	3	4	5
Gastos de Constitución	494,56	20	494,56	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>494,56</b>		<b>494,56</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

#### CUADRO N° 47

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Estudio Financiero

Es necesario aclarar que se ha considerado amortizar el valor total al año uno por cuanto el monto de dicho gasto no amerita su compensación en varios períodos.

#### 5.5. TABLA DE DEPRECIACIONES

Los gastos de depreciación constituyen la cantidad de dinero que se recupera por el uso y desgaste de los activos fijos fuente del proyecto y parte de la inversión de los promotores, sus cálculos anuales se basan en porcentajes legales emitidos por el Servicio de Rentas Internas para el territorio Ecuatoriano.

### DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	VALOR	%	1	2	3	4	5	VALOR RESIDUAL
Equipos, Sistemas y Paquetes Informáticos	6.900,00	33,33	2.069,79	2.069,79	2.070,42			690,00
Muebles y Enseres	2.300,00	10	207,00	207,00	207,00	207,00	207,00	230,00
Equipo de Oficina	150,00	10	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5	15,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.350,00</b>		<b>2.290,29</b>	<b>2,290,29</b>	<b>2.290,92</b>	<b>220,50</b>	<b>220,50</b>	<b>935,00</b>

**CUADRO N° 48**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Estudio Financiero

#### 5.6. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El Estado de Resultados proforma o proyectado es la base para calcular los flujos netos de efectivo con los cuales se realiza la evaluación económica, además presenta los resultados de las operaciones que el proyecto tendrá durante cinco años.

### ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
Ingresos Proyectados	21.772,00	25.439,62	29.423,91	33.912,74	38.775,05
<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>21.772,00</b>	<b>25.439,62</b>	<b>29.423,91</b>	<b>33.912,74</b>	<b>38.775,05</b>
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	9.232,54	9.743,10	10.281,89	10.850,48	11.450,51
<b>UTILIDAD BRUTA PROYECTADA</b>	<b>12.539,46</b>	<b>15.696,52</b>	<b>19.142,02</b>	<b>23.062,26</b>	<b>27.324,54</b>
(-) GASTOS:					
Gastos de Administración	9.957,17	10.507,80	11.088,88	11.702,10	12.349,23
Gastos de Ventas	845,00	500,00	527,65	556,83	587,62
Imprevistos (2%)	184,65	194,86	205,64	217,01	229,01
Depreciaciones	2.290,29	2.290,29	2.290,29	220,50	220,50
Amortizaciones	494,56	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL GASTOS PROYECTADOS</b>	<b>13.771,67</b>	<b>13.492,95</b>	<b>14.112,46</b>	<b>12.696,44</b>	<b>13.386,36</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA</b>	<b>-1.232,21</b>	<b>2.203,57</b>	<b>5.029,56</b>	<b>10.365,82</b>	<b>13.938,18</b>
(-) Gastos Financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>UTILIDAD ANTES DEL 15% PROYECTADA</b>	<b>-1.232,21</b>	<b>2.203,57</b>	<b>5.029,56</b>	<b>10.365,82</b>	<b>13.938,18</b>
(-) Participación a Trabajadores Proyectada	0,00	330,54	754,43	1.554,87	2.090,73
<b>UTILIDAD PROYECTADA ANTES DE IR</b>	<b>-1.232,21</b>	<b>1.873,03</b>	<b>4.275,13</b>	<b>8.810,95</b>	<b>11.847,45</b>
(-) Impuesto a la Renta Proyectado	0,00	412,07	940,53	1.938,41	2.606,44
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>-1.232,21</b>	<b>1.460,96</b>	<b>3.334,60</b>	<b>6.872,54</b>	<b>9.241,01</b>

#### CUADRO N° 49

Elaborado por: La Autora

Fuente: Proyección de Ingresos y Egresos

En el Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años se observa, que hay utilidad a partir del segundo período de análisis. En el primer año se tiene una pérdida de \$ 1.232,21 aspecto que es aceptable y racional por cuanto al iniciar una actividad económica se requiere un proceso de cimentación para sacar a flote la idea de negocio, sin embargo se puede observar que en el año dos se obtiene una utilidad de \$1.460,96 que dividido para los 12 meses del año genera un valor de \$ 121,75 mensuales, esto nos permite analizar que el proyecto es rentable por cuanto el precio supera al costo invertido en cada servicio generando excedente.

## 5.7. FLUJO DE EFECTIVO FINANCIERO

El flujo de caja es una herramienta de análisis comparativo de los ingresos, costos y gastos, depreciaciones y la inversión total del proyecto para determinar la factibilidad de la implementación del Proyecto en el tiempo.

### FLUJOS NETOS DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO

DETALLE	AÑO CERO	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad Neta Proyectada		-1.232,21	1.460,96	3.334,60	6.872,54	9.241,01
+ Reinversión		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Depreciación		2.290,29	2.290,29	2.290,29	220,50	220,50
+ Amortización		494,56	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>1.552,64</b>	<b>3.751,25</b>	<b>5.624,89</b>	<b>7.093,04</b>	<b>9.461,51</b>
<b>EGRESOS:</b>						
Pago del capital de la deuda		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL EGRESOS</b>						
Inversión Inicial	(10.504,56)					
Capital de Trabajo	(3.195,44)					
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>(13.700,00)</b>	<b>1.552,64</b>	<b>3.751,25</b>	<b>5.624,89</b>	<b>7.093,04</b>	<b>9.461,51</b>

#### CUADRO N° 50

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estado de Resultados Proyectado

## 5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 5.8.1. COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

El costo de oportunidad designa el costo de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de las inversiones alternativas disponibles.

El aporte para la implementación de la Microempresa de Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo virtuales será \$ 13.700,00. Para efectos del presente cálculo se considera la tasa pasiva del 4,53% sobre la inversión propia y el 8,17% como tasa activa sobre la inversión financiada.

Tanto la tasa pasiva como la tasa activa son extraídas de la página web del Banco Central del Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec) con fecha del 31 de Marzo del 2012

El cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio y otras proyecciones utilizadas posteriormente tendrán como base la inflación anual proyectada al 28 de Febrero del 2012 equivalente al 5,53% según datos del Banco Central del Ecuador.

#### COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	13.700,00	100	0,0453	0,0453
Inversión Financiada	0,00	0	0,0817	0,0000
<b>TOTAL</b>	<b>13.700,00</b>	<b>100</b>		<b>0,0453</b>
<b>Ck = 0,0453 x 100</b>				
<b>CÁLCULO DE LA TRM</b>				
<b><math>Ck = 4,53\%</math></b>				
<b><math>TRM = (1+Ck) * (1+Inf) - 1</math></b>				
<b><math>TRM = (1+0,0453) * (1+0,0553) - 1 = 0,1031</math></b>				
<b>TRM = 10,31 %</b>				

#### CUADRO N° 51

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

### 5.8.2. VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero.

#### VALOR ACTUAL NETO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN					
	FNC	FNC	FNC	FNC	FNC
	$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
(13.700,00)	1.552,64	3.751,25	5.624,89	7.093,04	9.461,51
	$(1+0,1031)^1$	$(1+0,1031)^2$	$(1+0,1031)^3$	$(1+0,1031)^4$	$(1+0,1031)^5$
(13.700,00)	1.407,52	3.082,81	4.190,53	4.790,41	5.792,77
(13.700,00)	19.264,04				
<b>VAN</b>	<b>5.564,04</b>				

#### CUADRO N° 52

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Flujo de Caja Proyectado

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el valor actual neto es mayor a cero por lo tanto es conveniente ejecutar el proyecto, por tener un VAN POSITIVO.

### 5.8.3. TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa de descuento por la cual el Valor Actual Neto es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Se llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento medio generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la inversión.

## TASA INTERNA DE RETORNO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TIR	<b>21,7178%</b>				
	FNC	FNC	FNC	FNC	FNC
	$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
(13.700,00)	1.552,64	3.751,25	5.624,89	7.093,04	9.461,51
	$(1+0,3885)^1$	$(1+0,3885)^2$	$(1+0,3885)^3$	$(1+0,3885)^4$	$(1+0,3885)^5$
(13.700,00)	1.276,61	2.532,02	3.119,26	3.231,59	3.541,52
(13.700,00)	13.700,00				
<b>VAN</b>	<b>0,00</b>				

### CUADRO N° 53

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Flujo de Caja Proyectado

Mediante este indicador se puede determinar que el proyecto es factible por cuanto la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que la tasa de rendimiento medio (TRM).

#### 5.8.4. RECUPERACIÓN DEL DINERO EN EL TIEMPO

Este instrumento de evaluación permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión basándose en los flujos de caja proyectados. Es el tiempo que requiere el proyecto para recuperar el valor nominal del plan de inversión inicial.

### RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERÍODO	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACUMULADOS	INVERSIÓN
			<b>13.700,00</b>
1	1.552,64	1.552,64	
2	3.751,25	5.303,89	
3	5.624,89	10.928,78	
4	7.093,04	18.021,82	3 años, 4 meses y 9 días
5	9.461,51	27.483,33	

**CUADRO N° 54**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Flujo de Caja Projectado

Como se puede apreciar en el cuadro anterior el tiempo de recuperación de la inversión se determina aplicando el siguiente cálculo:

Para establecer los años de recuperación localizamos en la tabla un flujo acumulado que más se acerque al valor de la inversión, en el caso del presente proyecto es el Año 3 con un flujo acumulado de \$ 10.928,78.

El valor en meses y días se determina de la siguiente manera:

$$13.700,00 - 10.928,78 = 2.771,22$$

$$7.093,04 / 12 = 591,09 \text{ constituye en valor mensual del flujo}$$

$$591,09 \times 4 = 2.364,36 \text{ alcance del flujo en un período de 4 meses}$$

$$184,23 / 591,09 = 0,31 \times 30 \text{ días} = 9 \text{ alcance del flujo en un período de 9 días.}$$

En consecuencia se puede manifestar que en el presente proyecto se recuperará la inversión en un período de tiempo de 3 años, 4 meses y 9 días

### 5.8.5. ÍNDICE BENEFICIO COSTO

La Relación Beneficio/Costo se define como aquel coeficiente de evaluación de proyectos, que resulta de dividir los ingresos netos actualizados entre los egresos netos actualizados.

En otras palabras, indica cuanto representan los ingresos actualizados respecto a los egresos actualizados.

Si B/C es mayor que 1, entonces el proyecto si es factible. Si B/C es menor que 1, no existe un adecuado retorno, por lo tanto no sería buena la inversión. Si B/C es igual, dignifica indiferencia por tanto tampoco es aceptable invertir.

Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS} / (1+i)^n}{\sum \text{EGRESOS} / (1+i)^n}$$

#### RELACIÓN BENEFICIO COSTO

AÑO	INGRESOS PROYECTADOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS PROYECTADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
2012	21.772,00	19.737,10	23.004,21	20.854,15
2013	25.439,62	20.906,48	23.236,05	19.095,57
2014	29.423,91	21.920,77	24.394,35	18.173,75
2015	33.912,74	22.903,58	23.546,92	15.902,84
2016	38.775,05	23.739,85	24.836,87	15.206,26
<b>TOTAL</b>	<b>149.323,32</b>	<b>109.207,78</b>	<b>119.018,40</b>	<b>89.232,57</b>

#### CUADRO N° 55

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estado de Resultados Proyectado

$$B/C = 109.207,78 / 89.232,57$$

$$B/C = 1,22$$

De acuerdo al análisis de flujos de ingresos y egresos se puede determinar que el proyecto es viable ya que la relación Beneficio – Costo es de \$1,22 es decir, que por cada dólar de gasto se genera \$1,22 dólares de ingresos.

### 5.8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para el cálculo del punto de equilibrio se tomará como referencia los Servicios de Tributación cuyo precio unitario es \$ 10,00 con una capacidad de prestación de 180 (30 clientes por 6 prestaciones).

A continuación se detallan los Costos Fijos y Variables del Servicio.

#### COSTOS FIJOS Y VARIABLES

CONCEPTO	COSTOS	COSTOS VARIABLE	COSTO FIJO
Costos de Producción	195,39	37,50	157,89
Gastos Administrativos	106,37	6,25	100,12
Gastos de Venta	211, 25	211,25	
<b>TOTAL</b>	<b>513,01</b>	<b>255,00</b>	<b>258,01</b>

#### CUADRO N° 56

Elaborado por: La Autora

Fuente: Proyección de Ingresos y Egresos

El Costo variable unitario para cada prestación resulta de dividir el Costo Variable Total por el número de prestaciones al año, obteniéndose un valor de \$ 1,42.

Para determinar el Punto de Equilibrio se procede a utilizar la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{PV - CV}$$
$$PE = \frac{258,01}{10 - 1,42} = \frac{258,01}{8,58} = 30$$

La fórmula precedente se refleja en la siguiente tabla:

## PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE (UNIDADES X 1,42)	INGRESO (UNIDADES X 10)	COSTO TOTAL
0	258,01	0,00	0,00	258,01
10	258,01	14,20	100,00	272,21
20	258,01	28,40	200,00	286,41
30	258,01	41,99	300,00	300,00
40	258,01	56,80	400,00	314,81
50	258,01	71,00	500,00	329,01

### CUADRO N° 57

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Proyección de Ingresos y Egresos

El punto de equilibrio en cantidad para el Servicio de Asesoría Tributaria se encuentra en una cantidad de 30 prestaciones.

### 5.9. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Es muy conveniente invertir en el presente proyecto, considerando que la inversión presenta una rentabilidad económica aceptable, ya que el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), índice Costo – Beneficio (C/B), que son los indicadores de evaluación del proyecto presentan resultados aceptables, haciendo al proyecto potencial a opciones de inversión.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. LA EMPRESA**

##### **6.1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL**

La Empresa fuente del presente proyecto se denominará CYBERSAF S.A., se ha determinado el nombre considerando que SAF significa Servicios Administrativos y Financieros y CYBER hace alusión a la naturaleza virtual de los mismos.

##### **6.1.2. CONFORMACIÓN JURÍDICA**

###### **6.1.2.1. INTERVINIENTES**

La Empresa CYBERSAF S.A se constituirá mediante escritura pública como Sociedad Anónima, a cargo de un máximo de dos accionistas, que para efectos del presente proyecto recaerán en la persona de la Srta. Carla Silva como autora y un tercero en calidad de inversionista, mismos que poseen capacidad legal para generar actividades productivas en el territorio Ecuatoriano.

###### **6.1.2.2. ANTECEDENTES**

El Art. 283 de la Constitución Política de la República, establece que “El Sistema Económico es Social y Solidario; reconocerá al ser humano como principio y fin; propende una relación equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objeto garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la Ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”.

El Art. 319 de la Constitución Política de la República, establece que “Se reconocen las diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional”.

El Art. 321 de la Constitución Política de la República, establece “El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental”.

El Art. 143 de la Ley de Compañías, establece que “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas”.

### **6.1.2.3. CONSTITUCIÓN Y OBJETO**

La Empresa CYBERSAF S.A., constituida mediante escritura pública en acto autónomo, es una Sociedad Anónima con Personería Jurídica de Derecho Privado al amparo de la Constitución y las Leyes de la República, con fines de lucro, su actividad principal será la Dotación de Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo Virtuales.

La organización y funcionamiento de la Empresa está regido por lo dispuesto en la Escritura de Constitución y el Estatuto; y en lo no previsto en ellos, se estará a lo establecido en la Constitución de la República, Ley

de Compañías, Ley de Comercio, Código Civil, Ley Especial de Telecomunicaciones, Ley de Comercio Electrónico, Ley de Régimen Tributario Interno, Código de Trabajo, Ley de Compras Públicas, y las demás normas legales aplicables para el efecto, en el ordenamiento jurídico de la República del Ecuador.

#### **6.1.2.4. FINES**

CYBERSAF S.A. persigue el Desarrollo Local a través de la adecuada tecnificación y especialización de los servicios profesionales que ofrece para lo que tendrá los siguientes fines, sin perjuicio a otros relativos al objeto de su constitución:

- a) Gestionar cada uno de los servicios ofertados garantizando calidad, oportunidad, eficiencia al cliente potencial para satisfacer sus necesidades de asesoramiento.
- b) Ofrecer a la población objetivo servicios oportunos y ajustados a sus necesidades actuales previamente identificadas.
- c) Unificar y potenciar los esfuerzos a favor de mejorar el nivel de vida de los accionistas, empleados y la población objetivo mediante acciones de planificación, coordinación, cooperación, asesoramiento, ejecución y gestión para captar recursos económicos de entidades públicas y privadas, gubernamentales y no gubernamentales como clientes potenciales, que permitan alcanzar los objetivos y metas organizacionales planteados en pro de generar Desarrollo Sustentable.

#### **6.1.2.5. SEDE Y DOMICILIO LEGAL**

CYBERSAF S.A. tendrá como sede y domicilio legal el Cantón Pimampiro, en cuya cabecera cantonal se ubicará una dependencia para prestar los diversos servicios, sin perjuicio de lo cual, los órganos que conforman su estructura administrativa podrán sesionar, atender y

despachar asuntos relativos al cumplimiento de los fines, en cualquier parte del país.

#### **6.1.2.6. REPRESENTACIÓN LEGAL, JUDICIAL, EXTRAJUDICIAL**

La representación legal, judicial y extrajudicial de la Empresa la ejercerá el Administrador General, legalmente elegido por el Directorio, conforme a los Estatutos debidamente aprobados, quién podrá realizar todas las gestiones y trámites necesarios vinculados con el objeto, sin necesidad de autorización o convalidación posterior.

#### **6.1.2.7. DECLARACIONES ESPECIALES**

- a) Los accionistas aportarán en la medida de sus posibilidades económicas con recursos que contribuyan al cumplimiento del objeto y fines de la Empresa, para efectos del presente proyecto un aporte del 60% del monto total de inversión a cargo de la Srta. Carla Silva autora y un 40% restante como aporte de un Tercero como Inversionista.
- b) CYBERSAF S.A. definirá sobre la base de estudios y justificativos de orden técnico, legal y financiero los esquemas de gestión bajo los que operará.
- c) Los diferentes Niveles Estructurales expedirán, dentro de sus competencias, los instrumentos necesarios para la operación de la Entidad.

#### **6.1.3. MISIÓN**

CYBERSAF S.A. tiene como misión satisfacer las necesidades técnicas, de asesoramiento y de conectividad de la población, provisionando servicios de alta calidad de manera oportuna, eficiente, innovadora y personalizada que superen las expectativas del cliente, generando rentabilidad a sus accionistas, perfeccionamiento de competencias profesionales a sus trabajadores y desarrollo sustentable a la Colectividad, cumpliendo las normativas legales vigentes con un alto grado de responsabilidad social y ambiental.

#### **6.1.4. VISIÓN**

CYBERSAF S.A. será la empresa líder en el mercado de los servicios administrativos, financieros y de asesoría personalizados basados en TIC's, con estándares de calidad altamente reconocidos, con una imagen organizacional posicionada en diversos mercados, garantizando su competitividad, crecimiento continuo y rentabilidad sostenible en el tiempo, convirtiéndola en una Empresa generadora de Desarrollo Local para sus miembros y la sociedad en general.

#### **6.1.5. POLÍTICAS**

##### **6.1.5.1. POLÍTICA DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL**

Mantener un proceso de actualización y mejoramiento permanente de la organización, que permitan alcanzar los objetivos estratégicos de la Empresa.

##### **6.1.5.2. POLÍTICA DE REGULACIÓN INTERNA**

Ordenar y difundir el marco normativo interno de la Empresa.

##### **6.1.5.3. POLÍTICA DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL**

Establecer las normas aplicables a las actividades de selección y contratación del recurso humano que permitan escoger personas idóneas, que se ajusten a los requerimientos de la Empresa y a los perfiles establecidos para alcanzar sus objetivos estratégicos y asegurar su futuro desarrollo.

##### **6.1.5.4. POLÍTICA DE RELACIONES PÚBLICAS**

Mejorar la Imagen Corporativa ante los clientes y ciudadanía en general.

#### **6.1.5.5. POLÍTICA DE DESARROLLO TECNOLÓGICO**

Fijar una dirección para la modernización de la plataforma tecnológica actual de la Empresa, su crecimiento y desarrollo, y la incorporación de nuevos productos y servicios, en función de las tendencias tecnológicas y del mercado.

#### **6.1.5.6. POLÍTICA DE SEGURIDAD DE INFORMACIÓN**

Proteger la información estratégica de la Empresa y normar sus niveles de acceso y confidencialidad.

#### **6.1.5.7. POLÍTICA DE NEGOCIOS**

Redefinir el portafolio de servicios con orientación a la creación de valor satisfaciendo los requerimientos del mercado, optimizando la explotación de los recursos de la compañía, maximizando la rentabilidad y fomentando la innovación en servicios y su correspondiente comercialización.

#### **6.1.5.8. POLÍTICA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE**

Crear, estructurar e implantar una eficaz y eficiente gestión de Servicio al Cliente, que estimule y apalanque el desarrollo y crecimiento de la Identidad Corporativa y Cultura de Servicio dirigida al cliente.

#### **6.1.5.9. POLÍTICA JURÍDICA**

Permitir a la Empresa que los actos y hechos que se generen y tengan efectos jurídicos, cuenten con el soporte legal adecuado; y, a sus administradores tener la debida asesoría legal al momento de tomar las decisiones en el ejercicio de sus funciones.

#### **6.1.5.10. POLÍTICA DE CALIDAD**

Establecer los procedimientos de verificación necesarios para garantizar al cliente que los servicios prestados son de calidad, cumplen sus expectativas de oportunidad, eficiencia, eficacia, veracidad y legalidad estén ajustados a sus necesidades y cumplan las leyes vigentes.

#### **6.1.5.11. POLÍTICA AMBIENTAL**

Implementar un eficiente sistema de manejo de desechos tanto computacionales como de oficina, garantizando así que las actividades empresariales no perjudiquen negativamente el entorno generando paralelamente acciones de reciclaje y uso adecuado de recursos para cimentar la Imagen Empresarial de Respeto y Conciencia Ambiental.

#### **6.1.6. VALORES**

##### **6.1.6.1. ORIENTACIÓN AL CLIENTE**

La empresa tendrá la disposición total de satisfacer las necesidades del cliente, garantizará la adecuada y oportuna prestación de servicios de acuerdo a sus requerimientos, nada es más importante y todo puede esperar si se trata de atenderlo cumpliendo los estándares de alta calidad.

##### **6.1.6.2. RESPONSABILIDAD SOCIAL**

La empresa dirigirá sus esfuerzos a desarrollar actividades que garanticen el desarrollo local económico, tecnológico, educativo garantizando ser entes generadores de valor.

##### **6.1.6.3. INTEGRIDAD**

El compromiso de la entidad es llevar a cabo sus operaciones de forma transparente, con procedimientos enmarcados en el cumplimiento de las Leyes vigentes, presentando una imagen de legalidad y trabajo cumplido a sus clientes.

##### **6.1.6.4. TRABAJO EN EQUIPO**

Cada procedimiento y servicio adoptado por la entidad será manejado por un equipo multidisciplinario que garantizará un adecuado estudio de caso, permitiendo entregar al cliente un trabajo eficiente resultado del esfuerzo conjunto de los miembros de la organización.

#### **6.1.6.5. CAPACIDAD DE APRENDIZAJE**

La Empresa es una unidad de aprendizaje dónde se pasará de la solución de problemas al denominado Aprendizaje Organizacional, valor que consiste en que cada miembro de la organización tenga cimentado el deseo de crecer constantemente, de adaptarse a los cambios, de asumir nuevos retos, de permanecer atento a los cambios tecnológicos, económicos legales, y sobre todo de adquirir las herramientas que permitan que la organización se mantenga líder en el mercado.

#### **6.1.6.6. IMAGEN**

La empresa mantendrá y posicionará sus rasgos distintivos o de liderazgo, se buscará estrategias que eviten permanecer en el anonimato, recalcando la importancia de ser reconocidos fuera de los mercados locales ya que es el cliente el principal objetivo y la única forma de darnos a conocer ante él es con eficientes medios de posicionamiento de imagen, la marca comercial es y será la llave al éxito en la captación de clientes.

#### **6.1.6.7. SEGURIDAD**

La empresa garantizará que los procedimientos en cada uno de los servicios cumplan con las seguridades necesarias, considerando que se manejarán grandes cantidades de datos por cada cliente, se determinarán políticas internas de salvaguarda que permitan brindar confianza y seguridad en cada servicio.

#### **6.1.6.8. CONFIDENCIALIDAD**

La empresa respetará la confidencialidad de la información de cada cliente antes, durante y después del proceso de contratación, además garantizará que cada miembro de la organización durante y después de terminar las relaciones laborales con la empresa respete este principio logrando así confianza por parte de los clientes.

Quizá este sea el valor más importante de la empresa por cuánto se trabajará con información restringida al público por lo que se tomará las medidas internas necesarias para garantizar el respeto a cláusulas de confidencialidad en cuanto a información clasificada como privada.

### **6.1.7. TALENTO HUMANO**

El talento humano es el recurso más importante para el funcionamiento de cualquier organización. Si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará, de lo contrario se detendrá.

El vertiginoso cambio en el entorno de las empresas implica que, más que vivir una época de cambios, vivimos un cambio de época donde las nuevas tendencias en el mundo de la economía y del trabajo suponen un reto progresivamente creciente para las empresas, el cual sólo podrá ser superado contando con un contingente humano integrado, sólidamente formado, motivado, comprometido, actuando coordinadamente y que aplique todo su potencial al logro de los objetivos corporativos.

La capacidad intelectual es la clave, y en la nueva economía global de la información, ésta será la que lleve al poder financiero a las empresas. “Si no existe un capital humano capaz de innovar y aprender, las empresas fracasarán”.

#### **6.1.7.1. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

##### **a) GERENCIA ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO**

- **INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO**

Nombre del Puesto: GERENTE ADMINISTRATIVO

- **DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO**

La Gerencia Administrativa es la unidad encargada de Planear, Ejecutar y Dirigir la Gestión Administrativa y Operativa de la Empresa, del manejo de la relación con los diferentes proveedores nacionales.

Desarrolla las Estrategias de Compras Anuales y las Proyecciones de la Organización.

Se encarga del Control Administrativo y Disciplinario del Personal y Coordinar toda la Actividad de Producción de la Empresa.

- **DESCRIPCIÓN DE TAREAS O FUNCIONES**

Controlar el óptimo uso de los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales de la Entidad.

Hacer propuestas al Consejo Directivo sobre modificaciones del funcionamiento institucional orientadas a mejorar su desempeño.

Presentar al Consejo Directivo la propuesta de organigrama institucional así como el flujo de relaciones entre sus dependencias, los procesos y procedimientos así como de cualquier normativa a aplicar en las operaciones.

Establecer comunicación y coordinación con entidades vinculadas.

Velar por el desarrollo y mantenimiento de una buena imagen corporativa.

Mantener una comunicación directa y coordinación con instituciones de apoyo institucional.

Seleccionar, contratar, y destituir al personal de la institución, previa consulta con el Consejo Directivo, y de acuerdo a lo estipulado en la política de recursos humanos.

Autorizar permisos con o sin goce de salarios, así como aplicar medidas de estímulo y disciplinarias al personal.

Evaluar los informes de las unidades operativas y de asesoría.

Realizar conjuntamente con las demás unidades administrativas, un Plan de Desarrollo Institucional a corto, mediano y largo plazo.

Establecer las metas para cada una de las unidades y velar por el cumplimiento de las mismas.

Establecer los indicadores de gestión institucional.

Desarrollar y coordinar la Planificación Estratégica Institucional.

Velar por el cumplimiento de la Misión, Visión y Valores de la Institución.

Llevar las estadísticas generales y particulares de la institución y sobre la base de las mismas, realizar las proyecciones necesarias para el adecuado funcionamiento de la institución y de los servicios que presta.

Las demás inherentes a su cargo y que le sean asignadas por el Consejo Directivo o el Presidente.

Asegurarse de que se lleven a cabo las auditorias y sus resultados, y que se den a conocer donde corresponda de manera oportuna.

- **PERFIL DE CONTRATACIÓN**

**EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA:** Título académico preferentemente en las áreas de Administración, Economía, Finanzas o Derecho, con estudios de maestría o post grado en AltaGerencia o Administración de Empresas.

**EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA:** Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint.

**EXPERIENCIA LABORAL PREVIA:** Un mínimo de cinco años de experiencia a nivel de dirección o alta gerencia en el sector público o privado.

**CONOCIMIENTOS NECESARIOS:** Planeamiento Estratégico, Políticas Públicas, Planeamiento de Sistemas, Procesos de Administración General, Resolución y Manejo de Conflicto, Conocimiento sobre integración de equipos gerenciales y desarrollo organizacional, Uso de computadoras y paquetes utilitarios, Inglés.

HABILIDADES Y DESTREZAS: Alta capacidad de análisis y de síntesis, Excelente comunicación oral y escrita, Excelentes relaciones interpersonales, Capacidad para desarrollar y orientar equipos de trabajo, Poseer cualidades de Liderazgo y Motivación, Capacidad para Gerenciar, Capacidad de Negociación, Eficiente administración del tiempo, Capaz de asumir riesgos, Tener Iniciativa, creatividad e innovación.

## **b) OPERADORES DEL PROYECTO - CONTADORES**

- **INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO**

Nombre del Puesto: CONTADOR INSTITUCIONAL.

- **DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO**

El Contador es responsable de validar los registros contables que se generen en forma automática, así como efectuar los registros contables directos que se produzcan en el Proceso Administrativo Financiero, realizar oportunamente los cierres mensuales y anuales, preparar los estados financieros básicos e informar sobre el comportamiento de los recursos y obligaciones institucionales.

- **DESCRIPCIÓN DE TAREAS O FUNCIONES**

Efectuar y validar los registros contables directos y generar el respectivo comprobante contable.

Verificar que todas las transacciones efectuadas dentro del proceso estén registradas en la Aplicación Informática DEBI a la fecha del cierre.

Efectuar los cierres mensuales y anuales de acuerdo a los plazos establecidos.

Generar, verificar y firmar conjuntamente con la Gerencia Administrativa, los informes financieros básicos y de ejecuciones presupuestarias institucionales, mensuales y anuales que son requeridos por el DEBI, autoridades superiores y organismos de control.

Efectuar y validar las partidas de ajustes contables requeridos para efectuar el cierre anual.

Efectuar los análisis financieros respectivos, a ser remitidos a las autoridades institucionales de conformidad a los plazos que señala la Ley.

Mantener debidamente referenciado y completo el archivo de documentación de respaldo contable institucional.

Mantener un adecuado sistema de control interno contable.

Cumplir con otras actividades adicionales asignadas por la Gerencia, relacionadas con el Ciclo Presupuestario.

- **PERFIL DE CONTRATACIÓN.**

EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA: Título académico de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA.

EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA: Manejo de paquetes utilitarios; Windows y Microsoft Office: Word, Excel y PowerPoint.

EXPERIENCIA LABORAL PREVIA: Un mínimo de dos años de experiencia en puesto similar.

CONOCIMIENTOS NECESARIOS: Políticas Públicas, conocimientos sobre Leyes Tributarias y Fiscales, experiencia en la aplicación de la Ley de Compras Públicas y su Reglamento, conocimiento sobre uso de paquetes computacionales, manejo de la normativa generalmente aceptada con la naturaleza del puesto, Código de comercio, Código de Trabajo, Control Interno, Leyes inherentes al IESS y sus diversos trámites, NIIF's, Normas Contables y de Auditoría.

HABILIDADES Y DESTREZAS: Planificador, metódico, ordenado, alta capacidad de análisis y de síntesis, excelentes relaciones interpersonales, eficiente administración del tiempo.

**c) SECRETARIA-RECEPCIONISTA**

- **INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO**

Nombre del Puesto: SECRETARIA / RECEPCIONISTA

- **DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO**

Recibir, registrar, clasificar y distribuir la correspondencia interna y externa, así como, controlar el centro de recursos y atender el conmutador.

- **DESCRIPCIÓN DE TAREAS O FUNCIONES**

Contestar y efectuar llamadas telefónicas.

Recibir y clasificar la correspondencia externa e interna y distribuirla.

Elaborar cuadro diario, semanal y mensual de salida y entrada de correspondencia.

Mantener actualizada la base de datos de las instituciones relacionadas con la empresa: nombre de la empresa, persona contacto, dirección, teléfono, fax, correo electrónico, etc.

Administrar el centro de recursos.

Apoyar a las diferentes unidades en labores secretariales.

Colaborar en la atención a los miembros del Consejo Directivo.

Atender al público en general.

- **PERFIL DE CONTRATACIÓN**

EDUCACIÓN FORMAL NECESARIA: Secretaria Ejecutiva

EDUCACIÓN NO FORMAL NECESARIA: Manejo de paquetes utilitarios: Windows y Microsoft Office: Word, Excel y Power Point. Redacción comercial y curso de técnicas de archivo.

EXPERIENCIA LABORAL PREVIA: Un mínimo de un año de experiencia en puesto similar.

CONOCIMIENTOS NECESARIOS: Manejo del conmutador, Manejo de Archivo, Redacción, Taquigrafía, Internet, Atención al Cliente.

HABILIDADES Y DESTREZAS: Uso de software y computadoras, uso de máquina de escribir, uso de fax, uso de fotocopidora, buen trato en la atención al público y discreción.

## **6.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **6.2.1. NIVELES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Los niveles que forman parte de la estructura organizativa son: Órgano Representativo y deliberante; Directivo; Ejecutivo; Administrativo y Operativo.

#### **6.2.1.1. ÓRGANO REPRESENTATIVO Y DELIBERANTE**

Constituido por la junta general de accionistas, legalmente convocada y reunida; representa la voluntad social para tratar asuntos específicos.

Estas juntas generales son ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se reúnen con carácter obligatorio, por lo menos una vez al año y las extraordinarias cuando se trate de asuntos que no son de competencias de las juntas ordinarias.

#### **6.2.1.2. NIVEL DIRECTIVO**

Se constituye en el máximo órgano de administración; elige la junta general de accionistas, con amplias facultades para la administración, gestión, organización y representación legal. Instancia autorizada para delegar algunas funciones de la administración, responsable solidariamente por las resoluciones que adopte y por los actos de administración.

Asimismo, por la definición y aprobación de las políticas, estrategias, planes de desarrollo, presupuestos, normas, procedimientos y disposiciones emanadas por la junta general de accionistas. También es responsable de establecimiento y mantenimiento de un adecuado y efectivo sistema de controles internos.

#### **6.2.1.3. NIVEL EJECUTIVO**

Se constituye en la máxima instancia ejecutivo, designado por el Directorio, con facultades delegadas para, organizar, dirigir, gestionar, el conjunto de la organización, mediante procesos administrativos de implementación y vigilancia por el cumplimiento de las políticas, estrategias, normas, procedimientos y otras acciones aprobadas por el Directorio.

Este nivel, es responsable de promover la existencia de un ambiente de control interno efectivo. Puede estar conformado por el gerente general y los de área.

#### **6.2.1.4. NIVEL ADMINISTRATIVO**

Es el nivel de apoyo en los procesos administrativos integrales de la organización. Tiene los denominados mandos medios e intermedios; es el nivel donde se hacen cumplir las normas y procedimientos administrativos, para el desarrollo de las actividades propias o giro empresarial, bajo los principios comunes del logro de los objetivos.

Pueden ser parte de este nivel, los jefes de departamento o sección.

#### **6.2.1.5. NIVEL OPERATIVO**

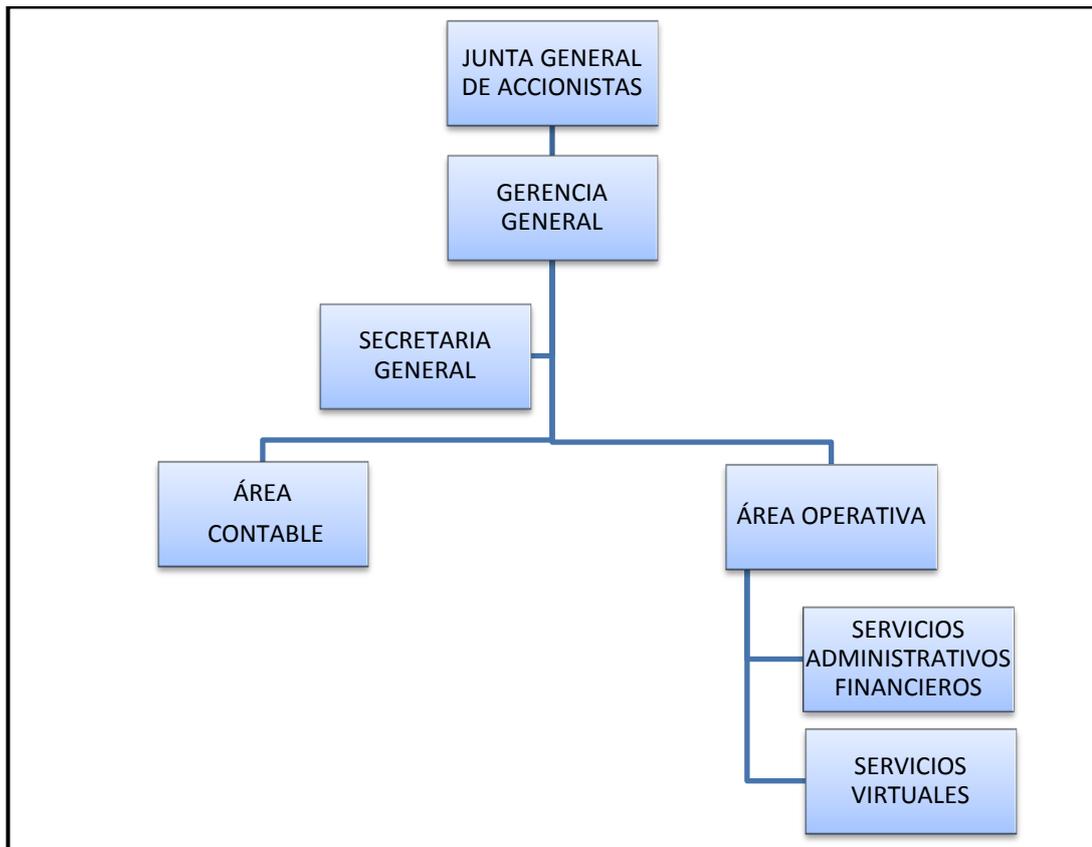
Es el nivel donde el capital humano, está relacionado directamente con los procesos de producción de bienes y servicios (giro empresarial). Es donde la fuerza laboral, ya sea administrativa u operativa, que tiene que ver mucho y especialmente con las tareas asignadas (operacionales) y con el cumplimiento de las metas fijadas en el plan de

desarrollo empresarial. En este nivel, están ubicados los trabajadores que son parte del proceso de producción de los bienes o servicios.

### 6.3. ORGÁNICO FUNCIONAL

El organigrama empresarial es la representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa.

#### ORGÁNICO FUNCIONAL



**FIGURA N° 18**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Estructura Organizacional

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

#### 7.1. BASES TEÓRICAS

Con la finalidad de realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de la investigación realizada se procede a evaluar técnicamente los impactos que en diferentes áreas o ámbitos genera el presente proyecto.

Para el presente análisis de impactos, se ha empleado lo siguiente:

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente; en el presente proyecto se ha determinado los ámbitos social, económico, ecológico, tecnológico y educativo.

Se selecciona un rango de niveles de impacto positivos y negativos de acuerdo a la siguiente tabla:

#### CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

PUNTAJE	SIGNIFICADO
-5	Negativo en el nivel Muy Alto
-4	Negativo en el nivel Alto
-3	Negativo en el nivel Medio
-2	Negativo en el nivel Bajo
-1	Negativo en el nivel Muy Bajo
0	Indiferente
1	Positivo en el nivel Muy Bajo
2	Positivo en el nivel Bajo
3	Positivo en el nivel Medio
4	Positivo en el nivel Alto
5	Positivo en el nivel Muy Alto

#### CUADRO N° 58

Elaborado por: La Autora

Fuente: Material Didáctico Apuntes Universitarios

Se construye para cada una de las áreas una matriz en la que horizontalmente se ubica los niveles de impacto establecido, mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que permitirá tener información específica y puntual del área analizada.

A cada indicador, se asigna un nivel de impacto, positivo o negativo, a continuación se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto, la misma que será dividida para el número de indicadores establecidos en cada área, obteniéndose de esta manera matemáticamente el nivel de impacto del área de estudio.

Bajo cada matriz de área se realiza un breve análisis, en el que se selecciona y argumenta las razones, motivos, circunstancias que conllevaron a asignar el nivel de impacto al indicador de la matriz.

## **7.2. IMPACTOS**

El presente capítulo definirá los impactos generados por la implementación de una Microempresa de Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo Virtuales en el Cantón Pimampiro.

### **7.2.1. IMPACTO ECONÓMICO**

La implementación de Proyectos de Inversión genera impactos positivos en el ámbito económico, por cuanto considera aspectos como la generación de plazas de trabajo, el efecto multiplicador causado por la interacción de los actores sociales, rentabilidad de la inversión y finalmente el aporte efectivo al desarrollo local y nacional.

A continuación se presenta una matriz que contienen aspectos relevantes del impacto y que permitirán medir eficientemente la incidencia del proyecto en este contexto.

### MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Liquidez Empresarial									X		
Generación de Empleo										X	
Efecto Multiplicador										X	
Incidencia en el Desarrollo Local										X	
<b>TOTAL</b>									<b>3</b>	<b>12</b>	
<b>Total de impacto económico = 15/4</b>											
<b>Total de impacto económico = 3,75</b>											
<b>Nivel de impacto económico =Alto Positivo</b>											

**CUADRO N° 59**

**Elaborado por:** La Autora

Como se puede apreciar en la tabla anterior el Impacto Económico el Alto por cuanto la Microempresa de Servicios Administrativos y Financieros, beneficiará económicamente a varios entes, por un lado a los propietarios y empleados quienes dependen de la eficiencia operativa y por otro lado a los clientes potenciales quienes recibirán servicios de calidad, todo ello permitirá que la institución genere ingresos que le permitan cumplir con sus obligaciones inmediatas y futuras.

La implementación de la empresa requerirá de personal calificado para su correcta operatividad, lo que generará plazas de trabajo locales generando así estabilidad económica en varias familias.

El proyecto tendrá un efecto multiplicador no sólo por adquirir insumos a proveedores locales, lo hará además al garantizar que sus empleados generen actividades económicas adicionales al interactuar en los mercados locales en forma personal o a través de sus familias.

Finalmente, es importante recalcar que las ideas de emprendimiento representadas en planes de negocios factibles ayudan eficientemente al Desarrollo Local, hablar de creación de negocios, de aplicación de los conocimientos en un determinado territorio para hacerlo crecer es contribuir efectivamente al crecimiento económico local.

### 7.2.2. IMPACTO SOCIAL

Todo proyecto se genera en un espacio social previamente determinado, y claro genera en él aspectos positivos y negativos, la sociedad es el ámbito más importante en el contexto de un proyecto por cuanto en ella se encuentran los mercados objetivos (potenciales clientes), los recursos humanos, la competencia, en fin es el lugar dónde nace y se desarrolla un proyecto.

A continuación se presenta una matriz que contienen aspectos relevantes del impacto y que permitirán medir eficientemente la incidencia del proyecto en este contexto.

#### MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Calidad de Vida									X		
Estabilidad Laboral										X	
Bienestar Comunitario										X	
Generación de Empresas Productivas											X
Disminución de Problemas Sociales									X		
<b>TOTAL</b>									<b>6</b>	<b>8</b>	<b>5</b>
<b>Total de impacto económico = 19/5</b>											
<b>Total de impacto económico = 3,80</b>											
<b>Nivel de impacto económico = Alto Positivo</b>											

CUADRO N° 60

Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar en el cuadro anterior el Impacto Social es Alto y Positivo, este resultado permite determinar la incidencia que el proyecto tendrá no sólo en sus usuarios principales, éste proyecto busca un cambio en la forma de manejar los negocios, influirá en varios sectores sociales con diversas herramientas tecnológicas que generen desarrollo y progreso.

El hecho de generar una actividad económica diversa y técnica constituye desde ya un reto y un cambio en el contexto y paradigma social, se pretende que los clientes cambien procesos tradicionales por herramientas modernas, se desea un desarrollo conjunto, valor agregado para mejorar la sociedad, proporcionando las herramientas necesarias para el progreso enmarcado en la estabilidad y crecimiento.

Además la generación de este proyecto de investigación de ser factible, permitirá generar una microempresa productiva en dónde se beneficiaran varios sectores sociales.

### **7.2.3. IMPACTO ECOLÓGICO**

Este impacto se refiere a la contribución del proyecto en cuanto a preservación y cuidado del medio ambiente, es importante recalcar que en la actualidad esta variable se ha vuelto trascendental por lo que al momento de realizar un proyecto se debe enfatizar el impacto positivo o negativo que respecto a los recursos naturales éste genera.

Desde la Constitución de la República emana el respeto al medio ambiente, por lo tanto las actividades empresariales deben mantener estricta armonía con el cuidado y conservación del mismo, en la actualidad los proyectos deben ser Sustentables abarcando éste término una fuerza innegable en la preservación de los recursos para garantizar a las generaciones futuras un ambiente sano, por ello se ha tomado énfasis en éste contexto.

A continuación se presenta una matriz que contienen aspectos relevantes del impacto y que permitirán medir eficientemente la incidencia del proyecto en este contexto.

### MATRIZ DE IMPACTO ECOLÓGICO

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Procesos de Conservación Contaminantes.					X						
Obsolescencia de Equipos y Programas.					X						
Exigencias de Energía.					X						
Contaminación visual, alteración del paisaje.					X						
Contaminación Electromagnética.					X						
Ionización Positiva					X						
<b>TOTAL</b>											
<b>Total de impacto económico = -6/6</b>											
<b>Total de impacto económico = -1</b>											
<b>Nivel de impacto económico = Negativo en el Nivel Muy Bajo</b>											

#### CUADRO N° 61

**Elaborado por:** La Autora

La Implementación del presente proyecto genera un Impacto Ecológico Negativo en el Nivel Muy Bajo, considerando que el proyecto no es ambiental se puede manifestar el deseo de contribuir al cuidado del medio ambiente, la Microempresa planteada en cada uno de sus servicios requerirá del uso de suministros que por sus características no son amigables con el ambiente, sin embargo el compromiso empresarial es detectar las afectaciones ambientales y crear las estrategias necesarias para evitar en lo posible, o al menos reducir los efectos dañinos causados por estas tecnologías.

El presente proyecto se basa en lineamientos de respeto ambiental, por ello se pondrá énfasis en técnicas que nos permitan reducir índices de

contaminación, buscar alternativas para proteger el medio ambiente en la medida de nuestras posibilidades, además se buscará patrocinar campañas de cuidado ambiental así como también de recuperación de espacios verdes, en fin acciones que permitan crear una conciencia social y ambiental de manera inmediata.

#### **7.2.4. IMPACTO TECNOLÓGICO**

Este impacto se refiere a la incidencia del proyecto en lo referente a tecnología, en este contexto es necesario recalcar la importancia que en la actualidad ha adquirido la tecnificación, el manejo de la web y otras herramientas que el mundo globalizado ha cimentado obligando a los sectores sociales a utilizarlas para no quedar rezagados.

Todo proceso por simple que sea se ha visto tecnificado, sistematizado y porque no decirlo especializado, la era del conocimiento y tecnología se ha apoderado de cada actividad obligándonos a aprender eficientemente su manejo, el uso de las TIC's ha revolucionado el mundo poniendo el impacto tecnológico como clave en cualquier tipo de negocio, de ahí la importancia de aplicar herramientas tecnológicas para sobrevivir en la era de la comunicación y desarrollo sin fronteras.

A continuación se presenta una matriz que contienen aspectos relevantes del impacto y que permitirán medir eficientemente la incidencia del proyecto en este contexto.

### MATRIZ DE IMPACTO TECNOLÓGICO

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Uso y manejo de TIC's										X	
Uso de herramientas tecnológicas										X	
Tecnificación y Sistematización										X	
Optimización de Recursos											X
Dinamización de Procesos											X
<b>TOTAL</b>										<b>12</b>	<b>10</b>
<b>Total de impacto económico = 22/5</b>											
<b>Total de impacto económico =4,4</b>											
<b>Nivel de impacto económico =Alto Positivo</b>											

**CUADRO N° 62**

**Elaborado por:** La Autora

El proyecto planteado tiene Alto Impacto Tecnológico por cuanto la esencia del mismo es prestar servicios técnicos y especializados con énfasis en el uso eficiente de las Tecnologías de Información y Comunicación para cada una de sus operaciones.

Los servicios de la Microempresa están claramente definidos y en cada uno de ellos se ha establecido estándares de empleo de tecnología para hacerlos eficientes, oportunos, de calidad, exactos y ajustados a los requerimientos de las instancias de control y a los estándares de eficiencia y calidad a nivel nacional e internacional.

Hablar de tecnología es ingresar a un mundo lleno de posibilidades, dónde los que triunfan son quienes aplican todos los conocimientos en este campo de manera ágil y oportuna, quienes ven el cambio como oportunidad y no como riesgo, la empresa CYBERSAF ha tomado este reto ofreciendo a sus clientes especialización, tecnología, apoyo y asesoría para hacer que ellos cambien sus procesos tradicionales por

herramientas actuales y simplificadores, que pasen de lo tradicional a lo técnico, con el objetivo de crecer local, nacional e internacionalmente.

Por todo lo anteriormente mencionado, el presente proyecto garantiza eficiencia tecnológica como uno de sus objetivos claramente definidos, por ello éste impacto es el más relevante ya que conjuga la razón de ser del negocio planteado así como las ventajas evidentes para el cliente potencial.

#### **7.2.5. IMPACTO EDUCATIVO**

Este impacto se refiere al aporte del proyecto en el ámbito educativo, la educación es un sector importante en el ámbito social por ello es importante generar proyectos que directa o indirectamente contribuyan a su mejoramiento, el futuro de la sociedad se encuentra en los niños, jóvenes y adultos que quieran y busquen tener capacidad para asumir los retos del futuro inmediato.

A continuación se presenta una matriz que contienen aspectos relevantes del impacto y que permitirán medir eficientemente la incidencia del proyecto en este contexto.

Generar ideas de negocio rentables es sólo un paso al verdadero éxito, es igual de importante contribuir con la sociedad en ámbitos como la educación, un proyecto que mejore la calidad de aprendizaje de la población es un referente de Desarrollo Local.

### MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Aplicación de Conocimientos										X	
Generación de Conocimientos										X	
Mejoramiento Continuo										X	
Capacitación Permanente											X
Implementación de Estrategias y Vinculación											X
<b>TOTAL</b>										<b>12</b>	<b>10</b>
<b>Total de impacto económico = 22/5</b>											
<b>Total de impacto económico =4,4</b>											
<b>Nivel de impacto económico =Alto Positivo</b>											

**CUADRO N° 63**

**Elaborado por:** La Autora

El presente proyecto tiene un Alto Impacto Educativo por cuanto sus servicios directamente proporcionarán al usuario herramientas para desenvolverse de mejor manera en sus actividades, servicios como el Internet dirigido tienen gran impacto en la educación, la empresa garantizará una asesoría eficiente al estudiante mientras realiza sus consultas en la web, se ofrecerán tips e información relevante para que el cliente use eficientemente la red publicando periódicamente sitios de interés que permitan un aprovechamiento total de las herramientas tecnológicas.

Uno de los servicios del proyecto es la capacitación y asesoría, mediante este servicio los usuarios mejorarán sus conocimientos previos y adquirirán competencias necesarias para desarrollar eficientemente sus labores cotidianas, el lema del proyecto es generar especialización y eso se logra mejorando las capacidades de la población con servicios de calidad y recursos humanos especializados para aportar positivamente a

la construcción de una sociedad eficiente y altamente comprometida con el mejoramiento continuo.

### 7.2.6. IMPACTO GENERAL

#### MATRIZ DE IMPACTO GENERAL

ASPECTOS	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5
Impacto Económico										X	
Impacto Social										X	
Impacto Ecológico					X						
Impacto Tecnológico										X	
Impacto Educativo										X	
<b>TOTAL</b>					<b>-1</b>					<b>16</b>	
<b>Total de impacto económico = 15/5</b>											
<b>Total de impacto económico =3</b>											
<b>Nivel de impacto económico =Alto Positivo</b>											

#### CUADRO N° 64

Elaborado por: La Autora

El impacto a nivel general que dará el proyecto será de 3.8, lo cual constituye un impacto positivo alto.

Esto implica que al ser un impacto positivo alto, la Microempresa de Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo Virtuales, será beneficiosa tanto a nivel individual como colectivo, permitiendo generar una alternativa de progreso del Cantón Pimampiro y sus alrededores.

## CONCLUSIONES

1. Una vez realizado el Estudio Diagnóstico se ha podido determinar que en el Cantón Pimampiro existe un potencial interés en la generación y puesta en marcha de proyectos tecnológicos, al ser un Cantón Productivo y por ende emprendedor la población requiere satisfacer necesidades latentes de especialización, tecnificación y asesoría, mismas que en algunos casos son realizadas empíricamente abriendo así posibilidades para establecer negocios encaminados a solucionar éstos problemas generando paralelamente Desarrollo Local.
2. El Estudio de Mercado dio como resultado que los servicios profesionales tecnificados en innovadores cuentan con oportunidades notables de aceptación, considerando que la revolución tecnológica y la era del conocimiento han implantado una tendencia comercial y de desarrollo productivo a nivel mundial, generando así que la demanda se haya incrementado vertiginosamente en los últimos tiempos para ajustar a las economía en desarrollo a las exigencias de mercados internacionales globalizados.
3. La creación de una Microempresa de Servicios Contables, Tributarios, Técnicos y de Apoyo Virtuales requiere de un alto grado de especialización de los miembros de la misma, instalaciones diseñadas acorde a los requerimientos y expectativas del cliente, horarios ajustados a la dinámica de la economía local, en fin una serie de parámetros analíticamente plasmados en el Estudio Técnico que permitan atraer la atención del cliente y lograr su fidelización.
4. El Estudio Financiero del proyecto a través de sus indicadores de rentabilidad Valor Actual Neto (VAN) positivo con un valor de \$13.785,72 y Tasa Interna de Retorno (TIR) equivale al 38,85% la cual es mayor a la Tasa de Rendimiento Medio (TRM) del 10,31%

proporcionaron lineamientos claros acerca de la factibilidad económica que representa la inversión por cuanto el proyecto no requiere un capital elevado para su puesta en marcha, los márgenes de utilidad son aceptables, cada servicio se opera con costos financiados con recursos propios y finalmente su rentabilidad se fundamenta en la existencia de clientes potenciales fuente principal para generar ingresos que garanticen la puesta en marcha y continuidad en el tiempo del negocio planteado.

5. El presente proyecto se fundamenta básicamente en el desarrollo tecnológico y la especialización, es así, que su planteamiento y puesta en marcha genera impactos positivos en la sociedad, no sólo del punto de vista tecnológico y económico, el proyecto va más allá plantea un cambio de paradigma que combina el saber hacer con el factor tecnológico, generando Desarrollo Local al fortalecer sectores estratégicos.
6. El presente proyecto a través de sus diferentes estudios es una alternativa viable de Desarrollo Local, representa una idea innovadora que cuenta con oportunidad de mercado, capacidad técnica y operativa, rentabilidad económica, capacidad legal, contribución a la sociedad, es en sí un Proyecto Sustentable con un gran potencial para atraer inversionistas.

## RECOMENDACIONES

1. El Cantón Pimampiro al ser un sector emprendedor por naturaleza se vuelve ideal para localizar oportunidades de negocio, cantones como este que aún no han desarrollado el potencial productivo que poseen se convierten en estratégicos a la hora de plasmar proyectos de inversión, en este ámbito la Universidad debe procurar que los estudiantes palpén éstas necesidades e identifiquen posibles emprendimientos.
2. Proyectos que combinan el conocimiento teórico con la efectiva aplicación práctica de la profesión deben tener una connotación más allá del planteamiento, es así que los trabajos de grado deben demostrar claramente el impacto social de la población beneficiada, generando no sólo conocimiento para el estudiante sino a la par ser soluciones efectivas a problemas sociales.
3. Se recomienda la aplicación del presente proyecto considerando que propone una solución viable al manejo empírico de la economía en el Cantón, plantea una asesoría especializada y tecnificada que dote a los clientes potenciales de herramientas para mejorar el diario vivir en sus operaciones económicas, además de hacer énfasis en el hecho que hay cabida para el desarrollo económico de profesionales especializados en ramas diferentes a las agropecuarias y afines.
4. El Desarrollo Local y Nacional requiera una adecuada y dinámica interacción de los actores sociales, es por eso que desde la Universidad como entidad encargada de formar profesionales investigadores y generadores de soluciones a problemas latentes, se debe buscar la cooperación interinstitucional que dote al estudiante en su ciclo de aprendizaje de habilidades y destrezas para generar proyectos de inversión sustentables.

5. Los proyectos constituyen ideas rentables de negocio, mismos que puede permanecer como escritos sin trascendencia en el tiempo sino se les brinda la operatividad necesaria, por ello como autora del presente proyecto recomendaría a la Universidad Técnica del Norte la creación de espacios para agrupación de ideas de negocios destacadas, que se fortalezcan y busquen alternativas para ser negocios en marcha logrando así que los profesionales graduados sean entes generadores de empleo.
  
6. Finalmente, es importante recomendar la disminución de la brecha existente entre la Universidad y la Sociedad, carreras administrativas y económicas necesitan llevarse a un espacio de contacto directo con las empresas e industrias para palmar la realidad empresarial, este contacto directo sería una gran oportunidad de detectar necesidades latentes y plantear proyectos de grado útiles que tiendan a satisfacer necesidades reales que incluso pueden llegar a ser financiadas por organismos del sector público, privado, cooperación internacional, entre otros.

## BIBLIOGRAFÍA

ALAN, Marcus & Otros, Fundamentos de Finanzas Corporativas, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Segunda Edición, Madrid-España, 2007.

AMAT, Oriol, Análisis Integral de Empresas, Editorial Alfaomega, Bogotá-Colombia, 2010.

AMARU, Antonio, Administración para Emprendedores: Fundamentos para la Creación y Gestión de Nuevos Negocios, Editorial Pearson Educación, México D.F.-México, 2008.

APUNTES PERSONALES, Metodología de la Investigación Científica, Catedrático Dr. Edgar Ramírez, Año 2005.

APUNTES PERSONALES, Contabilidad General, Catedrática Dra. Miriam Estévez, Año 2005.

APUNTES PERSONALES, Diseño y Elaboración de Proyectos de Inversión, Catedrático Phd. Walter Jácome, Año 2009.

APUNTES PERSONALES, Trabajo de Grado, Catedrático Dr. Edgar Ramírez, Año 2009.

ASENSIO DEL ARCO, Eva & VÁSQUEZ BLOMER, Beatriz, Como Crear tu Nueva Empresa: Para Sobrevivir a la Crisis, Editorial Paraninfo, Madrid-España, 2009.

BACA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Sexta Edición, México D.F. – México, 2010.

BERNAL, César Augusto, Metodología de la Investigación, Editorial Pearson Educación, Segunda Edición, Neucalpan-México, 2006.

CABERO, Julio, Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Segunda Edición, Madrid – España, 2007.

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN FACAE, Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado, Editorial Universitaria, Ibarra-Ecuador, 2005.

FARRELL, Linda & HIRT, Geoffrey, Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Bogotá-Colombia, 2010.

GÓMEZ, Álvaro, Enciclopedia de Seguridad Informática, Editorial Alfaomega, Bogotá-Colombia, 2007.

GOXENS, M.A., Enciclopedia Práctica de la Contabilidad, Editorial Océano, Barcelona-España, 2010.

GRAY, Clifford & LARSON, Erick, Administración de Proyectos, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Cuarta Edición, Bogotá-Colombia, 2009.

GUZMAYÁN, Carlos, Internet y la Investigación Científica: El Uso de los Medios y las Nuevas Tecnologías en la Educación, Editorial Magisterio, Bogotá-Colombia, 2004.

HERNÁNDEZ, Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Cengage Learning, Quinta Edición, México D.F.-México, 2008.

HUIDROBO, José & BLANCO, Antonio, Administración de Sistemas Informáticos. Redes de Área Local, Editorial Thomson, México D.F.-México, 2006.

HUIDROBO, José, Redes y Servicios de Telecomunicaciones, Editorial Thomson, México D.F.-México, 2006.

LEVINE, John & Otros, Manual Fundamental Internet, Ediciones Anaya Multimedia, Séptima Edición, Madrid – España, 2001.

MONTEROS, Edgar, Manual de Gestión Microempresarial, Editorial Universitaria 2005, Ibarra-Ecuador, 2005.

ORTEGA, Alonso, Proyectos de Inversión, Editorial CECSA, México D.F.-México, 2010.

QUERAEL, Juan Martín & Otros, Curso de Derecho Financiero Tributario, Editorial Tecnos, Décima Cuarta Edición, Madrid – España, 2003

PÉREZ, Adriana, Internet Pro y Contra, Editorial Universitaria, 2004.

RAMÍREZ, Juan Carlos, PYMES más Competitivas, Mayol Ediciones S.A., Bogotá – Colombia, 2009.

SOTO, Eduardo & DOLAN, Simor, Las PYMES ante el Reto del Siglo XXI: Los Nuevos Mercados Globales, Editorial Thomson, México D.F. – México, 2003.

STALLINGS, William, Redes e Internet de Alta Velocidad Rendimiento y Calidad del Servicio, Editorial Pearson Educación, México D.F.-México, 2004.

ZAPATA, Pedro, Contabilidad General, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., 2006.

ZAPATA, Pedro, Contabilidad General con base en la Normas Internacionales de Información Financiera, Editorial McGraw Hill Interamericana S.A., Séptima Edición, 2011.

## LINCOGRAFÍA

Dirección Electrónica <http://www.inec.gob.ec>

Dirección Electrónica <http://www.sri.gob.ec>

Dirección Electrónica <http://www.bce.fin.ec>

Dirección Electrónica <http://www.pimampiro.org>

Dirección Electrónica <http://www.monografias.com>

Dirección Electrónica <http://www.gestiopolis.com>

Dirección Electrónica <http://www.wikipedia.com>

Dirección Electrónica <http://www.monografias.com/trabajos57/importancia-internet-educacion.shtml>

Dirección Electrónica <http://www.panenet.com/educacion/español.htm>

Dirección Electrónica <http://www.foroswebgratis.com/tema-importancia-del-internet-el-la-actualidad-122717-1311338.htm>

Dirección Electrónica <http://discusiosobreglobalizacion.blogspot.com/2006/05/la-importancia-del-internet-para-la-html>

Dirección Electrónica <http://www.revolucionweb.com.ar>

Dirección Electrónica <http://www.buscarivas.es/articulos/2>

Dirección Electrónica <http://www.inegi.gob.mx/inegi/contenidos/espanol>

Dirección Electrónica <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/redes-sociales-ambito=empresarial>

Dirección Electrónica <http://plancontable2007.com/index.php/niif-nic/niif-normas-internacionales-de-informacion-financiera/niif-08.html>

**ANEXOS**

## ANEXO 1. FORMATO ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE SERVICIOS VIRTUALES EN EL  
CANTÓN PIMAMPIRO.

Encuesta N°.....  
Lugar:.....

### OBJETIVO

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información relevante acerca de los servicios virtuales existentes en el cantón Pimampiro para fines diagnósticos y de estudio de mercado.

### INSTRUCCIONES

A continuación, encontrará una serie de preguntas relacionadas con el tema mencionado. Marque con una ("x") en el casillero que mejor se ajuste a su criterio en forma seria, clara y verídica.

### DATOS TÉCNICOS:

#### EDAD:

18-25.....  
26-40.....  
+ 40 .....

#### SEXO:

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

### CUESTIONARIO:

1. ¿Considera Usted que en el Cantón Pimampiro existe potencial de emprendimiento?

Si  No

2. Identifique los servicios informáticos que usted conoce se brindan en el cantón.

<input type="checkbox"/> Acceso a internet	Asesoría técnica informática	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Trabajos de computación	Actualización de antivirus	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Pago de impuestos	Descarga de música y video	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Asesoría y trabajos en paquete office	Acceso a servicios bancarios	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Juegos en línea	Impresión, escaneo	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Asesoría en proyectos, contabilidad y similares		
<input type="checkbox"/> Otro cuál.....		

3. Se conecta a Internet a través de:

Modem                      Wifi (red gratuita)                       Cyber café                        
 Red Institucional                      Servicio de Internet en casa

4. ¿Considera Usted que en el cantón existen suficientes centros informáticos?

Si

No

5. ¿Considera Usted que los negocios existentes cuentan con un número adecuado de computadoras para atender la demanda del servicio?

Si

No

6. De la siguiente escala marque aquella que describa la calidad, velocidad y suficiencia de los servicios virtuales existente en el cantón.

Regular

Buena

Muy Buena

Excelente

7. De los siguientes marque los aspectos positivos que encuentra en los servicios de Internet.

El precio es accesible

Me permite obtener información rápida y segura

Recibo asesoramiento en caso de fallas

El contador de tiempo es justo

Tiene los programas necesarios

Tiene páginas de diversión y ocio seguras

El antivirus se encuentra actualizado y protege las operaciones en red

Restringe el acceso a páginas peligrosas

Me permite realizar operaciones financieras

Los equipos se encuentran en buen estado y cuenta con todos los accesorios

Otro ¿Cuál?.....

8. De lo siguientes marque los aspectos negativos que encuentra en los servicios de internet

El acceso a Internet es muy lento

Tiempo de descarga bastante alto

El precio es alto

No hay seguridades informáticas, virus

He perdido la información procesada

El acceso a red se pierde constantemente

Las redes sociales están bloqueadas

Los ordenadores no son suficientes

Falta de ayuda técnica

Otro ¿Cuál?.....

9. ¿Con qué frecuencia acude a Internet?

1 vez por semana

2 veces por semana

Más de dos veces por semana

10. ¿Cuántas horas a la semana utiliza el servicio de Internet?

De 5 a 10 horas

De 11 a 20 horas

Más de 20 horas

**11. De las siguientes aplicaciones informáticas señale las que conoce y ha utilizado.**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Correo electrónico  | <input type="checkbox"/> Compra virtual                              |
| <input type="checkbox"/> Consultas e información                                     | <input type="checkbox"/> Uso de redes sociales y chateo              |
| <input type="checkbox"/> Descargas de archivos.                                      | <input type="checkbox"/> Busca de empleo                             |
| <input type="checkbox"/> Declaración on-line de impuestos                            | <input type="checkbox"/> Creación de páginas web, blogs, plataformas |
| <input type="checkbox"/> Comercio electrónico (implementación de empresas virtuales) |  |
| <input type="checkbox"/> Video llamadas, video conferencias                          |  |
| <input type="checkbox"/> Inscripciones y matriculas para instituciones educativas    |  |
| <input type="checkbox"/> Otro cuál.....  |  |

**12. ¿Considera usted necesario la implementación de un Centro Informático que preste una gama de servicios virtuales enfocado en el uso eficiente y técnico de la Red?**

Si  No

**13. ¿Aplica seguridades informáticas al momento de acceder a Internet?**

Si  No

**14. ¿Considera Usted que implementar una empresa de servicios financieros y contables virtuales contribuye al desarrollo del cantón?**

Si  No

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO 2. FORMATO ENTREVISTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

### ENTREVISTA.

Me encuentro realizando una investigación diagnóstica para determinar la situación actual del cantón Pimampiro en lo referente al aspecto tecnológico, especialmente en cuanto al uso de la web y prestación de servicios profesionales financiero-tributarios. Conociendo que usted es una persona versada en el tema, deseo pedirle conteste algunas preguntas al respecto.

#### DATOS PERSONALES:

Nombre del Entrevistado:.....

Institución:.....

Cargo o función que desempeña:.....

#### CUESTIONARIO:

1. ¿Considera Usted que en el Cantón Pimampiro existe potencial de emprendimiento?

.....  
.....

2. En la actualidad el uso de las tecnologías (Internet) así como la especialización profesional (contabilidad, tributación, proyectos, etc.) se han vuelto indispensables ¿Cree usted que el Cantón Pimampiro cuenta con servicios de ésta clase que permitan satisfacer necesidades locales?

.....  
.....

3. ¿Cómo nació su idea de negocio y qué parámetros estableció para determinar la rentabilidad y perpetuidad del mismo?

.....  
.....

4. ¿Qué servicios presta en su negocio y cuáles piensa incorporar en el futuro?

.....  
.....

5. En lo referente a determinación de precios ¿Qué parámetros utiliza?

.....  
.....

**6. Partiendo de un análisis de competencia y saturación de servicios ¿Considera usted que en el Cantón Pimampiro se pueden implantar negocios virtuales adicionales a los existentes?**

.....  
.....

**7. Tomando como referencia su negocio ¿Existen suficientes proveedores que entreguen bienes o servicios necesarios para la buena marcha de su negocio?**

.....  
.....

**8. ¿Quién es su proveedor de Internet y qué parámetros consideró para contratar el servicio?**

.....  
.....

**9. ¿Conoce y aplica normativas legales (nacionales o extranjeras) en los servicios que oferta?**

.....  
.....

**10. ¿Cuenta con asistencia técnica que brinde al usuario facilidades y ayuda para explotar al máximo las ventajas y posibilidades de la Red?**

.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### ANEXO 3. FORMATO ENTREVISTA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

#### ENTREVISTA.

Me encuentro realizando una investigación diagnóstica para determinar la situación actual del cantón Pimampiro en lo referente al aspecto tecnológico, especialmente en cuanto al uso de la web y prestación de servicios profesionales financiero-tributarios. Conociendo que usted es una persona versada en el tema, deseo pedirle conteste algunas preguntas al respecto.

#### DATOS PERSONALES:

Nombre del Entrevistado:.....

Institución:.....

Cargo o función que desempeña:.....

#### CUESTIONARIO:

**1. ¿Considera Usted que en el Cantón Pimampiro existe potencial de emprendimiento?**

.....  
.....

**2. En la actualidad el uso de las tecnologías (Internet) así como la especialización profesional (contabilidad, tributación, proyectos, etc.) se han vuelto indispensables ¿Cree usted que el Cantón Pimampiro cuenta con servicios de ésta clase que permitan satisfacer necesidades locales?**

.....  
.....

**3. ¿Qué proyectos y servicios tecnológicos mantiene el Municipio de Pimampiro y que proyecciones futuras en materia tecnológica se deben implantar?**

.....  
.....

**4. ¿Qué importancia tienen las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) en el desarrollo local del Cantón?**

.....  
.....

**5. ¿Qué sectores sociales y económicos se beneficiarían con el uso eficiente de tecnologías como el internet y los recursos que de su uso se derivan?**

.....  
.....

**6. Partiendo de un análisis de competencia y saturación de servicios ¿Considera usted que en el Cantón Pimampiro se pueden implantar negocios virtuales adicionales a los existentes?**

.....  
.....

**7. ¿Cuál es el alcance de la cobertura de los servicios virtuales que ofrece la municipalidad?**

.....  
.....  
.....

**8. ¿Quién es su proveedor de Internet y qué parámetros consideró para contratar el servicio?**

.....  
.....  
.....

**9. ¿Conoce y aplica normativas legales (nacionales o extranjeras) en los servicios que oferta?**

.....  
.....  
.....

**10. ¿Cuenta la municipalidad con asistencia técnica que brinde al usuario facilidades y ayuda para explotar al máximo las ventajas y posibilidades de la Red?**

.....  
.....  
.....

**11. Partiendo de un análisis de costo-beneficio ¿Qué criterios ha utilizado la Municipalidad para determinar el costo de los servicios que oferta a la ciudadanía, explique cada parámetro de acuerdo al servicio prestado?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

#### ANEXO 4. POBLACIÓN DE ESTUDIO INVESTIGACIÓN PRIMARIA

Según datos del INEC en base al último Censo, el cantón Pimampiro tiene una población de 12.951 habitantes, es decir es el cantón de más baja población en la provincia de Imbabura, representa el 3.8% de la población provincial y el 0.11% de la población nacional.

Para efectos del cálculo de la muestra se tomó como base la población económicamente activa del cantón (PEA) que de acuerdo al censo del año 2001 la constituyen 5.341 personas.

INDICADOR	VALOR	FUENTE	AÑO
<b>PEA</b>	<b>5,341.00</b>	<b>INEC</b>	<b>2001</b>
PEA POR RAMA - ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	24.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	21.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA	120.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA	3,463.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	403.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - CONSTRUCCIÓN	145.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - ENSEÑANZA	135.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	4.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMESTICO	240.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - HOTELES Y RESTAURANTES	41.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	237.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	3.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - NO DECLARADO	266.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - ORGANIZACIONES Y ÓRGANOS EXTRATERRITORIALES	.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - OTRAS ACTIVIDADES COMUNITARIAS SOCIALES Y PERSONALES DE TIPO SERVICIOS	95.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - PESCA	.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	6.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - TRABAJADOR NUEVO	9.00	INEC	2001
PEA POR RAMA - TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	129.00	INEC	2001

**Fuente:** INEC, Censo 2001

**ANEXO 5. DISEÑO DE FICHA DE OBSERVACIÓN**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

**MODELO DE REGISTRO DE OBSERVACIÓN**

<b>Caso Observado:</b>		
1. Localidad	2. Comunidad	3. Ficha N°
4. Informante	5. Fecha	6. Observador
7. Contenido	8. Diferentes graduaciones del fenómeno a observarse:	9. Aspectos que se observan:
	a)..... b)..... c)..... d).....	Quienes Participan: 1. La mayoría..... 2. Buen número..... 3. Algunos..... 4. Pocos.....
		<b><u>10. CONCLUSIONES</u></b> ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....

**ANEXO 6. DISEÑO FICHAS BIBLIOGRÁFICAS**

**MODELO DE FICHA BIBLIOGRÁFICA**

**1. Anverso**

Autor	No	Asignatura
Título de la Obra		
Datos de Editorial		
		Información Biblioteca

**2. Reverso**

<p>DESCRIPCIÓN DE LA OBRA</p> <p>.....</p>
---

## MODELO DE FICHA NEMOTÉCNICA

### 1. Anverso

Autor.....		Tema.....
Contenido..... ..... ..... ..... .....		
		Ciudad.....

### 2. Reverso

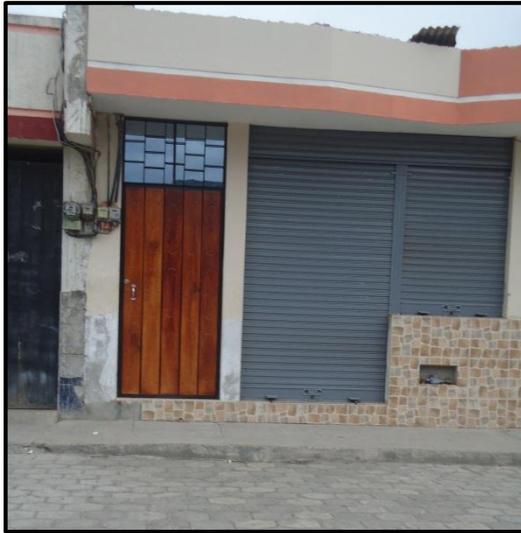
Análisis/Descripción de la Obra ..... ..... ..... ..... .....
Datos del Investigador y Fecha.....

## ANEXO 7. FOTOGRAFÍAS POSIBLES LUGARES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

### OPCIÓN 1. LOCAL UBICADO EN LA CALLE FLORES



**OPCIÓN 2. LOCAL UBICADO EN LA CALLE PAQUISHA**



**OPCIÓN 3. LOCAL UBICADO EN LA CALLE BOLÍVAR**



**ANEXO 8. REGISTRO PATENTES COMERCIALES E INDUSTRIALES AÑOS 2009, 2010 Y 2011 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO CANTÓN PIMAMPIRO**

**CUADRO RESUMEN USUARIOS Y COMPETIDORES POTENCIALES EN BASE A PATENTES COMERCIALES E INDUSTRIALES**

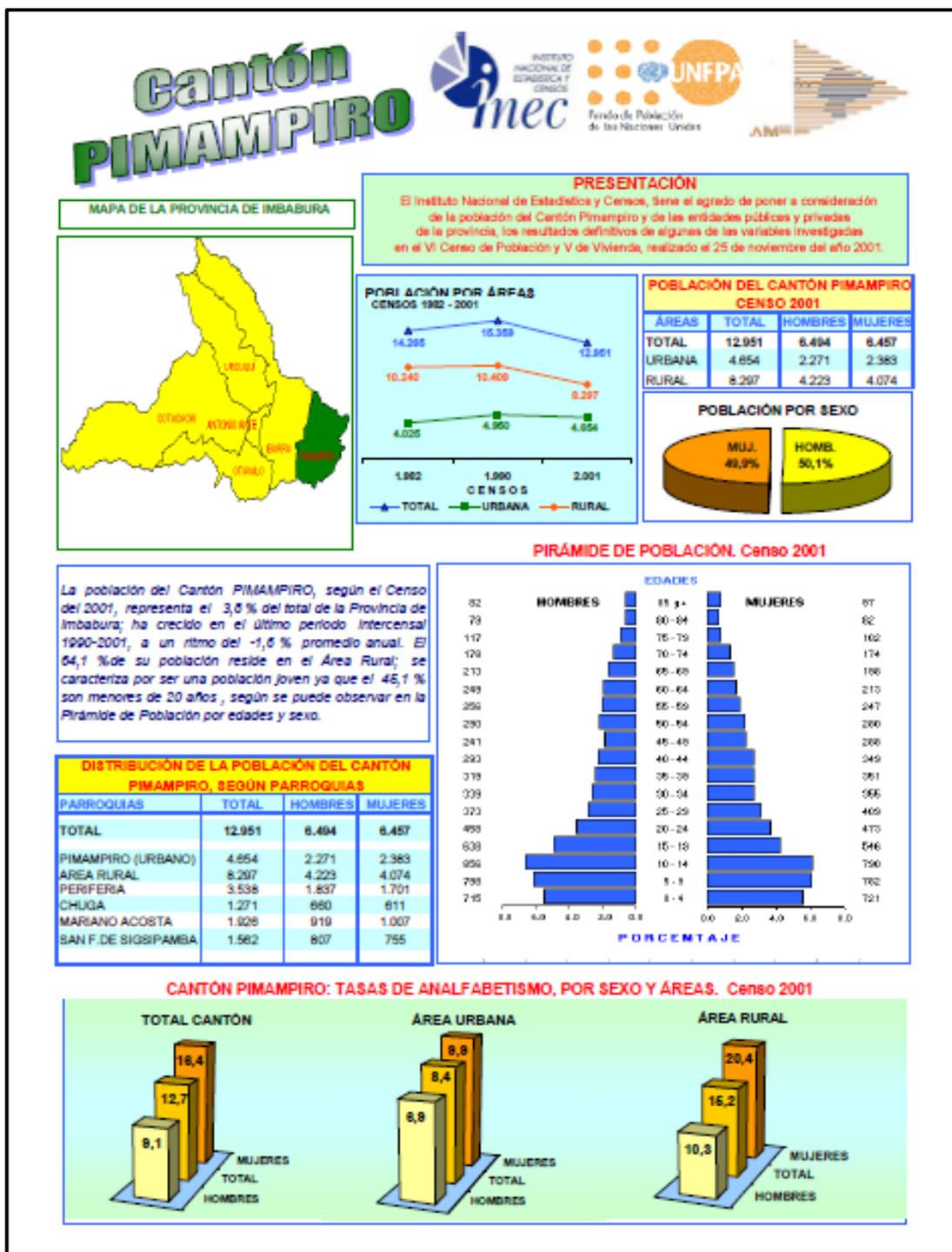
AÑO	USUARIOS	TASA CRECIMIENTO	COMPETIDORES			
			SERVICIOS FINANCIEROS	TASA CRECIMIENTO	INTERNET	TASA DE CRECIMIENTO
2009	385		4		8	
2010	389	0,0104	5	0,2500	10	0,2500
2011	668	0,7172	6	0,2000	12	0,2000
<b>TOTALES</b>		<b>0,7276</b>		<b>0,4500</b>		<b>0,4500</b>
<b>TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO</b>		<b>0,3638</b>		<b>0,2250</b>		<b>0,2250</b>

**Fuente:** Registro de Patentes Comerciales e Industriales

**Elaborado por:** La Autora

Como se puede observar en el cuadro anterior la tasa de crecimiento en lo referente a usuarios es elevada por lo que se ha decidido aplicar el promedio de crecimiento del año 2009 – 2010 considerando que los datos del 2011 se han elevado drásticamente al punto de duplicarse, una causa probable para este fenómeno puede ser la obligatoriedad de obtener patente municipal para realizar el trámite de obtención del RUC analizando este aspecto es razonable utilizar para la proyección de demanda la tasa del 1,04% misma que se ajusta a la realidad local objeto del presente proyecto.

## ANEXO 9. BASE ESTADÍSTICA CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2001 Y 2010



Fuente: [www.pimampiro.org](http://www.pimampiro.org)

INEC Instituto Nacional de Estadística y Censos

Martes, 27 Diciembre 2011 17:02:46

Buscador

español

En Ecuador habitan **1.526.806** niños entre 5 y 9 años

Usted está aquí: Inicio

**Noticias**

**Somos 14.483.499 de ecuatorianas y ecuatorianos, según el censo**

**EN ECUADOR SOMOS 14.483.499 HABITANTES**

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) entregará al país los resultados del Censo de Población y Vivienda (CPV) 2010 el miércoles 31 de agosto del presente año, en la Capilla del Hombre, a las 19:00.

[Leer más...](#)

**Montubios, indígenas y mestizos participaron en la campaña**

La Comisión Nacional de Estadística de los Pueblos Indígenas, Afroecuatoriano y Montubio del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentó el libro "Los pueblos por la autoidentificación cultural"

[Leer más...](#)

**Resultados Censo de Población**

Provincias  Cantones:

2010

IMBABURA

PIMAMPIRO

Consultar

**Total 12.970**

**Mujeres 6.522**

**Hombres 6.448**

Fuente: www.inec.gob.ec

Censo 2010

**CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010**  
Por que cada hecho de tu vida cuenta... Ecuador cuenta con el INEC

INEC Instituto Nacional de Estadística y Censos

ANÁLISIS DE DATOS CENSALES

ESTRUCTURA DE LA POBLACION

Población por Sexo y Grupos de Edad

Distribución por Edades

Relación de Dependencia

Relación de Masculinidad / Femenidad

ADULTO MAYOR (65+)

RECUNIDAD - MORTALIDAD INFANTIL

EDUCACIÓN

INDICADORES PREDEFINIDOS

ESTADÍSTICAS BÁSICAS

INFORMACIÓN GENERAL

AREA # 1005 PIMAMPIRO

Grupos de edad	Sexo	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año		99	98	197
De 1 a 4 años		458	496	954
De 5 a 9 años		714	663	1,377
De 10 a 14 años		761	708	1,469
De 15 a 19 años		693	648	1,341
De 20 a 24 años		485	515	1,000
De 25 a 29 años		392	456	848
De 30 a 34 años		363	408	771
De 35 a 39 años		339	376	715
De 40 a 44 años		316	308	624
De 45 a 49 años		308	309	617
De 50 a 54 años		255	304	559
De 55 a 59 años		225	272	497
De 60 a 64 años		276	240	516
De 65 a 69 años		232	224	456
De 70 a 74 años		201	177	378
De 75 a 79 años		164	148	312
De 80 a 84 años		103	91	194
De 85 a 89 años		44	51	95
De 90 a 94 años		11	24	35
De 95 a 99 años		8	3	11
De 100 años y más		1	3	4
<b>Total</b>		<b>6,448</b>	<b>6,522</b>	<b>12,970</b>

Fuente: www.inec.gob.ec

The screenshot shows the INEC website interface. At the top, there is a navigation bar with the INEC logo, the date 'Martes, 27 Diciembre 2011 17:21:29', and a search bar. Below the navigation bar is a large banner with a photo of children and the text 'En Ecuador habitan 1.526.806 niños entre 5 y 9 años'. The main content area is divided into three sections: 'Noticias' (News), 'Resultados Censo de Población' (Census Results), and a central news item. The 'Noticias' section includes a headline 'Somos 14.483.499 de ecuatorianas y ecuatorianos, según el censo' and a graphic with the text 'EN ECUADOR SOMOS 14.483.499 HABITANTES'. The central news item is titled 'Montubios, indígenas y mestizos participaron en la campaña' and includes a photo of people working together. The 'Resultados Censo de Población' section shows a search interface for the year 2010 and the province of IMBABURA, with a 'Consultar' button. Below the search interface, the results are displayed: Total 398.244, Mujeres 204.580, and Hombres 193.664.

Fuente: www.inec.gob.ec

## CRECIMIENTO DEMOGRÁFICO POBLACIÓN POR EDAD

Rango de Edad	Censo Año 2001	Censo Año 2010
10-14	1.646	1.469
15-19	1.184	1.341
20-24	931	1.000
25-29	782	848
30-34	694	771
35-39	670	715
40-44	642	624
45-49	529	617
50-54	570	559
<b>TOTALES</b>	<b>7.648</b>	<b>7.944</b>

Fuente: www.inec.gob.ec

## **ANEXO10. NORMATIVA LEGAL**

### **“LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS”**

#### **EL H. CONGRESO NACIONAL**

##### **Considerando:**

Que, el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado.

Que, es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos.

Que, se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura.

Que, a través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una Ley especializada sobre la materia.

Que, es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales.

En uso de sus atribuciones, expide la siguiente:

### **“LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO, FIRMAS ELECTRÓNICAS Y MENSAJES DE DATOS”**

#### **TÍTULO PRELIMINAR**

**Artículo 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.

#### **TÍTULO III.**

**DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS, LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA, LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS, E INSTRUMENTOS PÚBLICOS.**

## **CAPITULO I**

### **DE LOS SERVICIOS ELECTRÓNICOS**

**Artículo 44.- Cumplimiento de formalidades.-** Cualquier actividad, transacción mercantil, financiera o de servicios, que se realice con mensajes de datos, a través de redes electrónicas, se someterá a los requisitos y solemnidades establecidos en la Ley que las rija, en todo lo que fuere aplicable, y tendrá el mismo valor y los mismos efectos jurídicos que los señalados en dicha Ley.

## **CAPÍTULO II**

### **DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y TELEMÁTICA.**

**Artículo 45.- Validez de los Contratos Electrónicos.-** Los contratos podrán ser instrumentados mediante mensajes de datos. No se negará validez o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación uno o más mensajes de datos.

**Artículo 46.- Perfeccionamiento y Aceptación de los contratos electrónicos.-** El perfeccionamiento de los contratos electrónicos se someterá a los requisitos y solemnidades previstos en las Leyes y se tendrá como lugar de perfeccionamiento el que acordaren las partes.

La recepción, confirmación de recepción, o apertura del mensaje de datos, no implica aceptación del contrato electrónico, salvo acuerdo de las partes.

**Artículo 47.- Jurisdicción.-** En caso de controversias las partes se someterán a la jurisdicción estipulada en el contrato; a falta de ésta, se sujetarán a las normas previstas por el Código de Procedimiento Civil Ecuatoriano y esta Ley, siempre que no se trate de un contrato sometido a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en cuyo caso se determinará como domicilio el del consumidor o usuario.

Para la identificación de la procedencia de un mensaje de datos, se utilizarán los medios tecnológicos disponibles, y se aplicarán las disposiciones señaladas en esta Ley y demás normas legales aplicables.

Cuando las partes pacten someter las controversias a un procedimiento arbitral, en la formalización del convenio de arbitraje como en su aplicación, podrán emplearse medios telemáticos y electrónicos, siempre que ello no sea incompatible con las normas reguladoras del arbitraje.

### **CAPÍTULO III**

#### **DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS O CONSUMIDORES DE SERVICIOS ELECTRÓNICOS**

**Artículo 48.- Consentimiento para aceptar mensajes de datos.-** Previamente a que el consumidor o usuario exprese su consentimiento para aceptar registros electrónicos o mensajes de datos, debe ser informado clara, precisa y satisfactoriamente, sobre los equipos y programas que requiere para acceder a dichos registros o mensajes.

El usuario o consumidor, al otorgar o confirmar electrónicamente su consentimiento, debe demostrar razonablemente que puede acceder a la información objeto de su consentimiento.

Si con posterioridad al consentimiento del consumidor o usuario existen cambios de cualquier tipo, incluidos cambios en equipos, programas o procedimientos, necesarios para mantener o acceder a registros o mensajes electrónicos, de forma que exista el riesgo de que el consumidor o usuario no sea capaz de acceder o retener un registro electrónico o mensaje de datos sobre los que hubiera otorgado su consentimiento, se le deberá proporcionar de forma clara, precisa y satisfactoria la información necesaria para realizar estos cambios, y se le informará sobre su derecho a retirar el consentimiento previamente otorgado sin la imposición de ninguna condición, costo alguno o consecuencias. En el caso de que estas modificaciones afecten los derechos del consumidor o usuario, se le deberán proporcionar los medios necesarios para evitarle perjuicios, hasta la terminación del contrato o acuerdo que motivó su consentimiento previo.

**Artículo 49.- Consentimiento para el uso de medios electrónicos.-** De requerirse que la información relativa a un servicio electrónico, incluido el comercio electrónico,

deba constar por escrito, el uso de medios electrónicos para proporcionar o permitir el acceso a esa información, será válido si:

a) El consumidor ha consentido expresamente en tal uso y no ha objetado tal consentimiento; y,

b) El consumidor en forma previa a su consentimiento ha sido informado, a satisfacción, de forma clara y precisa, sobre:

1) Su derecho u opción de recibir la información en papel o por medios no electrónicos;

2) Su derecho a objetar su consentimiento en lo posterior y las consecuencias de cualquier tipo al hacerlo, incluidas la terminación contractual o el pago de cualquier tarifa por dicha acción;

3) Los procedimientos a seguir por parte del consumidor para retirar su consentimiento y para actualizar la información proporcionada; y,

4) Los procedimientos para que, posteriormente al consentimiento, el consumidor pueda obtener una copia impresa en papel de los registros electrónicos y el costo de esta copia, en caso de existir.

**Artículo 50.- Información al consumidor.-** En la prestación de servicios electrónicos en el Ecuador, el consumidor deberá estar suficientemente informado de sus derechos y obligaciones, de conformidad con lo previsto en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento.

Cuando se tratare de bienes o servicios a ser adquiridos, usados o empleados por medios electrónicos, el oferente deberá informar sobre todos los requisitos, condiciones y restricciones para que el consumidor pueda adquirir y hacer uso de los bienes o servicios promocionados.

La publicidad, promoción e información de servicios electrónicos, por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se realizará de conformidad con la Ley, y su incumplimiento será sancionado de acuerdo al ordenamiento jurídico vigente en el Ecuador.

En la publicidad y promoción por redes electrónicas de información, incluida la Internet, se asegurará que el consumidor pueda acceder a toda la información disponible sobre un bien o servicio sin restricciones, en las mismas condiciones y con las facilidades disponibles para la promoción del bien o servicio de que se trate.

En el envío periódico de mensajes de datos con información de cualquier tipo, en forma individual o a través de listas de correo, directamente o mediante cadenas de mensajes, el emisor de los mismos deberá proporcionar medios expeditos para que el destinatario, en cualquier tiempo, pueda confirmar su suscripción o solicitar su exclusión de las listas, cadenas de mensajes o bases de datos, en las cuales se halle inscrito y que ocasionen el envío de los mensajes de datos referidos.

La solicitud de exclusión es vinculante para el emisor desde el momento de la recepción de la misma. La persistencia en el envío de mensajes periódicos no deseados de cualquier tipo, se sancionará de acuerdo a lo dispuesto en la presente Ley.

El usuario de redes electrónicas, podrá optar o no por la recepción de mensajes de datos que, en forma periódica, sean enviados con la finalidad de informar sobre productos o servicios de cualquier tipo.

## **CAPÍTULO IV**

### **DE LOS INSTRUMENTOS PÚBLICOS**

**Artículo 51.- Instrumentos Públicos Electrónicos.-** Se reconoce la validez jurídica de los mensajes de datos otorgados, conferidos, autorizados o expedidos por y ante autoridad competente y firmados electrónicamente.

Dichos instrumentos públicos electrónicos deberán observar los requisitos, formalidades y solemnidades exigidos por la Ley y demás normas aplicables.

## **TÍTULO V**

### **DE LAS INFRACCIONES INFORMÁTICAS**

#### **CAPÍTULO I**

#### **DE LAS INFRACCIONES INFORMÁTICAS**

**Artículo 57.- Infracciones Informáticas.-** Se considerarán infracciones informáticas, las de carácter administrativo y las que se tipifican, mediante reformas al Código Penal, en la presente Ley.

### **Reformas al Código Penal**

**Artículo 58.-** A continuación del Art. 202, inclúyanse los siguientes artículos innumerados:

**“Artículo ....-** El que empleando cualquier medio electrónico, informático o afín, violentare claves o sistemas de seguridad, para acceder u obtener información protegida, contenida en sistemas de información; para vulnerar el secreto, confidencialidad y reserva, o simplemente vulnerar la seguridad, será reprimido con prisión de seis meses a un año y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Si la información obtenida se refiere a seguridad nacional, o a secretos comerciales o industriales, la pena será de uno a tres años de prisión y multa de mil a mil quinientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

La divulgación o la utilización fraudulenta de la información protegida, así como de los secretos comerciales o industriales, será sancionada con pena de reclusión menor ordinaria de tres a seis años y multa de dos mil a diez mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Si la divulgación o la utilización fraudulenta se realiza por parte de la persona o personas encargadas de la custodia o utilización legítima de la información, éstas serán sancionadas con pena de reclusión menor de seis a nueve años y multa de dos mil a diez mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

**Artículo ...- Obtención y utilización no autorizada de Información.-** La persona o personas que obtuvieren información sobre datos personales para después cederla, publicarla, utilizarla o transferirla a cualquier título, sin la autorización de su titular o titulares, serán sancionadas con pena de prisión de dos meses a dos años y multa de mil a dos mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

**Artículo 59.-** Sustitúyase el Art. 262 por el siguiente:

“Art. 262.- Serán reprimidos con tres a seis años de reclusión menor, todo empleado público y toda persona encargada de un servicio público, que hubiere maliciosa y fraudulentamente, destruido o suprimido documentos, títulos, programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, de que fueren depositarios, en su calidad de tales, o que les hubieren sido encomendados en razón de su cargo”.

**Artículo 60.-** A continuación del Art. 353, agréguese el siguiente artículo innumerado:

**“Art....- Falsificación electrónica.-** Son reos de falsificación electrónica la persona o personas que con ánimo de lucro o bien para causar un perjuicio a un tercero, utilizando cualquier medio, alteren o modifiquen mensajes de datos, o la información incluida en éstos, que se encuentre contenida en cualquier soporte material, sistema de información o telemático, ya sea:

- 1.- Alterando un mensaje de datos en alguno de sus elementos o requisitos de carácter formal o esencial;
- 2.- Simulando un mensaje de datos en todo o en parte, de manera que induzca a error sobre su autenticidad;
- 3.- Suponiendo en un acto la intervención de personas que no la han tenido o atribuyendo a las que han intervenido en el acto, declaraciones o manifestaciones diferentes de las que hubieren hecho.

El delito de falsificación electrónica será sancionado de acuerdo a lo dispuesto en este Capítulo.

**Artículo 61.-** A continuación del Art. 415 del Código Penal, inclúyanse los siguientes artículos innumerados:

**“Art.....- Daños informáticos.-** El que dolosamente, de cualquier modo o utilizando cualquier método, destruya, altere, inutilice, suprima o dañe, de forma temporal o definitiva, los programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de

datos contenido en un sistema de información o red electrónica, será reprimido con prisión de seis meses a tres años y multa de sesenta a ciento cincuenta dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

La pena de prisión será de tres a cinco años y multa de doscientos a seis cientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, cuando se trate de programas, datos, bases de datos, información o cualquier mensaje de datos contenido en un sistema de información o red electrónica, destinada a prestar un servicio público o vinculado con la defensa nacional.

**Art. ....-** Si no se tratare de un delito mayor, la destrucción, alteración o inutilización de la infraestructura o instalaciones físicas necesarias para la transmisión, recepción o procesamiento de mensajes de datos, será reprimida con prisión de ocho meses a cuatro años y multa de doscientos a seiscientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.”.

**Artículo 62.-** A continuación del Art. 549, introdúzcase el siguiente artículo innumerado:

**“Art.... Apropiación ilícita.-** Serán reprimidos con prisión de seis meses a cinco años y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, los que utilizen fraudulentamente sistemas de información o redes electrónicas, para facilitar la apropiación de un bien ajeno, o los que procuren la transferencia no consentida de bienes, valores o derechos de una persona, en perjuicio de ésta o de un tercero, en beneficio suyo o de otra persona alterando, manipulando o modificando el funcionamiento de redes electrónicas, programas informáticos, sistemas informáticos, telemáticos o mensajes de datos.

**“Art. ....-** La pena de prisión de uno a cinco años y multa de mil a dos mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, si el delito se hubiere cometido empleando los siguientes medios:

1. Inutilización de sistemas de alarma o guarda;
2. Descubrimiento o descifrado de claves secretas o encriptadas;

3. Utilización de tarjetas magnéticas o perforadas;
4. Utilización de controles o instrumentos de apertura a distancia; y,
5. Violación de seguridades electrónicas, informáticas u otras semejantes.”.

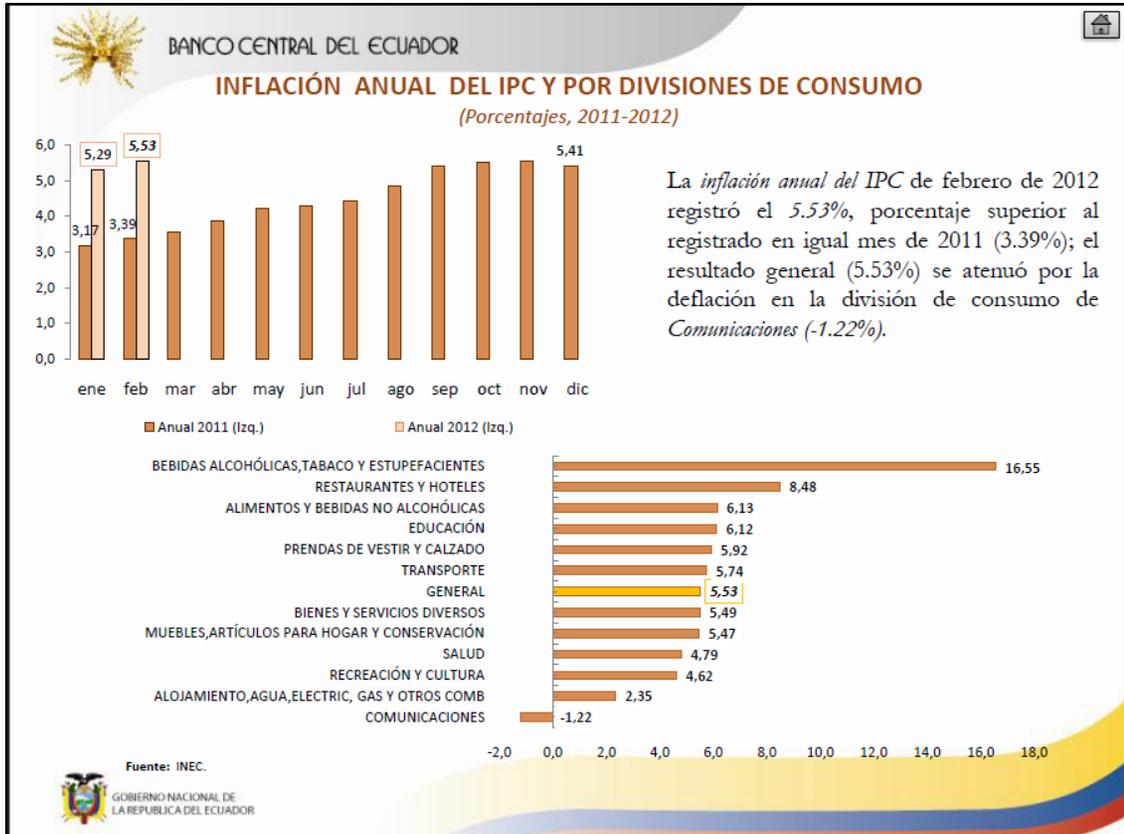
**Artículo 63.-** Añádase como segundo inciso del artículo 563 del Código Penal el siguiente:

“Será sancionado con el máximo de la pena prevista en el inciso anterior y multa de quinientos a mil dólares de los Estados Unidos de Norteamérica, el que cometiere el delito utilizando los medios electrónicos o telemáticos”.

**Artículo 64.-** A continuación del numeral 19 del Art. 606 añádase el siguiente:

“..... Los que violaren el derecho a la intimidad, en los términos establecidos en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.”.

## ANEXO11. REPORTE DE INFLACIÓN



Fuente: Dirección electrónica <http://www.bce.fin.ec>

## ANEXO12. TASA ACTIVA Y PASIVA



**Fuente:** Dirección electrónica <http://www.bce.fin.ec>





COMPANIA GENERAL DE COMERCIO  
**cogecomsa** S.A.  
GRUPO COMERCIAL

San Gregorio Oe3-59 y Ulloa \* Telf PBX: (02) 223-0928  
Email: cogecomsa@cogecomsa.com \* Fax 250-3710 \* Quito - Ecuador

**CONTRIBUYENTE ESPECIAL**

RESOLUCIÓN No 636

R.U.C.: 1790732657001

CLIENTE: **Carla Silva**  
RUC: **1003668611**  
DIRECCION: **Calle Montúfar v González Suárez**  
TELEFONO: **062937299** LUGAR: **Pimampiro**

FACTURA PROFORMA **0000575**

AUT. S.R.I.: **1110713629**  
Fecha Autorización 10 Febrero 2012<sup>0000000575</sup>

C.C.: **0100002399**  
VENDEDOR: **SLOPEZ**

FECHA DE EMISIÓN: **05/03/2012**

CADENA NAVARREZ ELIZABETH PATRICIA • RUC 171169450001 • AUT 2371 • del 06/07/01 AL 06/06/00 • Válido para su Emisión hasta 10 de Febrero del 2013

CANTIDAD	DETALLE DE MERCADERÍAS	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
50	DVD-R CON CAJA IMATION	0.68320	34.160
5	MASKING DE 1 Y 40 YDAS	0.82800	4.140
1	CALCULADORA TIPO SUMADORA 12 DIG CON IMP DR-120 CASIO	65.80000	65.800
12	CINTA DE EMBALAJE TRANSPARENTE 2"40MTS	0.41160	4.939
1	GRAPADORA INDUSTRIAL 200 HOJAS EAGLE	13.80000	13.800
30	PASTAS TRANSPARENTES A-4	0.07920	2.376
60	ARCHIVADOR TAMAÑO OFICIO LOMO 6CMS COLORES HAPPY FENIX	1.51200	90.720
30	PASTAS PLASTICAS A-4 FENIX	0.07920	2.376
5	ETIQUETAS ADHESIVAS T-8 DAT PEC	0.36200	1.810
1	DIRECTORIO TELEFONICO INDICE	3.79500	3.795
30	PERFILES PLASTICOS A4	0.09408	2.822



RECIBI CONFORME

IMPORTE VENTA GRAVADA TARIFA I.V.A 0%	0.0000
IMPORTE VENTA GRAVADA TARIFA I.V.A 12%	226.7386
SUBTOTAL:	226.74
IMPORTE I.V.A 12%	27.21
TOTAL:	253.95

Proforma 135

febrero 28 2012



Cliente: Carla Silva

RUC: 1003668611

Telefono: 2937299

Direccion: Pimampiro, Calle Montúfar y González Suárez

Cantidad	Detalle	Valor	
4	Litros de tinta para impresora canon MP250 para sistema de tinta continua	18,00	72,00
1	Litro de polvo para recarga impresora SAMSUNG ML 1665	45,00	45,00
1	Litro de polvo para recarga impresora SAMSUNG SCX 4623F	45,00	45,00
1	Toner impresora SAMSUNG ML1665	70,00	70,00
1	Toner impresora SAMSUNG SCX 4623F	72,00	72,00
1	Cartucho de Impresora canon mp250 negro	21,50	21,50
1	Cartucho de Impresora canon mp250 color	26,50	26,50
100	CD princo	0,25	25,00
100	DVD	0,30	30,00
1	Disco Duro 1 tera	178,00	178,00
3	memory flash 8 Gb	9,78	29,34
1	Kit de limpieza informatico	20,00	20,00
1	Servicio de Mantenimiento por computador	20,00	20,00

RESPONSABLE

SUBTOTAL	654,34
IVA	78,52
TOTAL	732,86

TEL: 062642496 Cel: 091490349  
msn: chriss\_realpe3@hotmail.com



## PROFORMA

Diseño + IMPRESORES GRÁFICOS

**CLIENTE:** Carla Silva  
**FECHA:** 22 de marzo de 2012  
**DIRECCIÓN:** Pimampiro, calle Montúfar y González Suárez  
**OFERENTE:** Patricio Andrei Urresta Tález (TramaStudio Imprenta Offset)  
2280 355 / 097084244 / 084318328  
**RUC:** 1003668611

De mi consideración:

Atendiendo su gentil invitación, me permito presentar el siguiente presupuesto y especificaciones.

### REFERENCIA: DISEÑO E IMPRESIÓN

Cant	Detalle	C. Unit	C. Total
2	<b>Banners con roll up</b>	80	160
	- Tamaño 200cm x 80cm - Impresión de 1440 dpi en lona opaca - Diseño gráfico e instalación		
1	<b>Rótulo Luminoso</b>	95	95
	- Tamaño 100cm x 100cm - Impresión de 1440 dpi en lona traslucida - Lámparas de luz blanca e instalación eléctrica - Diseño gráfico e instalación		
1	<b>Rótulo</b>	65	65
	- Tamaño 200cm x 100cm - Impresión de 1440 dpi en lona opaca - Diseño gráfico e instalación		
500	<b>Afiches</b>	0,25	125
	- Tamaño 44cm x 32cm - Impresión full color en couche de 150g - Diseño gráfico y terminados graficos Uv		
500	<b>Carpetas</b>	0,55	275
	- Tamaño 44cm x 32cm - Impresión full color plegable 12 - Diseño gráfico y terminados graficos Uv		
500	<b>Trípticos</b>	0,25	125
	- Tamaño 30cm x 21cm - Impresión full color en papel couche de 150g - Diseño gráfico y terminados graficos Uv		
	<b>SUBTOTAL</b>		<b>845</b>
	<b>IVA 0%</b>		<b>0</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>845</b>

**NOTA:**

Forma de pago efectivo.

**SOMOS ARTESANOS CALIFICADOS NO GRAVAMOS IVA**

Atentamente  
  
Andrei Urresta  
PRODUCCIÓN GRÁFICA

  
Mira: León Ruales y Sucre  
RUC: 0401447503001

diseño  
gráfico

registro marca patricio. andrej

RUC: 0401447503001

autorización: 1106618722

**PROFORMA:**

Sres.

**Carla Silva**

Dirección: **Pimampiro, Montufar y González Suárez**

Teléfono: 062937-299

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO U.	PRECIO T.
1	Instalación de Internet	\$ 56.00	\$ 56.00
1	Servicio de Internet CYBER 750 KBPS	\$ 67.20	\$ 67.20
1	Servicio de Internet CYBER 1024 KBPS	\$ 89.60	\$ 89.60
1	Servicio de Internet CYBER 1500 KBPS	\$ 134.40	\$ 134.40
1	Instalación de Red por Equipo	\$ 16.80	\$ 16.80

ATENTAMENTE,

JORGE CALDERON

**ASESOR COMERCIAL**

PROFORMA

N°01796

RUC:1091734547001

Ibarra, 12 DE MARZO DE 2012

Cliente: CARLA SILVA

Dirección: PIMAMPIRO, IMBABURA

TELF: 2937299

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	ESTACIÓN DE TRABAJO BIG SECRET. Tamaño 1,50cm x 1,50cm Elaborada en Melamínico duraplac doble Cara de 25mm Bordo en cinta PVC resistente. Contiene Soportes (2) EN "I" Metálicos 1 Faldón Frontal Metálico con troqueles; (1) Cajonera Triple Ancha Metálica con Niveladores de piso Con 2 Cajones lapiceros y 1 Cajón para Carpetas colgantes con Cerradura de máxima seguridad, acabados en pintura Electrostatica y Texturizada. (1) Porta CPU con 4 ruedas Niqueladas. (1) - Pasacable Redondo Negro. (1) Porta Teclado de Riel Inter.(1 color)		254,46
1	ESTACIÓN DE TRABAJO Modelo "STANDAR" Elaborada en Melamínico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.60cm en "L", Contiene 1 Faldón en Melamínico, 1 Placa Lateral, 1 Base Mixta (Metal y Melamínico) (1) Cajonera Triple Metálica Ancha con (1) Gaveta para Archivo con seguridad para las 3 gavetas acabados en pintura electrostática y texturizada, (1) Porta Teclado de Riel, (1) Porta Porta CPU con 4 resbalones Niquelados, (1) Pasacable redondo plástico.		227,68
2	SILLÓN GERENTE, Brama II Alto c/brazos de Madera con apoyabrazas tapizados en cuerina. Sistema de Regulación de altura y reclinación Base 5 puntas con Garruchas Plásticas. Tapiz Cuerina tipo cuero Negro.	147,32	294,64
2	SILLÓN ESPERA BIPERSONAL MODELO "GRAFFITI" c/brazos. Con Estructura en Tubo Redondo, Acabados en pintura Electrostatica y Texturizada. Tapiz Textil o Cuerina.	107,14	214,29
Tiempo de Entrega: 15 Días Laborables		Subtotal \$	991,07
Forma de Pago: 60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	991,07

**PROFORMA**

N°01796

RUC:1091734547001

Ibarra, 12 DE MARZO DE 2012

Cliente: **CARLA SILVA**  
 Dirección: **PIMAMPIRO, IMBABURA**

TELF: 2937299

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
	<b>VIENEN...</b>		<b>991,07</b>
4	SILLAS VISITA MAGISTRAL, Estructura tubular metálica acabados en pintura electrostática y texturizada, Tapiz en cuerina Negra.	80,36	321,43
1	MESAS DE REUNIONES OVALADAS, Elaboradas en Melamínico de de 25mm Doble Cara Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.50*0.90cm con Base o Estructura metálica Especial.		151,79
1	LIBRERO, Elaborado en Melamínico Duraplac doble Cara, Tamaño 1.80cm de alto x 0.60cm de ancho x 0.30cm de Profundidad, Con 2 Puertas Bajas.		98,21
1	COUNTER RECEPCIÓN, Elaborado en melamínico Duraplac doble cara de 25mm con Filo PVC muy resistente, Tamaño 1.80*1.50cm Con Superficie Aérea Altura a 0.90cm Con Paneles Perfil en Aluminio Nacional 31-31 Incluye: (1) Cajonera Triple Ancha Metálica con seguridad, (1) Porta Teclado de Riel, (1) Porta CPU con 4 ruedas niqueladas, (1) Soporte de 2", (1) pasa cable redondo plástico.		491,07
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	2.053,57
Forma de Pago: 60 % al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	246,43
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	2.300,00

Entregué Conforme  
**Irene Játiva**

Recibí Conforme





**Papelcom**  
 SUMINISTROS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN  
 ÚTILES ESCOLARES EN LAS MEJORES MARCAS  
 COPIAS B/N Y COLOR

**ESCOBAR TERÁN SANDRA JANNET**

**PROFORMA**

Dir.: González Suárez y Montúfar Tel.: 2937234  
 PIMAMPIRO - IMBABURA - ECUADOR

Nombre Sra. Carla Silva  
 R.U.C./CI. 1003668611 Fecha 1 Marzo 2012  
 Dirección Calle Montúfar 5028 Telf. 2937299

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
2	cajas copias bic pm x12	5,28	10,56
12	correctores bic x	1,42	17,04
10	fundas separadores plásticos	0,92	9,20
60	archivadores ton af	2,20	132,00
1	grapadora Kw trio 702	9,80	9,80
1	perforadora Kw trio	4,60	4,60
1	saca grapas	0,50	0,50
12	resaltadores	0,85	10,20
3	hijas	0,80	2,40
100	carpetas carton	0,22	22,00
12	lápices HB	0,65	7,80
1	agoradora Kw trio	9,50	9,50
1	set de estiletes	4,50	4,50
6	rollos cinta embalaje x100	1,25	7,50
6	rollos maskin 2"	0,90	5,40
1	calculadora Científica	14,00	14,00
12	pegos en barra 21gr	1,25	15,00
10	fundos etiquetas adhesivos	0,55	5,50
3	borradores Relikan	0,20	0,60
10	resmas papel bond 75gr	3,60	36,00
		SUBTOTAL	288,10
		TARIFA 0%	36,00
		% I.V.A.	34,57
		TOTAL \$	358,67

Recibí Conforme

Entregué Conforme



**Esteban Maldonado**  
 ASESOR COMERCIAL  
 SUPERVISOR DEPARTAMENTO DE VENTAS



Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte  
 (06) 2640 444 / 2 640 333 Fax: 2 643 036  
 7 404

estebanm@hotmail.es  
 computers.com.ec  
 vendedor



Atención: **NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES**  
 RUC: 0701084121001

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

Señores **Srta. Carla Silva**

Teléfono **2937299**  
 Dirección **Pimampiro**  
 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
WINDOWS 7 ( OPCIONAL )			IVA 12% 672.00
P. Contado			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**



**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

