



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE SERVICIOS EMPRESARIALES CON
ENFOQUE ESTRATÉGICO Y ESCALAMIENTO FUTURO EN
LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORES:

ANA XIMENA QUINTEROS VÁSQUEZ
ANÍBAL ROLANDO TARAMBÍS BASTIDAS

DIRECTOR:

Dr. WALTER JÁCOME V. PHD.

IBARRA, OCTUBRE, 2010

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad de creación de una microempresa que brinde asesoría y consultoría en servicios empresariales y este ubicada en la ciudad de Ibarra con cobertura local inicialmente, para a futuro expandirse a la región norte del país. Los hallazgos de la presente investigación se resumen en: diagnóstico aplicado al entorno del proyecto, determinó existe situaciones favorables (aliados) más que aspectos desfavorables (oponentes) por otra parte las oportunidades son bastantes significativas y los potenciales riesgos pueden ser amortiguados. El estudio de mercado confirma la aceptación de los servicios que se pretenden ofertar por lo tanto la factibilidad tiene una buena probabilidad de éxito. La propuesta consta de los siguientes aspectos: estudio técnico, aspectos administrativos, estrategias competitivas, plan de negocios y escalamiento prospectivo. Se han considerado diferentes escenarios con la finalidad de administrar correctamente el riesgo. Para asegurar el éxito del proyecto se ha diseñado una estrategia de apoyo operacional que consiste en el concurso de un staff de profesionales idóneos y de reconocida garantía en el medio, para que atiendan a manera de consultores las diferentes propuestas. Así mismo el estudio está avalado por un adecuado análisis financiero utilizando los evaluadores más pertinentes que demuestran la factibilidad de la propuesta. Finalmente se evaluaron los posibles impactos que se van a generar como producto de la implantación del proyecto.

THE SUMMARIZE EXECUTIVE

The present study has as purpose to determine the feasibility of creation a microenterprise that offers consultant ship and consultancy in managerial services and this located initially in the Ibarra city with a local covering it stops to future to expand to the north region. The discoveries of the present investigation summary in the following way: the diagnosis applied to the environment of the project determines that exists favorable situations (allies) more than unfavorable aspects (opponents) on the other hand the opportunities are enough significant and the potential risks can be muffled. The market study confirms the acceptance of the services that are sought to offer the feasibility therefore has a good probability of success. The proposal consists of the following aspects: technician studies, administrative aspects, competitive strategies, business's plan and prospective scaling. They have been considered different scenarios with the administering purpose the risk correctly. For assure the success strategy operational project to support it has been designed that consists in the competition staff's suitable professionals and grateful guarantee in the means, so that they assist by way of consultants the different proposals. Likewise the study is endorsed by an appropriate financial analysis using the most pertinent appraisers that demonstrate the feasibility of the proposal. Finally the possible impacts were evaluated that will generate as product's installation of the endorsed project.

AUTORÍA

Nosotros, ANA XIMENA QUINTEROS VÁSQUEZ Y ANÍBAL ROLANDO TARAMBÍS BASTIDAS, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de nuestra exclusiva responsabilidad.

Ana Ximena Quinteros Vásquez
CI. 1002853206

Aníbal Rolando Tarambís Bastidas
CI. 0401327341

INFORME DIRECTOR TRABAJO DE GRADO

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por los egresados, Srta. Ana Ximena Quinteros Vásquez y Sr. Aníbal Rolando Tarambís Bastidas para optar por el título de INGENIEROS COMERCIALES, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS EMPRESARIALES CON ENFOQUE ESTRATÉGICO Y ESCALAMIENTO FUTURO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de julio del 2010.

.....
Dr. Walter Jácome V. PHD.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo es desarrollado en base a una investigación descriptiva de campo que ha permitido justificar la viabilidad y factibilidad de la “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS EMPRESARIALES CON ENFOQUE ESTRATÉGICO Y ESCALAMIENTO FUTURO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que consta de seis capítulos expuestos de la siguiente manera:

Capítulo I: Diagnóstico Situacional, que establece la forma como se realizó la investigación de campo utilizando población y muestra para identificar aliados, oponentes, oportunidades u riesgos y concluir con el problema diagnóstico principal.

Capítulo II: Marco Teórico, corresponde a las bases teóricas científicas que respaldan los contenidos de la propuesta utilizando material bibliográfico actualizado.

Capítulo III: Estudio de Mercado, es un análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda, oferta y la identificación de los precios actuales para los servicios empresariales en la ciudad de Ibarra para establecer la demanda potencial a satisfacer y la proyección de los servicios utilizando el SPSS 18.

Capítulo IV: Propuesta, estructurada mediante propósitos que definen: aspectos técnicos para la creación de la microempresa, micro y macrolocalización, estructura organizativa, estrategias del plan de negocios.

Capítulo V: se refiere a la evaluación económica financiera estructurada de conformidad a las exigencias del manual de grados vigente en la facultad con un añadido que es el análisis económico coyuntural

específicamente el efecto multiplicador del empleo, evitando la sobreestimación y el exagerado optimismo que puedan afectar al posible éxito que se pretende conseguir en el presente proyecto.

Capítulo VI: Es la evaluación de los posibles impactos que generará el proyecto en lo: económico, social, empresarial y ético, a través de la matriz de valoración de impactos.

DEDICATORIA

¡A DIOS, por la oportunidad de vida y superación!

A mi familia, en especial a mis padres Bertha Bastidas Aragón y Aníbal Tarambís Armas, a mis hermanas Andrea y Geovanna, finalmente a mis sobrinitos Andrea Gallegos, Valesca León y Mateo León.

¡Gracias por apoyarme en mis sueños!

Rolando T.B

Dedicatoria

A Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.

A mis padres, hermano y hermanas ya que gracias a ellos soy quien soy hoy en día, fueron los que me dieron ese cariño y calor humano necesario.

A mis compañeros de universidad, que día a día compartimos la vida universitaria con logros y momentos difíciles.

Anita Quinteros

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser la luz de la vida.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Administración de Empresa quien nos dio la oportunidad de cumplir con nuestra meta anhelada.

A nuestras familias, por ser la razón de la existencia, y motivación para el triunfo.

A nuestro asesor de tesis, Dr. Walter Jácome que con su tolerancia supo guiarnos en la elaboración y culminación del presente trabajo.

Aníta y Rolando

INDICE GENERAL

PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	II
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	III
AUTORÍA	IV
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	V
PRESENTACIÓN	VI
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	X
INDICE GENERAL	XI
INDICE DE CUADROS	XIX
INDICE DE GRÁFICOS	XXII
INDICE DE ILUSTRACIONES	XXII
INTRODUCCIÓN	23
JUSTIFICACIÓN	24
OBJETIVOS	25
METODOLOGÍA	26

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes	27
1.2. OBJETIVOS	28
1.2.1. General	
1.2.2. Específicos	
1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS	
1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES	30
1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	
1.6. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO	32

1.6.1. Identificación de la Población	
1.6.2. Identificación de la Muestra	
1.6.3. Instrumentos de Recolección de Información	
1.6.3.1. Información Primaria	
1.6.3.2. Información Secundaria	
1.7. TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	34
1.7.1. Resultado de Encuesta Dirigida al Sector Microempresarial de la Ciudad de Ibarra.	
1.8. ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO EXTERNO	47
1.8.1. Aliados	
1.8.2. Oponentes.	
1.8.3. Oportunidades	48
1.8.4. Riesgos.	
1.9. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	49

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EMPRESA	50
2.2. MICROEMPRESA	
2.2.1. Importancia de la Microempresa	51
2.2.2. Características de las Microempresas	
2.2.2.1. Trabajo Familiar	
2.2.2.2. Limitación de capital	
2.2.2.3. Organización del trabajo	
2.2.2.4. Limitaciones Tecnológicas	
2.2.2.5. Estrategia Comercial	
2.3. SERVICIO	52
2.3.1. Características distintivas un Servicio	53
2.3.1.1. Intangibilidad	

2.3.1.2. Inseparabilidad	
2.3.1.3. Variabilidad	
2.3.1.4. Caducidad	
2.4. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	54
2.4.1. Visión	
2.4.2. Misión	
2.5. PLAN DE CONTINGENCIA	55
2.6. ESTRATEGIA	56
2.6.1. Definición	
2.6.2. Importancia de Estrategia	
2.7. ESTRATEGIA COMPETITIVA	57
2.7.1. Diseño de una Estrategia Competitiva	58
2.7.2. Estrategia Genérica	59
2.7.2.1. Liderazgo en Costos	
2.7.2.2. Estrategia de Diferenciación	
2.7.2.3. Estrategia de Enfoque o Segmentación	
2.7.3. Estrategia Funcional	
2.8. PLAN DE NEGOCIOS	60
2.8.1. Planes de Negocio como herramienta de administración	
2.9. CADENA DE VALOR	61
2.9.1. Actividades de apoyo	
2.9.2. Actividades Primarias	
2.10. RIESGO	62
2.11. COMPETENCIAS	
2.11.1. Competencias Laborales	
2.12. ESCENARIOS CORPORATIVOS	63
2.13. MODELO DE REGRESIÓN LINEAL	64

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación	65
3.2. Identificación del Servicio	
3.3. Mercado Meta	68
3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	
3.5. Proyección de la Demanda Efectiva	69
3.5.1. Aplicación del modelo matemático, Regresión Lineal.	
3.5.2. Identificación de Variables	
3.5.2.1. Variable Independiente	
3.5.2.2. Variable Dependiente	
3.5.3. Resultado del Modelo Matemático	70
3.5.4. Análisis del Modelo Matemático	72
3.5.5. Modelo de proyección	73
3.5.6. Análisis de confianza	
3.5.6.1. Sensibilidad	
3.5.6.2. Variables de predicción	74
3.5.7. Proyección del número de empresas para 5 años.	75
3.5.8. Análisis de confianza del modelo matemático	77
3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA	78
3.7. Proyección de la oferta	
3.8. Demanda potencial proyectada a satisfacer	80
3.9. Pronóstico de ventas	
3.10. ANÁLISIS DE PRECIOS	82
3.11. Conclusiones del estudio	83

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

Presentación	84
--------------	----

PROPÓSITO UNO

4.1. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

4.1.1. Macrolocalización del Proyecto	85
4.1.2. Microlocalización del Proyecto	
4.1.3. Distribución de la Planta	88
4.1.4. Diagrama de Procesos	89

PROPÓSITO DOS

4.2. La Microempresa y su organización

4.2.1. Nombre de la microempresa	93
4.2.2. Base Filosófica	
4.2.3. Misión	
4.2.4. Visión	94
4.2.5. Objetivos de la Microempresa.	
4.2.6. Políticas de la Microempresa	
4.2.7. Principios y Valores	95
4.2.7.1. Principios	
4.2.7.2. Valores	
4.2.8. Estructura Organizativa	96
4.2.9. Niveles Administrativos	98
4.2.10. Matriz de Competencias	99
4.2.11. Constitución Legal.	104
4.2.12. Minuta de Escritura de Constitución	105
4.2.13. Permisos de Funcionamiento	115

- 4.2.13.1. Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes.
- 4.2.13.2. Requisitos para obtener la Patente Municipal por primera vez.

PROPÓSITO TRES

4.3. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	117
4.3.1. Esquema para el Diseño de una Estrategia Competitiva	118
4.3.2. Estrategias para Contrastar la Competencia	119
4.3.2.1. Interrogantes para la Competencia	
4.3.3. Estrategias para captar clientes.	122
4.3.3.1. Interrogantes para los Clientes.	
4.3.4. Estrategias para el Escalamiento	125
4.3.4.1. Interrogantes para el Estado	

PROPÓSITO CUATRO

4.4. PLAN DE NEGOCIOS Y ESCALAMIENTO	
PROSPECTIVO	126
4.4.1. ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.	128
4.4.1.1. Estrategias Empresariales	
4.4.1.2. Estrategias de Diversificación del Servicio	132
4.4.1.3. Estrategia de cobertura del servicio	
4.4.2. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA (ESCALAMINETO)	133

4.4.2.1. Estrategia de Comunicación	
4.4.2.2. Estrategia de Diferenciación del Servicios	138
4.4.2.3. Estrategia de Segmentación interinstitucionales	Estrategias
4.4.2.4. Estrategia efecto multiplicador	141
4.4.2.5. Estrategia de capacitación permanente	
4.4.3. Presupuesto General del Plan de Medios	
4.4.4. Cronograma de Actividades Estrategias de Publicidad y Promoción .	142

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.5. Estructura de la Inversión.	144
5.6. Cálculo del Costo de oportunidad y Tasa de Redescuento	145
5.7. INVERSIONES.	146
5.7.1. Inversión en Activos Fijos.	
5.7.1.1. Equipo de Computación y Oficina	
5.7.1.2. Muebles y Enseres.	147
5.7.2. Inversión en Capital de Trabajo.	148
5.7.3. Inversión Diferida	
5.8. INGRESOS	149
5.9. Ingresos proyectados	
5.10. EGRESOS	150
5.11. Presupuestos de Costos y Gastos	
5.11.1. Costos Operativos de los Servicios	
5.11.1.1. Trabajo de Consultores	
5.11.2. Gastos Administrativos	151
5.11.3. Gastos de Ventas	

5.11.4. Gastos Financieros	152
5.12. Fuentes de Financiamiento	153
5.13. Depreciación y Amortización	154
5.14. Estado de Situación Inicial	156
5.15. Estado de Resultados.	
5.16. Flujo de Caja Proyectada con Protección	158
5.17. EVALUACIÓN FINANCIERA	
5.17.1. Valor Actual Neto	
5.17.2. Tasa Interna de Retorno	159
5.17.3. Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno	160
5.17.3.1. Escenario uno	
5.17.3.2. Escenario dos	
5.17.4. Periodo de Recuperación de la Inversión	161
5.17.4.1. Recuperación de la Inversión con valores corrientes	
5.17.4.2. Recuperación de la Inversión con Valores constantes.	162
5.17.5. Beneficio Coste	163
5.17.6. Tasa de Rendimiento Beneficio Coste	
5.17.7. Punto de Equilibrio del proyecto	164
5.18. Resumen de la Evaluación Financiera.	166
5.19. Análisis Económico Coyuntural	
5.19.1. Efecto Multiplicador	

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE POSIBLES IMPACTOS

6.1. Impacto Económico	169
6.2. Impacto Social	170
6.3. Impacto Empresarial	171
6.4. Impacto Ético	172

6.5. Impactos Generales	173
CONCLUSIONES	175
RECOMENDACIONES	176
GLOSARIO	177
BIBLIOGRAFÍA	186
ANEXOS	190

ÍNDICE DE CUADROS

N°	PÁG.
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	31
2. PROCESO PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGIA COMPETITIVA	58
3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO EN ASESORÍA	66
4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO EN CONSULTORÍA	67
5. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	68
6. VARIABLES A INTRODUCIR EN EL MODELO MATEMÁTICO	70
7. RESULTADO DEL MODELO MATEMÁTICO	70
8. VARIABLES DE PREDICCIÓN	74
9. RANGO PARA EVALUAR LAS VARIABLES CUALITATIVAS	75
10. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	76
11. ANÁLISIS DE TOLERANCIA DE LA PROYECCIÓN	77
12. OFERTA DE SERVICIOS DE LA COMPETENCIA	78
13. COMPETENCIA ACTUAL IDENTIFICADA	79
14. PROYECCIÓN DE LA COMPETENCIA	79
15. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	80
16. PRONÓSTICO DE VENTAS	81
17. ANÁLISIS DE PRECIOS	82
18. MATRIZ DE FACTORES	86
19. MATRIZ DE FACTORES PRIORIZADA	87

20. AREAS DE LA PLANTA	88
21. LISTADO DE ACTIVIDADES	92
22. MATRIZ DE COMPETENCIAS	100
23. ESQUEMA DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMPETITIVA	118
24. ESTRATEGIAS PARA CONTRARRESTAR LA COMPETENCIA	121
25. ESTRATEGIAS PARA LOS CLIENTES	124
26. ESTRATEGIAS PARA EL ESCALAMIENTO	126
27. PORTAFOLIO DE SERVICIOS	132
28. PRESUPUESTO PLAN DE MEDIOS	142
29. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	143
30. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	144
31. FUENTE DE LA INVERSIÓN	144
32. COSTE DE OPORTUNIDAD	145
33. EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y OFICINA	146
34. MUEBLES Y ENSERES	147
35. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	147
36. CAPITAL DE TRABAJO	148
37. INVERSIÓN DIFERIDA	148
38. INVERSIÓN PREOPERACIONAL	149
39. PROYECCIÓN DE INGRESOS	149
40. TRABAJO DE CONSULTORES	150
41. GASTOS ADMINISTRATIVOS	151
42. GASTOS DE VENTAS	152
43. GASTOS FINANCIEROS	152
44. RESUMEN DE EGRESOS TOTALES	153
45. FUENTES DE FINANCIAMIENTO	153
46. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	154
47. DEPRECIACIÓN	155
48. AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	155

49. ESTADO DE RESULTADOS	157
50. FLUJO DE CAJA PROYECTADA CON PROTECCIÓN	158
51. VALOR ACTUAL NETO	158
52. TASA INTERNA DE RETORNO	159
53. SENSIBILIDAD ESCENARIO UNO	160
54. SENSIBILIDAD ESCENARIO DOS	161
55. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES	161
56. FLUJOS NETOS DEFLACTADOS	162
57. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CONSTANTES	162
58. BENEFICIO COSTE	163
59. TASA DE RENDIMIENTO BENEFICIO COSTE	163
60. DATOS PARA DETERMINAR EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	164
61. PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO	165
62. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN	166
63. MATRIZ DE IMPACTOS	168
64. MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO	169
65. MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL	170
66. MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL	171
67. MATRIZ DE IMPACTO ÉTICO	172
68. MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES	173

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	PÁG.
1. TIEMPO PROMEDIO EMPRESAS	34
2. AMENAZAS	35
3. OPORTUNIDADES	36

4. PROBLEMAS DE LAS EMPRESAS	37
5. MERCADO	38
6. EMPRESA SERVICIOS EMPRESARIALES	39
7. ASPECTOS DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS	40
8. PORTAFOLIO DE SERVICIOS	41
9. FRECUENCIA DE CONTRATO	42
10. PRESUPUESTO	43
11. ACEPTACIÓN MICROEMPRESA	44
12. SUGERENCIAS	45
13. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	81
14. ORGANIGRAMA DE AISEC	97
15. PLAN DE NEGOCIO Y ESCALAMIENTO PROSPECTIVO DE LA MICROEMPRESA.	127
16. FUENTE DE LA INVERSIÓN	145
17. UTILIDAD NETA PROYECTADA	157

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. MAPA DE LA CIUDAD DE IBARRA	85
2. DISEÑO DE INSTALACIONES	89
3. LOGOTIPO	128
4. PAGINA WEB	131
5. TARJETA DE PRESENTACIÓN	134
6. TRÍPTICO	135
7. PUBLICIDAD EXTERIOR	137

INTRODUCCIÓN

El Ecuador ha sido un país que se ha dedicado a la exportación de materias primas tales como petróleo, banano, cacao, entre otros; pero con el advenimiento de la corriente globalizadora muchos de los ciudadanos constituyeron un eje fundamental para la constitución de pequeñas y medianas empresas (PYMES), mismas que producen bienes y prestan servicios tradicionales y no tradicionales. Además la ingente cantidad de emigrantes que salió en busca nuevas oportunidades son un pilar esencial para la formación de éstas, ya que las remesas que envían se han utilizado para la concreción de un sin número de proyectos.

Gracias a este avance económico, quienes constituyeron estas empresas han generado a su vez nuevas fuentes de empleo y a la vez contribuyeron a la reducción del desempleo directa e indirectamente. Específicamente, estas empresas emplean personal, compran materias primas para la producción o bienes para comercializar y reciben la prestación de servicios que en conjunto ayuda a dinamizar la economía del país.

En base a estos antecedentes, podemos concluir que dichas empresas necesitarán de servicios empresariales, pues este factor es de suma importancia en el establecimiento y el crecimiento de la misma.

Es por esto que se plantea la creación de una microempresa de servicios empresariales, con enfoque estratégico y escalamiento futuro en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

JUSTIFICACIÓN

La creatividad y el emprendimiento son factores fundamentales para iniciar un negocio o una actividad productiva que libere de la preocupación o de la búsqueda de empleo, que cada vez es un problema por la falta de personal cualificado para generar empleo, hoy más que nunca es necesario tener una visión de empresa tomando en cuenta el capital humano que sea capaz de tomar decisiones oportunas.

Todo comienzo es difícil, sin embargo si el proyecto tiene como fundamento una estrategia que emerja y responda a la realidad empresarial del medio, teniendo claro: objetivos, principios, valores, manejando una estrategia de competencia y un adecuado plan de negocios, se logrará el trabajo en equipo, un crecimiento sostenido con escalamiento en el tiempo y lograr la rentabilidad planeada en contraste con los evaluadores financieros clásicos.

Bajo esta óptica se plantea nuevas reglas operativas para una época de constante innovación, dejando atrás al tradicionalismo y la percepción subjetiva de hacer negocios, porque la búsqueda constante del posicionamiento en el mercado es lo que obliga a utilizar nuevas estrategias de diseño y enfoques de competencia para no fracasar, como sucede con el 90% de los proyectos desarrollados, que son un inventario más de la biblioteca de la universidad sin ningún valor real.

Siendo así, la investigación de campo, el diseño y concepción del proyecto con nuevos enfoques es un modelo de inmensa utilidad para los nuevos egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte para crear sus propias microempresas con espíritu empresarial.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS EMPRESARIALES, CON ENFOQUE ESTRATÉGICO Y ESCALAMIENTO FUTURO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Realizar un diagnóstico situacional externo del entorno para identificar oportunidades (aliados) y peligros (oponentes) para establecer el problema diagnóstico principal.
2. Estructurar el marco teórico para el apoyo de la investigación en base a preguntas claves:
 - ✓ ¿El enfoque estratégico es realmente importante para la microempresa de servicios empresariales?
 - ✓ ¿Para qué es necesario realizar esta investigación en relación con el diseño de una estrategia de escalamiento de la microempresa en el tiempo?
 - ✓ ¿Será interesante y tendrá alguna utilidad inmediata el resultado de la investigación para la creación de la microempresa de servicios empresariales?
3. Desarrollar un estudio de mercado para identificar las tendencias de los clientes potenciales y poder construir el modelo de pronóstico empresarial.

4. Elaborar la propuesta operativa del proyecto en base a los siguientes propósitos:
 - ✓ Ubicación estratégica de la microempresa y análisis de detalles operativos.
 - ✓ Determinar la estructura organizativa en función de competencias laborales y de desarrollo.
 - ✓ Formulación de Estrategias competitivas
 - ✓ Plan de negocios y escalamiento prospectivo

5. Realizar un estudio económico-financiero para evaluar la bondad del proyecto en base a información financiera y sus efectos sociales.

6. Analizar los posibles impactos que se derivan de la implantación del proyecto.

METODOLOGÍA

Tipo de Estudio

El presente trabajo se enmarcará dentro de un estudio deductivo, con lo cual se busca determinar las características principales que el mercado potencial requiere al contratar servicios empresariales. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como encuestas, entrevistas, etc., a posibles clientes y competidores. Además, se utilizará fuentes secundarias de información, tales como textos, tesis y otro tipo de estudios, que busquen sustentar el plan de negocios.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO

1.1. Antecedentes

El sector microempresarial con la evolución del comercio ha incrementado la competencia entre las empresas locales (tradicionales) que se han visto presionadas a ser más competitivas y flexibles a fin de mantener su posicionamiento en el mercado.

Esta beligerancia de mercados donde unas empresas tratan de mantenerse en el medio y otras de captar nuevos clientes da lugar al apareamiento de empresas creativas que oferten servicios empresariales con visión estratégica.

En los últimos años en la Ciudad de Ibarra las microempresas se han incrementado considerablemente, según datos proporcionados por el Departamento de Rentas del Ilustre Municipio de Ibarra, están registrados hasta el mes de Diciembre de 2009, 515 entre pequeñas y medianas empresas (pymes), con un incremento en relación al año anterior de 1,05%.

Estas empresas deben desarrollarse en un proceso de globalización que exige talentos humanos competitivos que sean creativos y con aversión al riesgo para que los negocios puedan salir adelante y lograr acoplarse a las exigencias y expectativas del mercado.

Por ello las empresas actualmente no pueden soslayar la obligación de ser mejores para enfrentar idóneamente a la competencia, muchas empresas han comprendido que las estrategias empresariales y el aspecto administrativo es una herramienta decisiva para el mercado.

Por tal razón la realización del diagnóstico permite conocer la situación actual del sector empresarial de la ciudad de Ibarra, como marco de referencia para la viabilidad económica-financiera del proyecto de grado.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional externo del sector productivo de la ciudad de Ibarra, que permita identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa de servicios empresariales.

1.2.2. Específicos

- Medir el nivel de desarrollo y orientación de los servicios empresariales hacia el mercado objetivo para la creación de la microempresa.
- Analizar los mecanismos y procedimientos de gestión empresarial desarrollados por las empresarios del sector.
- Evaluar la calidad de los servicios prestados en la ciudad de Ibarra.
- Establecer la normativa legal vigente con relación al proyecto.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Las variables que se van a utilizar son:

1.3.1. Socio-cultural

1.3.2. Gestión de la competencia

1.3.3. Servicio al cliente

1.3.4. Normativa legal

1.4. INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.4.1. SOCIO CULTURAL

- Tiempo en actividad
- Nivel de educación del empresario
- Tipo de servicio.
- Frecuencia de contratación
- Número de empresas

1.4.2. GESTIÓN DE LA COMPETENCIA

- Administración
- Portafolio de servicios
- Valores Agregados
- Competencia

1.4.3. SERVICIO AL CLIENTE

- Agilidad
- Eficiencia
- Amabilidad
- Información al cliente

- Servicio de postventa
- Nivel de satisfacción del cliente

1.4.4. NORMATIVA LEGAL

- Ordenanzas
- Leyes del medio ambiente
- Patente municipal

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA CUADRO N° 1

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Medir el nivel de desarrollo y orientación de los servicios empresariales hacia el mercado objetivo para la creación de la microempresa.	Socio-cultural	Tiempo en actividad Nivel de educación del empresario Tipo de servicio. Frecuencia de contratación Número de empresas	Primaria Secundaria	Encuesta Encuesta Encuesta Documentos	Propietarios Propietarios Propietarios Base de datos IMI
Analizar los mecanismos y procedimientos de gestión empresarial desarrollados por la competencia del sector.	Gestión empresarial	Administración Portafolios de servicios Valores agregados Competencia	Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista Observación directa	Propietarios Directivo Directivo Directivos
Evaluar la calidad de servicios prestados en la ciudad de Ibarra.	Satisfacción del cliente	Agilidad Eficiencia Amabilidad Información al cliente Servicio de Postventa Nivel de Satisfacción del cliente	Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Directivos Directivos Directivos Directivos
Establecer la normativa legal vigente con relación al proyecto	Normativa legal	Ordenanzas Leyes del medio ambiente Patente municipal	Secundaria	Documentos	Registros oficiales

Elaborado por: Los autores

1.6. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

Para realizar el diagnóstico situacional externo se aplicó el siguiente procedimiento:

1.6.1. Identificación de la Población

Para determinar la población se utilizó la información proporcionada por el Departamento de Rentas del Ilustre Municipio de Ibarra, identificando un total de 515 entre pequeñas y medianas empresas (se excluye tiendas y unidades económicas muy reducidas) como posibles demandantes del servicio, registradas hasta diciembre del 2009, como también a 5 empresas casi similares a la del presente proyecto, que se dedican a brindar servicios empresariales en la ciudad de Ibarra.

1.6.2. Identificación de la Muestra

El número de unidades a investigar de la primera población 515, es realmente significativa por lo que se ha visto conveniente trabajar con la fórmula para población finita con la finalidad de conseguir mayor confiabilidad en la información obtenida, para la segunda población de estudio se realizó censo por ser un número pequeño de 5 empresas identificadas como competencia .

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \delta^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

δ = Varianza

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 515

$\delta^2 = 0,25$

$$Z=95\% \quad 1,96 \quad n = \frac{(1,96)^2(0,25)(515)}{(0,05)^2(515-1) + (1,96)^2(0,25)}$$

e = 5% 0,05

n= 220

Aplicando la fórmula, da como muestra 220 pymes ubicadas en la ciudad de Ibarra a las que se debe levantar la información.

1.6.3. Instrumentos de Recolección de Información

1.6.3.1. Información Primaria

Para la obtención de la información primaria se procedió de la siguiente manera:

Encuesta: Las encuestas fueron realizadas a propietarios de pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ibarra.

Entrevista: Esta técnica fue realizada a directivos de empresas consideradas competencia, como también a una empresa grande que contrata servicios empresariales similares a los propuestos por el proyecto.

La observación directa se la hizo visitando las unidades de estudio de este proyecto tanto de la demanda como de la competencia.

1.6.3.2. Información Secundaria

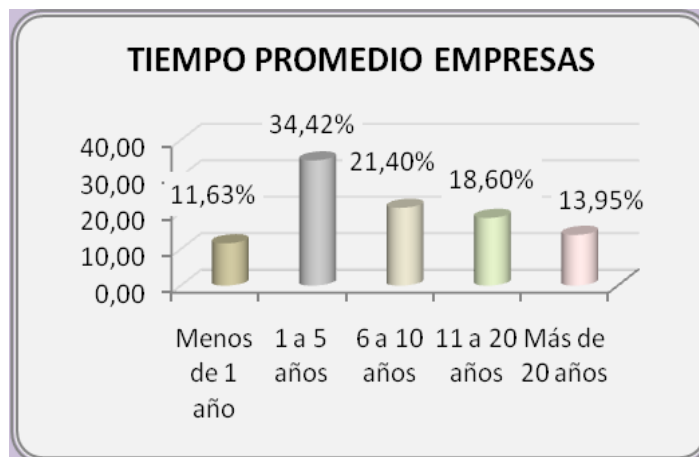
La información secundaria a utilizar es: textos especializados, documentos de organismos públicos, revistas, internet.

1.7. TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

1.7.1. Resultado de encuesta dirigida al Sector microempresarial de la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

1. Qué tiempo lleva su empresa operando en el mercado?

GRÁFICO N°1



Fuente: Sector microempresarial
Elaborado por: Los autores

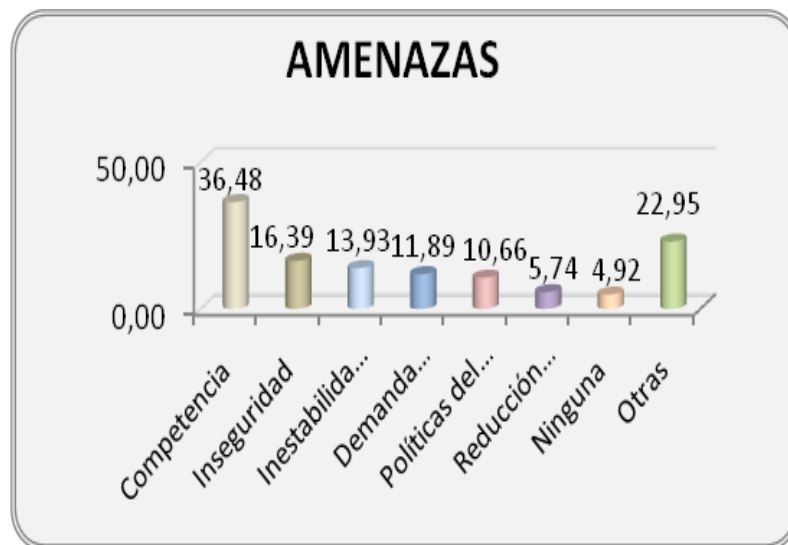
1.1. ANÁLISIS:

Según información recolectada el 11,63% de las microempresas son relativamente nuevas en la ciudad de Ibarra creadas

como respuesta a la necesidad de generar trabajo frente a la economía vigente, dando lugar a un crecimiento acelerado del mercado, seguido de empresas que oscila entre 1 a 5 años, correspondiente al 34,42% que buscan mantenerse en el medio.

2. ¿Cuáles considera usted son sus principales riesgos del medio?

GRÁFICO N°2



Fuente: Sector Microempresarial
Elaborado por: Los autores

2.1. ANÁLISIS:

La competencia desleal y sin los controles establecidos es la principal amenaza de las microempresas para crecer, seguido de la inseguridad social e inestabilidad económica que conlleva a una recesión económica que se ve reflejada en la baja demanda de los productos o servicios.

3. ¿Qué oportunidades considera usted tiene su negocio?

GRÁFICO N° 3



Fuente: Sector Microempresarial

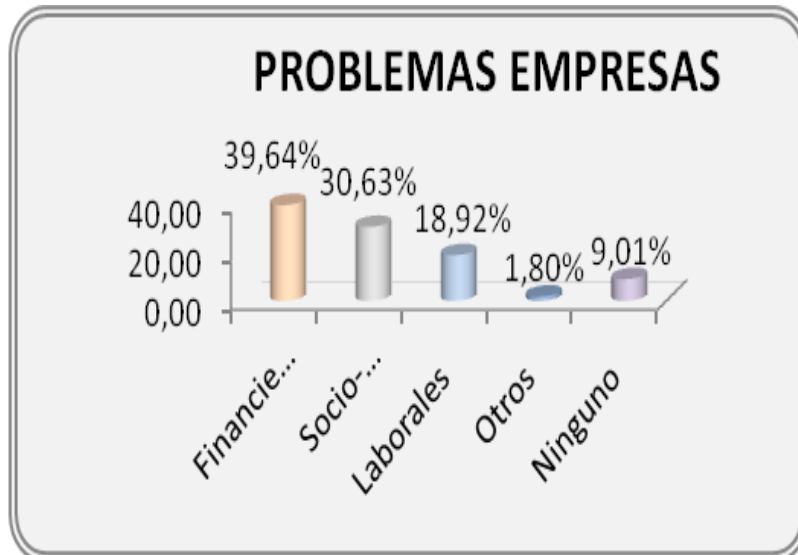
Elaborado por: Los autores

3.1. ANÁLISIS:

Estabilizar la economía generando empleo y atrayendo la inversión extranjera es considerada como una potencial oportunidad para el crecimiento comercial, mientras otro porcentaje de encuestados optan por la innovación de productos y servicios de calidad con entrega y atención al cliente oportuna.

4. Qué problemas ha tenido últimamente en su empresa?

GRÁFICO N° 4



Fuente: Sector Microempresarial

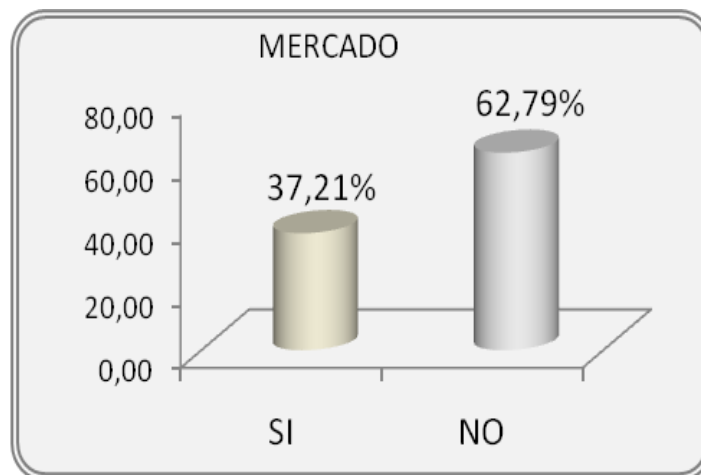
Elaborado por: Los autores

4.1. ANÁLISIS

En las microempresas se determina como principal problema el aspecto financiero ya que no cuentan con capital suficiente para invertir y generar mayor competitividad, seguido de problemas socio-económicos originados por la inestabilidad económica que vive el país, y por último se han visto afectados por el desequilibrio laboral, puesto que invierten tiempo y dinero en capacitar al personal y no cumplen con las expectativas.

5. ¿Conoce usted empresas de servicios empresariales que operan en el mercado?

GRÁFICO N° 5



Fuente: Sector Microempresarial
Elaborado por: Los autores

5.1 ANÁLISIS

El 62,79% de los microempresarios encuestados manifestaron que no conocen sobre empresas de servicios empresariales que operen en la ciudad de Ibarra, por la débil cultura administrativa-empresarial del medio, seguido del 37,21% que si conocen sobre éste tipo de empresas, sin embargo no recuerdan nombres y no han trabajado con ellos.

6. ¿En este momento que empresa le brinda el servicio?

GRÁFICO N° 6



Fuente: Sector Microempresarial

Elaborado por: Los autores

6.1 ANÁLISIS

En la ciudad de Ibarra los microempresarios prácticamente no trabajan con empresas de éste tipo de servicios, básicamente por la débil cultura empresarial, así el 48,84% cuentan con una persona particular (familiares) que les brinda asesoría, seguido de un 34,88% que no reciben asesoría empresarial de ninguna empresa, son los propios dueños quienes realizan todas las actividades de control y estrategias de crecimiento en base a sus conocimientos, seguido de 11,16% que si conocen sobre empresas de servicios empresariales, sin embargo no han solicitado sus servicios y solo el 5,12% trabajan con empresas de la ciudad de Quito.

7. ¿Qué factores tomaría en cuenta usted para contratar una empresa de servicios empresariales?

GRÁFICO N° 7



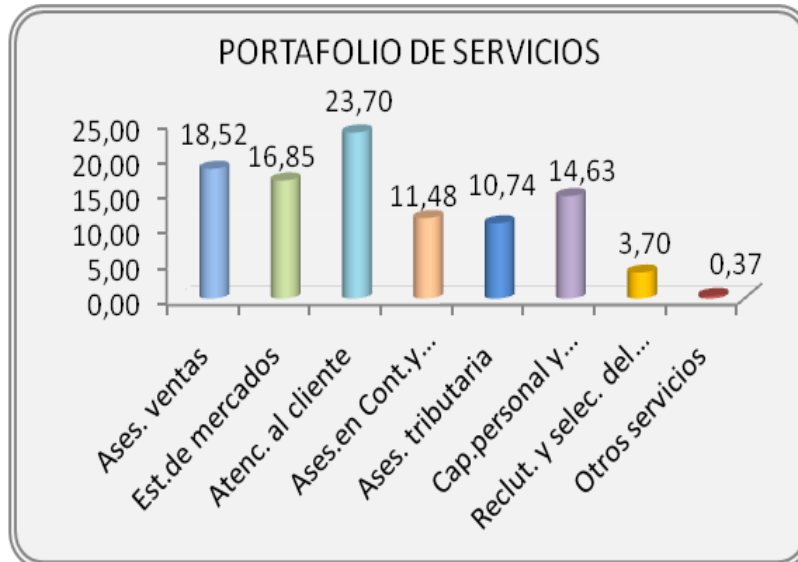
Fuente: Microempresarial
Elaborado por: Los autores

7.1. ANÁLISIS

El factor importante al momento de elegir una microempresa de servicios empresariales es el profesionalismo con un 39,81%, a criterio de los encuestados la microempresa debe estar constituida por personas debidamente capacitadas, creativas con ideas propositivas, que garantice seguridad al cliente, seguido de un 25,49% quienes consideran el factor económico como determinante al momento de contratar el servicio, el 17,96% manifiestan que el reconocimiento en el medio es el factor más destacado al contratar una microempresa de servicios empresariales.

8. ¿De las siguientes líneas de servicios indique cuáles contrataría?

GRÁFICO N° 8



Fuente: Sector Microempresarial

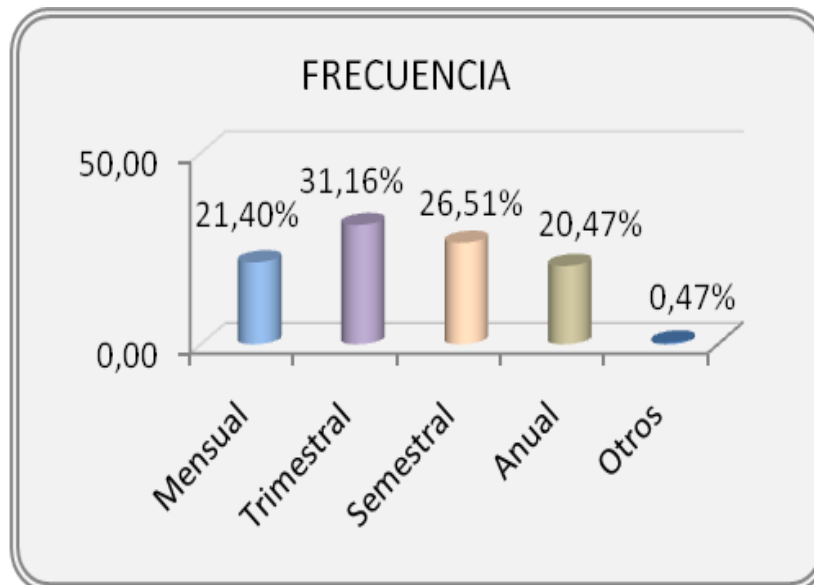
Elaborado por: Los autores

8.1. ANÁLISIS

Brindar un excelente servicio al cliente, con atención personalizada y atendiendo a sus requerimientos consideran que sería el principal servicio que contratarían, seguido del 18,52% que optarían por capacitarse y capacitar a sus colaboradores en estrategias de ventas, mientras que el 16,85% contratarían realización de estudios de mercado entre los servicios empresariales más nombrados por los encuestados.

9. ¿Con qué frecuencia contrataría usted un servicio empresarial?

GRÁFICO N° 9



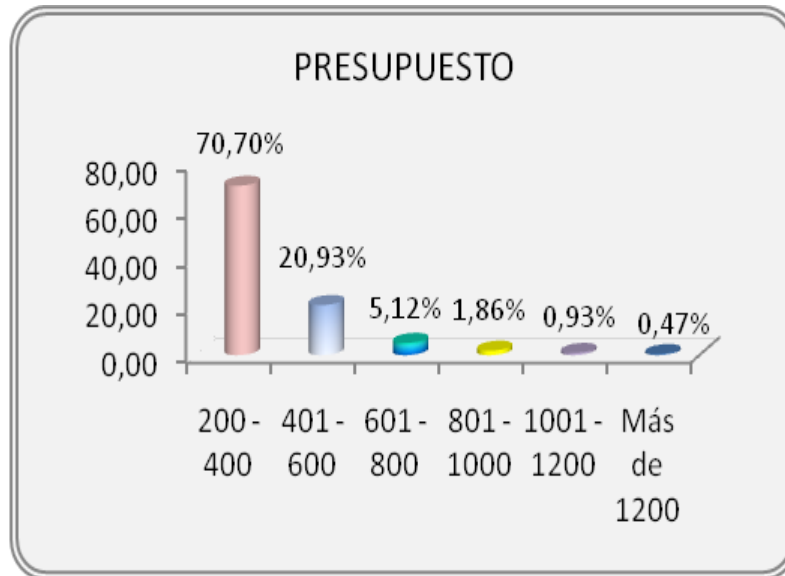
Fuente: Sector Microempresarial
Elaborado por: Los autores

9.1. ANÁLISIS

Con respecto a la frecuencia de los servicios empresariales la base para determinar el periodo de contratación es de acuerdo al tipo de servicio, el 31,16% de las microempresas encuestadas están dispuestas en adquirir el servicio en forma trimestral dependiendo de resultados obtenidos y presupuesto, el 26,51% en periodos semestrales, y el 21,40% en periodos mensuales considerando asesorías en atención al cliente.

10. ¿Qué presupuesto destinaría usted para invertir en un servicio empresarial?

GRÁFICO N° 10



Fuente: Sector Microempresarial

Elaborado por: Los autores

10.1. ANÁLISIS

El 70,70% de los microempresarios se manejarían con un presupuesto de 200 a 400 dólares por el servicio empresarial que deseen contratar, debido básicamente a la vigente economía nacional que obliga a restringirse en rubros extras, seguido del 20,93% que destinaría entre 401 a 600 dólares por el servicio, considerando que es una inversión antes que un gasto, mientras que el 5,12 % pagaría entre 601 a 800 dólares.

11. Le gustaría a usted que en la ciudad de Ibarra, se creé una empresa de servicios empresariales?

GRÁFICO N° 11



Fuente: Sector Microempresarial

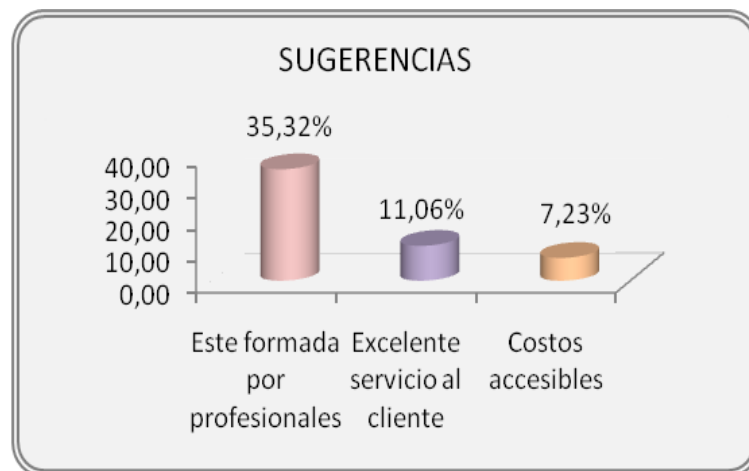
Elaborado por: Los autores

11.1. ANÁLISIS

Para la creación de la microempresa enfocada a brindar servicios empresariales existe una aceptación del 87,91%, mientras que un 12,09 % son indiferentes a la propuesta.

12. Qué sugerencias formularía usted para la creación de una microempresa de éste tipo?

GRÁFICO N° 12



Fuente: Sector Microempresarial

Elaborado por: Los autores

12.1. ANÁLISIS

Entre las sugerencias más importantes que proponen las entidades para la creación de una microempresa de este tipo de servicios es el profesionalismo con que se trabaje, personas éticas con visión empresarial, especializados en determinados servicios, brindando servicio de calidad y oportuno a precios accesibles con facilidades de pago.

1.7.2. Resultados de Entrevistas

1.7.2.1. Los resultados de la entrevista efectuada a las empresas consideradas competencia, se encuentra en el propósito tres del capítulo de la propuesta.

1.7.2.2. Los aspectos más destacados de la entrevista realizada al Ing. Diego Bastidas Gerente General Imbauto S.A. (Empresa Grande), son:

- El entrevistado manifestó que los factores más importantes para ser competitivos en el mercado son: calidad en el servicio y precio”, que influyen de manera significativa en la decisión de compra de un determinado servicio o producto por parte de los compradores, para ello se trabaja con políticas de crédito que si bien permiten vender más, generan iliquidez por el tiempo de recuperación de cartera.
- En lo referente al tipo de servicios empresariales manifestó: Es fundamental que las empresas identifiquen que tipo de servicio que van a prestar y se especialicen en el mismo, se requiere de Consultorías en Recursos Humanos, enfocado al manejo de personal y procesos de Normas ISO, que tiene estrecha relación con atención al cliente interno y externo.
- En lo referente a instrucción del personal trabajan directamente con General Motors S.A. Quito a través de Coordinación GMS quienes establecen días y grupos de capacitación en la ciudad de Quito, permitiendo a la empresa en sí generar un ambiente de credibilidad en los clientes por la calidad de los productos y del personal que labora.

1.8. ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO.

1.8.2. Aliados

- La existencia de servicios empresariales virtuales.
- Necesidad del sector empresarial que exista en la ciudad de Ibarra una empresa que brinde asesoría integral en servicios empresariales.
- Convenios con organismos públicos y privados.
- Las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ibarra serían consideradas como aliadas ya que son nuestro principal mercado meta.
- De acuerdo a información obtenida a través del internet la cultura de consultoría esta incrementándose por las disposiciones de organismos estatales de control.

1.8.3. Oponentes.

- Falta de cultura empresarial.
- La mayoría de empresas son de corte familiar, un poco reacias a manejar la administración técnicamente.
- La Competencia, el negocio de la asesoría cada día toma mayor importancia, es por eso que ingresan nuevas empresas a brindar servicios, como también personas naturales.

- En la ciudad de Ibarra no existe una relación directa entre empresas dedicadas a ofertar servicios de consultoría y las que demandan los mismos.

- Las restricciones crediticias son un riesgo por las altas tasas de interés.

1.8.4. Oportunidades.

- Alianza con otras empresas del medio local y nacional para ofertar servicios de calidad.

- Poder de negociación con proveedores.

- Diversificar la cartera de productos y servicios para satisfacer nuevas necesidades de los clientes.

- Crecimiento rápido del mercado local y regional.

- Existencia de nichos de mercados para ofertar nuevos servicios empresariales.

1.8.5. Riesgos.

- La inestabilidad política, social, y económica afecta a todos los sectores productivos especialmente a las pequeñas empresas.
- La presencia de empresas de mayor cobertura.
- Falta de ética profesional.
- El dumping, donde profesionales trabajan a menores costos, brindando un servicio de poca calidad.
- Falta de ética entre asociados de diferentes gremios.

1.9. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Una vez realizado el análisis del diagnóstico situacional externo del entorno del proyecto se identifica que el problema de mayor significación es: *“el sector comercial de la ciudad de Ibarra tiene una baja cultura empresarial” a excepción de muy contadas empresas, porque la mayoría de ellas surgen de una gestión familiar frente a la necesidad de sobrevivencia, y nada han hecho por mejorar sus estilos de administración pese a las exigencias del mercado actual y corren el riesgo de desaparecer en el mediano plazo*”, una alternativa de solución inmediata es la implantación de nuevas estrategias administrativas que les permita consolidar su presencia, constituyendo como premisa básica la oferta que propone el presente proyecto.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EMPRESA

Para PÁEZ Roberto N. (2008) en su obra Desarrollo de la Mentalidad Empresarial manifiesta: *“Empresa es una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”*. Pág. 3

La empresa para José Silvestre Méndez Morales (2007) en su libro La Economía en la Empresa afirma: *“La empresa es la unidad básica de producción, es decir un conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permiten participar activamente en el proceso económico de la sociedad”*. Pág. 19

Se entiende por empresa a una entidad formada por personal capacitado que desarrollan un conjunto de actividades con la finalidad de obtener rentabilidad económica o social, a través de la producción de servicios o productos, sin embargo en nuestro medio rige la mediana, pequeña y microempresa.

2.2. MICROEMPRESA

Según MONTEROS, Edgar; (2005) en su obra Manual de Gestión Microempresarial manifiesta: *“Nace de la conjugación de una o varias personas que generalmente son de tipo familiar con el uso de sus propios capitales.”* Pág. 16

La microempresa según: TORRES, Luis (2005) define: *“Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras que tienen objetivos económicos, éticos y sociales.”*

De las definiciones establecidas se considera como microempresa aquella constituida generalmente por familiares emprendedores toman la decisión de abrir un negocio con la finalidad de obtener rentabilidad económica; las microempresas no predominan en la industria y su principal problema es no poseer capital suficiente para invertir.

2.1.1. Importancia de la Microempresa

Dentro del contexto económico, las microempresas son consideradas como el eje dinamizador de la economía, a través de la generación de fuentes de trabajo y comercialización de productos o servicios que ofertan, se constituyen por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.

Sin embargo son unidades económicas que surgen de la necesidad de sobrevivencia de sus propietarios, son de baja producción y capitalización, lo que impide su crecimiento comercial, por ello es importante que se establezcan políticas de estado que incentiven y permitan la generación de microempresas del medio.

2.1.2. Características de las Microempresas

Para la mayoría de tratadistas y de acuerdo a la norma vigente se establecen como características:

2.1.2.1. Trabajo Familiar: Las microempresas se forman generalmente por decisión familiar en donde la participación de miembros del hogar es de vital importancia para la sobrevivencia de la misma, especialmente en sus comienzos y en los períodos de crisis económicas.

2.1.2.2. Limitación de capital: Las microempresas operan con un capital limitado, que impide invertir en maquinaria, infraestructura, equipos, etc.

2.1.2.3. Organización del trabajo: No existe una clara separación de las funciones y capital de la empresa, el microempresario es dueño y administrador, carecen de una definida división del trabajo.

2.1.2.4. Limitaciones Tecnológicas: Se caracterizan por la utilización de tecnologías simples y artesanales. La disponibilidad de maquinarias y herramientas es inferior a la observada en el estrato moderno.

2.1.2.5. Estrategia Comercial: Las microempresas se orientan a mercados de fácil acceso o con pocas restricciones de entrada, generalmente se trata de mercados locales.

2.2. SERVICIO

Para *LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen.(2009), en su obra Marketing de Servicios dice: "Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables". Pág. 15*

Partiendo del concepto de LOVELOCK se puede manifestar que los servicios son bienes intangibles, los cuales son adquiridos por los consumidores para satisfacer sus necesidades a cambio de un valor monetario, dependiendo de su calidad y valor agregado.

2.2.1. Características distintivas de un servicio

Para KOTLER, Philip y KELLER Kevin (2006) en su obra Dirección de Marketing Pág. 405. Las características distintivas de un servicio son:

2.2.1.1. Intangibilidad: a diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden experimentar a través de los sentidos antes de su adquisición. Para reducir la incertidumbre, los compradores buscan signos que demuestren la calidad: sacarán conclusiones de establecimientos, las personas la maquinaria, el material de comunicación, los símbolos y el precio. Por lo tanto, lo que deben hacer las empresas de servicios es “administrar la evidencia” y “hacer tangible lo intangible”.

2.2.1.2. Inseparabilidad: los servicios se producen y se consumen a la vez. Si el servicio lo presta una persona, ésta es parte del servicio. Como el cliente estará presente durante la prestación del servicio, la interacción entre cliente y proveedor es una de las características especiales del marketing de los servicios.

2.2.1.3. Variabilidad: Los servicios son muy variables, puesto que depende de quién los presta, cuándo y a dónde. Los compradores son conscientes de esta alta variabilidad, por lo que generalmente se informan antes de contratar a un proveedor específico.

2.2.1.4. Caducidad: Los servicios no se pueden almacenar. El carácter perecedero no resulta problemático cuando la demanda es estable, pero cuando la demanda fluctúa, las empresas de servicios enfrenta dificultades.

2.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Para HINDLE Tim (2008) en su obra Management manifiesta: *“La planificación estratégica es la articulación de objetivos a largo plazo y la adjudicación de los recursos necesarios para lograr tales objetivos”*. Pág. 207.

La Planificación para AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración en su obra La planificación estratégica afirma: *“Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”*. Pág. 183.

De la contrastación de los autores se establece la planificación estratégica como una herramienta indispensable del administrador que permite en cierta forma eliminar la improvisación a través del establecimiento de objetivos a largo plazo con la utilización de políticas, planes, estrategias y ventajas competitivas para la toma de decisiones oportunas y en tiempo real con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos.

- **Visión**

Según FRACÉS, Antonio. (2006) en su obra Estrategias y planes para la empresa dice: *“Es Ambición de la empresa o corporación (u organismo) a ser alcanzada en un horizonte de tiempo dado.”* Pág. 45

Para D´ ALESSIO, Ipinza Fernando (2008) en su obra El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, afirma: *“La visión de una*

organización es la definición deseada de su futuro, responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo". Pág. 61.

Se entiende por visión al sueño de la organización, la aspiración máxima a la cual se desea llegar, es decir, como se visualiza la empresa en cierto tiempo.

- **Misión**

Según Michael Hitt Black Porter(2009) en su obra Administración manifiesta: *"Es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes."* Pág. 198.

Para Charles W. Hill y Gareth R Jons (2008) en su obra Administración Estratégica un Enfoque Integrado, afirma *"Misiones una descripción o afirmación del porqué una empresa está en operación"*.Pág. 11

La misión refleja la naturaleza del negocio, el porqué de la organización, cuál es su razón de ser, se compone básicamente de tres elementos: la definición de negocio, metas principales de la organización y sus principios filosóficos.

2.2.PLAN DE CONTINGENCIA

Para GIDO, Jack, y CLEMENTS James (2007) en su libro Administración exitosa de proyectos dice: *"Un plan de contingencia es un conjunto predefinido de acciones que se implantarán si ocurre el suceso de riesgo."*Pág. 82.

Para John W. Newstrom, (2007) en su obra Dirección gestión para lograr resultados manifiesta: *“Son planes de propósito especial que anticipan la crisis y especifican probables respuestas”*. Pág. 62.

Es necesario que toda empresa cuente con un plan de contingencia que permita atenuar el impacto que causare cualquier situación a la empresa, en cierta forma es una manera de estar prevenidos ante situaciones eventuales.

2.3. ESTRATEGIA

Según FRED R, David (2008) en su obra Conceptos de Administración estratégica. Dice: *“Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo, son acciones potenciales que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa”*. Pág. 13

Para KOONTZ, Harold, Heinz Wehrich, Mark Cannice (2008) en su libro Administración una Perspectiva Global y Empresarial, dice: *“Es determinación de la misión o propósito y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa, seguida de la adopción de cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para alcanzar esas metas.”* Pág. 131.

Contrastando las definiciones de los autores, estrategia es un mecanismo para la consecución de objetivos a largo plazo que implica la correcta asignación de los recursos existentes en una empresa, a través de la utilización de programas, planes y objetivos.

2.3.1. Importancia de Estrategia

Según THOMPS Arthur (2008) en su obra Administración estratégica expresa: *“Es importante porque es el resultado del pasado con proyección a alcanzar el futuro óptimo, una estrategia no puede perdurar todo el tiempo, depende de lo cambiante del mercado en que se encuentre la empresa.”* Pág. 13

Hablar de estrategia es hablar de cómo adelantarse al futuro, la manera cómo vamos a desarrollar o alcanzar un objetivo propuesto, con la utilización de información histórica, planes y programas, analizando todos los contextos que rodean a la misma, construyendo una oportunidad de cada amenaza.

2.4. ESTRATEGIA COMPETITIVA

Para FRACÉS, Antonio. (2006) en su obra Estrategias y planes para la empresa, afirma: *“Las estrategias competitivas se refieren a los cursos de acción que emprende una empresa o unidad de negocios para lograr sus objetivos en situaciones coyunturales del mercado, como pueden ser la aparición de competidores o nuevos entrantes, la decisión de incursionar en un nuevo mercado o la de enfrentar la aparición de productos sustitutos.”* Pág. 109.

Según KAFKA, Folke (2005) en su libro Evaluación de Proyectos expresa: *“Estrategia competitiva es aquella que relaciona a la empresa con su entorno; estableciendo su posición de tal manera que garantice su éxito continuo y la proteja de las amenazas.”* Pág. 36

La estrategia competitiva es fundamental para la implantación de un proyecto, porque le permite determinar sus límites, su flexibilidad y las áreas específicas que se trata de cubrir, para identificar ventajas que se espera obtener en forma diferencial frente a las existentes, es decir, ayuda a tener posicionamiento en el mercado.

2.4.1. Diseño de una Estrategia Competitiva

Según KAFKA, Folke (2005) propone: "El siguiente esquema que muestra el proceso secuencial a seguir para diseñar una estrategia competitiva en términos reales de tiempo y oportunidad." Pág 38.

CUADRO N° 2
PROCESO PARA DISEÑAR UNA ESTRATEGÍA COMPETITIVA



Fuente:Kafka Folke (1995)

Elaborado por: Los Autores

El proceso para diseñar la estrategia competitiva inicia con la recolección de información suficiente y actualizada, que ayuda a despejar algunas dudas o interrogantes sobre lo que está sucediendo en el entorno referente al mercado y cuáles son las fuerzas intervinientes, para que con un análisis profundo y meditado pueda establecer oportunidades y amenazas (peligros) para el proyecto y tomar la decisión de atacar o imitar y conseguir el diseño final que consolide al proyecto y además pueda enfrentar a la incertidumbre con planes de contingencia.

4.2.2. Estrategia Genérica

Se hace referencia a las tres estrategias competitivas descritas por Michael Porter: Liderazgo en costos, diferenciación, segmentación.

- **Liderazgo en Costos:** Consiste en tratar de superar a la competencia al producir bienes o servicios a un menor costo que ésta.
- **Estrategia de Diferenciación:** La ventaja competitiva se logrará al crear un producto o servicio que es percibido por el consumidor como exclusivo o superior al promedio.
- **Estrategia de Enfoque o Segmentación:** Consiste en elegir un determinado segmento al cual atender y una vez seleccionado éste, asumir una tendencia hacia la diferenciación, liderazgo de costos o su combinación.

Toda empresa debe elegir su estrategia genérica de acuerdo a las características de la misma y del mercado, para que al ser combinadas

con nuevas propuestas puedan generar resultados positivos, lo importante es tener muy claro el objetivo de la empresa.

- **Estrategia Funcional**

Según WHEELER, Thomas L. HUNTER, David J. (2007) es su obra Administración Estratégica y Política de Negocios: *“La estrategia funcional es el enfoque que adoptará un área funcional para lograr los objetivos y las estrategias de la corporación y las unidades de negocio para maximizar la productividad de los recursos.”* Pág. 189.

Tomando como base lo manifestado por el autor se puede decir que las estrategias funcionales nacen de cada área de la organización, las cuales persiguen objetivos específicos enmarcados en lo que espera alcanzar toda la empresa.

2.5. PLAN DE NEGOCIOS

Para FRIEND Graham y ZEHLE Stefan (2008) en su obra Plan de Negocios manifiesta: *“El plan de negocios es articular la estrategia, las tácticas y las operaciones del negocio en un documento escrito, asegura un análisis riguroso y lleva a una mayor claridad de pensamiento.”* Pág. 15.

Según HINDLE Tim (2008) en su libro Management afirma: *“Se trata de una fantasía cualitativa y cuantitativa escrita sobre el futuro de un negocio nuevo, tiene que quedar documentado si el negocio alguna vez va a recibir la ayuda financiera que necesita”.* Pág. 29.

El plan de negocios se resume como un documento base que nos permite tener una visión más clara y objetiva de hacia dónde queremos llegar con nuestro negocio, con la incorporación de estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos.

Metas + Investigación + Estrategias = Plan de Negocios

- **Planes de Negocio como Herramienta de Administración**

“La diferencia más importante entre el éxito y el fracaso de una empresa está en la evaluación periódica del plan de negocios para saber en dónde están respecto a sus metas y dar seguimiento a sus conclusiones mediante ajustes a sus prácticas y expectativas.”

El plan de negocios permite al empresario tomar decisiones oportunas sobre la administración del negocio, puesto que permite comparar los objetivos trazados con la realidad y establecer los correctivos necesarios para su mejoramiento.

2.6. CADENA DE VALOR

Para W Charles. L Hill y JONS Sareth R. (2009) en su libro Administración Estratégica manifiesta: *“Cadena de valor se refiere a la idea de que una compañía es una cadena de actividades que transforma los insumos en productos que valoran los clientes.”* Pág. 83.

Según PORTER, Michael (2006) afirma: *“El enfoque del análisis de la Cadena de Valor se basa en la identificación de cada paso que se realiza en los procesos internos de la empresa y la revisión de su contribución a la satisfacción del cliente.”*

Este proceso de análisis debe ayudarle a cuestionar y revisar los patrones de trabajo en su empresa desde la perspectiva de su enfoque al cliente y, de esta forma, ayudarle a descubrir qué puede mejorarse.

- **Actividades de apoyo:** Son las que se refieren a los grupos de Infraestructura de gestión - Manejo de Recursos Humanos - Gestión de tecnología – Adquisiciones.

- **Actividades Primarias:** componen los grupos logística de entrada, operaciones, logística de salida, Marketing, ventas y servicios.

La cadena de valor es la capacidad que tenemos como empresa de generar valor agregado para nuestros clientes a través de procesos de análisis constantes que permiten determinar los errores y establecer los correctivos necesarios, brindando calidad en el servicio, con entrega oportuna.

2.7. RIESGO

Según GIDO, Jack, y CLEMENTS James (2007) en su obra *Administración exitosa de proyectos* manifiesta: *“El riesgo es la posibilidad de que ocurra una circunstancia no deseada que provoque cierta pérdida”*. Pág. 80

Para JACOME walter (2005) en su libro *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión* afirma: *“El riesgo en un proyecto es la posibilidad de fracasar ante la presencia de situaciones o escenarios adversos, provocados por situaciones adversas y de carácter exógeno.”* Pág. 89.

Riesgo es la posibilidad de que ocurra o no un hecho adverso o una situación favorable, es una estimación de lo que puede o no suceder.

2.8. COMPETENCIAS

Según CHIAVENATO Idalberto (2007) en su libro Administración de Recursos Humanos manifiesta: *“Competencias son aquellas cualidades personales esenciales para desempeñar las actividades y que diferencian el desempeño de las personas”*. Pág. 407

Para ALLES Martha (2005) en su obra Elija al Mejor por Competencias define: *“como una característica subyacente de un individuo que esta casualmente relacionada con un nivel estándar de efectividad y/o con un desempeño superior en un trabajo o situación”*. Pág. 105

Partiendo de las definiciones de los autores se puede decir que las competencias son las cualidades, actitudes, destrezas que una persona posee para desempeñar las funciones de un cargo.

- **Competencias Laborales**

Para B Willan. Werther / Keith Davis (2008) en su obra Administración de Recursos Humanos afirma: *“Competencia laboral es la capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente en termino de habilidades, destrezas y actitudes”*. Pág. 104.

Son las destrezas en el desempeño laboral que una persona aplica en su puesto de trabajo a través de la instrucción y aprendizaje de situaciones de trabajo.

2.9. ESCENARIOS CORPORATIVOS

Según WHEELLEN, L. y HUNGER David (2007) en su libro Administración Estratégica y Política de Negocios define: *“Los escenarios corporativos son estados financieros proforma (proyectados) y los estados de resultados que pronostica el efecto que producirá cada estrategia externa y sus diversos programas en el rendimiento de la inversión corporativa”*. Pág. 202

Se entiende por situaciones propuestas de diferentes aspectos, enfoques positivos y negativos los cuales son sujetos de evaluación para la toma de decisiones de la organización.

2.10. MODELO DE REGRESIÓN LINEAL

Para FRIEND Graham y ZEHLE Stefan (2008) en su libro Plan de Negocios afirma: *“Es una técnica estadística que examina la relación entre las variables dependientes y variables independientes, que puede ser utilizada para las proyecciones de mercado y la toma de decisiones tácticas”*. Pág. 13.

El modelo de regresión lineal es una herramienta muy utilizada para el análisis de datos que presentan una relación causa-efecto. El punto de partida en un modelo lineal es el conjunto de datos que se presentan simultáneamente y que pueden explicar el comportamiento de la variable que queremos analizar.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El objetivo principal del estudio de mercado con cobertura local en la ciudad de Ibarra, es realizar un proceso de recopilación y análisis de datos relevantes acerca del tamaño de la microempresa, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del usuario, con la finalidad de tener bases y directrices para tomar decisiones y determinar la demanda, oferta y precios de los servicios empresariales.

La información recopilada será procesada mediante la aplicación del programa estadístico SPSS, con identificación de variables independientes y variables dependientes para proyectar el incremento de microempresas en la ciudad de Ibarra anualmente, en base a distintos escenarios que pueden afectar el entorno, es decir realizar un pronóstico de ventas anual.

Así determinaremos la factibilidad del proyecto a implantarse y las estrategias más adecuadas para conseguir una diferenciación del servicio.

3.2. Identificación del Servicio

Al ser una empresa de servicios y constituyendo su actividad fundamental, la prestación y asesoramiento de actividades empresariales con soluciones creativas, identificadas de la siguiente manera:

- Asesoría en ventas
- Estudio de mercado
- Atención al cliente
- Desarrollo del personal
- Asesoría en contabilidad y costos
- Asesoría tributaria.
- Diseño y evaluación de proyectos.

CUADRO N° 3
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO EN ASESORÍA

Asesoramiento generalizado
CONTABLE
Plan contable, asientos, principios contables, plan de amortización.
FISCAL
Declaraciones tributarias.
LABORAL
Contrataciones, nóminas, seguros sociales, extinciones, etc.
COMERCIAL
Oferta, demanda, mercados, estructura comercial.
MARKETING Y PUBLICIDAD
Estrategias, encuestas, sondeos, documentación, marketing directo, diseño de trípticos, vallas publicitarias etc.
FORMACIÓN
Dirección estratégica, talento humano, marketing, planificación y control, gestión de la calidad, etc.

Elaborado por: Los Autores

**CUADRO N° 4
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO EN CONSULTORÍA**

CONSULTORIA: Estudio, análisis y asesoramiento personalizado
CONSULTORIA ESTRATÉGICA
Apoyo externo de un grupo de profesionales de reconocida valía para la microempresa que desea cambiar o mejorar el rumbo de la misma, siendo el inicio los estudios de base internos y externos, para desarrollar un plan estratégico razonable que mejore sustancialmente la situación actual y se maximicen los beneficios.
CALIDAD
Los sistemas de gestión de calidad, es uno de los factores básicos para el mejoramiento de la organización y la competitividad.
PROCESOS Y COSTES
La correcta gestión de procesos y costes es muy importante para conseguir la competitividad suficiente y poder mantenerse en el mercado a pesar de las adversidades.
TALENTO HUMANO
El activo principal de toda empresa son las personas que la componen, por lo cual, la clave para el desarrollo de una organización está en la gestión de su talento humano, el objetivo del proyecto es ayudar a las empresas a formular y ejecutar la estrategia de talento humano. Todo contribuye a crear una cultura de empresa, orientada a la eficiencia.
MARKETING
La función principal del marketing es el incremento de las ventas de su empresa. Se diseñarán estrategias que cumplan objetivos mercadotécnicos actualizados y que respondan a las exigencias del mercado.
PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
Las empresas y sus directivos tienen la obligación legal de formar a sus empleados y trabajadores en materia de seguridad y salud laboral. El apoyo empresarial está destinado a la prevención de riesgos laborales y a políticas de negociación.
PROYECTOS
El diseño y la evaluación de proyectos responderán a las expectativas de las entidades crediticias del entorno, lo que permitirá a la empresa ser sujeto de crédito.

Elaborado por: Los Autores

El asesoramiento para las empresas se lo hará a través de un staff de profesionales de experiencia y prestigio, mediante la modalidad de servicios profesionales ocasionales.

3.3. MERCADO META

El mercado meta a quién va dirigido el servicio, son las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Tomando en cuenta el mercado meta a quién va dirigido el servicio, la demanda identificada en la ciudad de Ibarra hasta el año 2009 es de 515 empresas.

CUADRO N° 5

IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	Nº EMPRESAS REGISTRADAS
2005	392
2006	418
2007	465
2008	485
2009	515

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: Los autores

3.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

3.5.1 Aplicación del modelo matemático, Regresión Lineal.

- Años de registro.
- Base de datos históricos de registro de microempresas proporcionada por el Ilustre Municipio de Ibarra.
- Condiciones Legales.
- Condiciones Económicas.
- Condiciones Geográficas.

3.5.2. Identificación de Variables

3.5.2.1 Variable Independiente

- Tiempo
- Condiciones legales
- Condiciones económicas
- Condiciones Geográficas

3.5.2.2. Variable Dependiente

- Número empresas registradas.

CUADRO N° 6
VARIABLES A INTRODUCIR EN EL MODELO MATEMÁTICO

TIEMPO (AÑOS)	N° EMPRESAS REGISTRADAS	CONDICIONES LEGALES	CONDICIONES ECONÓMICAS	CONDICIONES GEOGRÁFICAS
2005	392	4	5	6
2006	418	5	5	6
2007	465	6	6	6
2008	485	6	6	6
2009	515	6	5	6

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: Los Autores

3.5.1. Resultado del modelo matemático

CUADRO N° 7
RESULTADO DEL MODELO MATEMÁTICO

VARIABLES INTRODUCIDAS/ELIMINADAS

Modelo	VARIABLES INTRODUCIDAS	VARIABLES ELIMINADAS	Método
1	VAR00004, VAR00001, VAR00003 ^a	.	Introducir

a. Todas las variables solicitadas introducidas.

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,997 ^a	,993	,972	8,28510

a. Variables predictoras: (Constante), VAR00004, VAR00001, VAR00003

ANOVA^b

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1 Regresión	9869,357	3	3289,786	47,926	,106 ^a
Residual	68,643	1	68,643		
Total	9938,000	4			

a. Variables predictoras: (Constante), VAR00004, VAR00001, VAR00003

b. Variable dependiente: VAR00002

Coefficientes^a

Modelo	Coefficients no estandarizados		Coefficients tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
1 (Constante)	318,286	42,593		7,473	,085
VAR00001	28,857	7,671	,915	3,762	,165
VAR00003	3,786	16,422	,068	,231	,856
VAR00004	5,500	13,100	,060	,420	,747

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,997 ^a	,993	,972	8,28510

Variable dependiente: VAR00002

3.5.2. Análisis del Modelo Matemático.

- **R = Correlación total**

Las variables introducidas en el modelo de regresión lineal influyen en un **99%** sobre el comportamiento. La variable dependiente que es el número de empresas registradas en el Municipio de Ibarra, servirá de base para la propuesta del proyecto.

- **R² = Nivel de explicación**

El modelo explica el **99%** de las fluctuaciones de la demanda histórica.

- **F = Nivel de Significación**

Corresponde a 47,92; lo cual indica que las variables utilizadas en el modelo no son casuales, puesto que son de carácter permanente porque sobrepasa al valor sugerido de 6.

- **e = Error de estimación**

El error de estimación ± 8

3.5.3. Modelo de Proyección

$$\text{Crecimiento de las empresas} = 318.286 + 28.857X_1 + 3.786X_3 + 5.50X_4 \pm 8$$

3.5.4. Análisis de Confianza

Para establecer la confiabilidad del modelo se procede a establecer un análisis de:

3.5.4.1. Sensibilidad:

- La variable de mayor influencia es la correspondiente a X_1 que corresponde al tiempo, con una velocidad que es la $\frac{\partial(\text{Crecimiento de las empresas})}{\partial(\text{tiempo})} = 28,857$
- La velocidad de crecimiento de la variable condiciones legales es de 3.786, que incidirá el porcentaje de crecimiento del número de empresas.
- La velocidad de crecimiento de la variable condiciones económicas es de 5.500, que incidirá el porcentaje de crecimiento del número de empresas.

- La variable Condiciones Geográficas no aparece en el modelo porque no es significativa dentro del mismo.

3.5.4.2. Variables de Predicción

Las variables de predicción se utilizaron para predecir la demanda de los próximos años.

Los valores cualitativos se ponen de acuerdo al mejoramiento de las condiciones de cada una de las variables que están asignadas en la escala de 1 a 10.

CUADRO N° 8
VARIABLES DE PREDICCIÓN

VARIABLE	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009
Tiempo	6	7	8	9	10
N° de empresas	392	418	465	485	515
Condiciones legales	5	5	5	6	7
Condiciones económicas	4	4	5	5	6

Elaborado por: Los autores

Son valores cualitativos en función de las tendencias históricas de los escenarios.

CUADRO N° 9
RANGO DE EVALUACIÓN DE LAS VARIABLES CUALITATIVAS

RANGO	VALORACIÓN
10	Óptimo
9 – 8	Muy Bueno
7 - 6	Bueno
5 - 4	Regular
3 - 2	Malo
1	Muy Malo

Elaborado por: Los autores

3.5.5. Proyección del número de empresas para 5 años.

CUADRO N° 10
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	ECUACIÓN
<i>Año proyectado</i> 2010	<i>crecimiento</i> = 318.286 + 28.857(6) + 3.786(5) + 5.50(4) <i>crecimiento</i> = 541Pymes
<i>Año proyectado</i> 2011	<i>crecimiento</i> = 318.286 + 28.857(7) + 3.786(5) + 5.50(4) <i>crecimiento</i> = 569Pymes
<i>Año proyectado</i> 2012	<i>crecimiento</i> = 318.286 + 28.857(8) + 3.786(5) + 5.50(5) <i>crecimiento</i> = 604Pymes
<i>Año proyectado</i> 2013	<i>crecimiento</i> = 318.286 + 28.857(9) + 3.786(6) + 5.50(5) <i>crecimiento</i> = 639Pymes
<i>Año proyectado</i> 2014	<i>crecimiento</i> = 318.286 + 28.857(10) + 3.786(7) + 5.50(6) <i>crecimiento</i> = 675Pymes

Fuente: Modelo matemático de proyección
Elaborado por: Los autores

3.5.6. Análisis de confianza del modelo matemático

La relación entre los valores proyectados y los históricos, determinan que el modelo es confiable para poder extrapolar a los años tomados en cuenta en el proyecto como se puede observar en el presente cuadro

CUADRO N° 11
ANÁLISIS DE TOLERANCIA DE LA PROYECCIÓN

Tiempo	Nº empresas Reales	Nº empresas proyectadas entre el rango máximo y mínimo		Evaluación
2005	392	398	360	Dentro de la tolerancia
2006	418	431	393	Dentro de la tolerancia
2007	465	469	425	Dentro de la tolerancia
2008	485	498	454	Dentro de la tolerancia
2009	515	517	479	Dentro de la tolerancia

Elaborado por: Los Autores

3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta de los servicios empresariales en la ciudad de Ibarra, es limitada, debido a la falta de empresas que brinden un servicio integral, su prestación del servicio está enfocada en Asesoría Tributaria y Contabilidad, que representa un 20% del portafolio del servicio a ofertar en el proyecto.

Se ha identificado 5 empresas casi similares cuyos servicios ofertados son:

CUADRO N° 12
OFERTA DE SERVICIOS DE LA COMPETENCIA

GESTIÓN EMPRESARIAL	• Control Contable
	• Costos
	• Declaración Tributaria
	• Proyectos
INFORCONT	• Contabilidad
	• Costos
	• Tributación
INFORTEXT	• Contabilidad
	• Costos
	• Tributación
ASESORAMIENTO CONTABLE	• Contabilidad
	• Tributación
ASESORÍA	• Tributación
	• Contabilidad
	• Asuntos legales

Fuente: Entrevista a directivos de las empresas

Elaborado por: Los autores

El promedio de clientes que cada una de las empresas atiende es de:

CUADRO N° 13
COMPETENCIA ACTUAL IDENTIFICADA

COMPETENCIA	N° CLIENTES (EMPRESAS)
GESTIÓN EMPRESARIAL	44
INFORCONT	61
INFORTEX	46
ASESORAMIENTO CONTABLE	52
ASESORÍA	43
TOTAL	246

Fuente: Entrevista a directivos de las empresas
Elaborado por: Los Autores

3.7. Proyección de la Oferta

Suponiendo un crecimiento paralelo entre demanda y oferta, se tiene que para el año 2010 la competencia tendrá captado como clientes a 246 pymes y para el año 2014 a 307 pymes.

CUADRO N° 14
PROYECCIÓN DE LA COMPETENCIA

AÑO	DEMANDA DE EMPRESAS	TIC %	OFERTA N° DE EMPRESAS DE LA COMPETENCIA
2010	541		246
2011	569	0,05	259
2012	604	0,06	275
2013	639	0,06	291
2014	675	0,06	307

Elaborado por: Los Autores

3.8. Demanda Potencial Proyectada a Satisfacer

En esta parte se compara la demanda y oferta, se puede observar en el cuadro que existe en el año 2010 una demanda potencial a satisfacer de 295 pymes las cuales es posible que adquieran los servicios de la microempresa a crearse.

**CUADRO N° 15
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

AÑO	DEMANDA DE EMPRESAS	OFERTA N° EMPRESAS DE LA COMPETENCIA	DEMANDA PORTENCIAL A SATISFACER
2010	541	246	295
2011	569	259	310
2012	604	275	329
2013	639	291	348
2014	675	307	368

Elaborado por: **Los Autores**

3.9. Pronóstico de Ventas

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer en el año 2010 que es 295 pymes, de los cuales la microempresa proyecta satisfacer el 30% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 10% hasta el tope del 70% en los años siguientes.

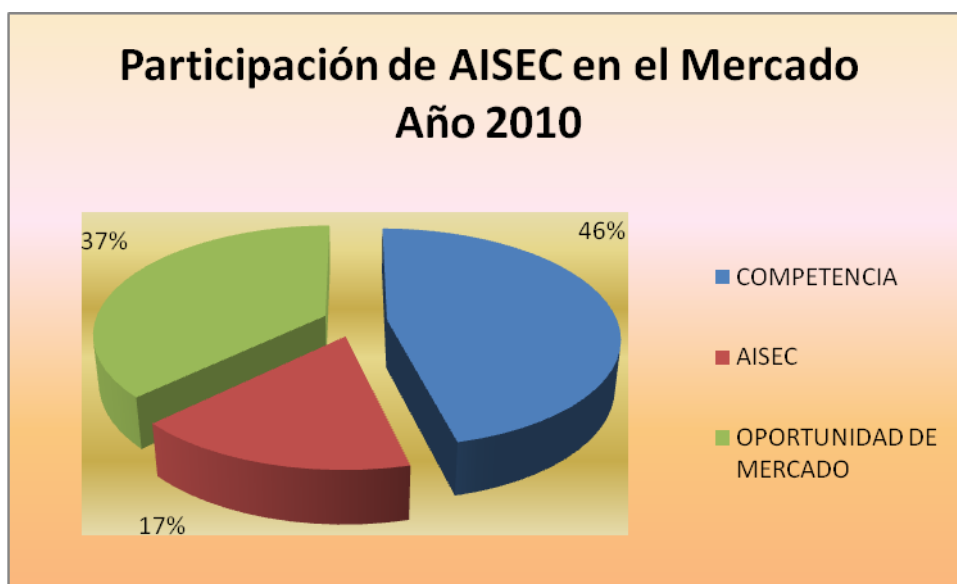
El 30% es en función de la capacidad instalada inicial del proyecto, para ir escalando a futuro.

**CUADRO N° 16
PRONÓSTICO DE VENTAS**

AÑO 1	NÚMERO DE EMPRESAS CAPTADAS
1	88
2	97
3	107
4	107
5	107

Elaborado por: Los Autores

**GRÁFICO N° 13
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO**



Elaborado por: Los Autores

3.10. ANÁLISIS DE PRECIOS

Para el análisis de los precios, se realizó una investigación directa basada en entrevistas a las empresas más representativas que se dedican a brindar servicios empresariales en la ciudad de Ibarra, se puede notar que no existe una estandarización de los precios en los servicios ofertados.

Los precios aproximados por los servicios empresariales son:

CUADRO N° 17
ANÁLISIS DE PRECIOS

SERVICIO	PRECIO
ASESORÍA EN VENTAS	250
CONTABILIDAD	300
TRIBUTACIÓN	200
PROYECTOS	500
ESTUDIO DE MERCADO	450

Fuente: Entrevista

Elaborado por: los autores

Cabe indicar que el precio por el servicio depende del tipo de empresa, tiempo y cobertura.

Nota: El análisis efectuado a la competencia, se tomó como referencia para fijar el precio del portafolio de servicios de AISEC, (Ver Anexo D)

3.11. Conclusiones del Estudio

Del estudio de mercado realizado en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Ibarra se colige lo siguiente:

3.11.1. La demanda potencial a satisfacer de servicios empresariales se estima en el año 2010 de 295 entre pequeñas y medianas empresas.

3.11.2. Débil cultura empresarial en un promedio de 80% de las unidades investigadas; no contratan servicios de asesoría empresarial porque su gestión esta fincada única y especialmente en la experiencia que tienen.

3.11.3. No existe una competencia significativa en la ciudad a acepción de 5 empresas que tenga una oferta integral de servicios empresariales.

3.11.4. No existe una estandarización de precios de los servicios, lo que origina una falta de ética en la fijación de los mismos.

3.11.5. La promoción y publicidad de los servicios actuales es restringida por lo tanto su socialización tiene una cobertura pequeña.

3.11.6. Las organizaciones que han recibido asesoría empresarial lamentan de que quien les ofertó, no han cumplido la fase de seguimiento y monitoreo solo han sido servicios ocasionales y transitorios.

3.11.7. La credibilidad de las ofertas de servicios locales es bastante baja, consecuentemente la gran mayoría prefiere contratar a empresas de la ciudad de Quito. Esto es válido para las empresas de mayor tamaño y que en el caso del cantón Ibarra son muy pocas.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

Presentación

La Microempresa como dimensión del sector económico, social y político de la sociedad, surge como una oportunidad de crecimiento con visión estratégica para su escalamiento futuro, de carácter privado encaminada a brindar a sus clientes un servicio de calidad, contando con talento humano capacitado, con experiencia técnica y profesional para satisfacer los requerimientos y necesidades de sus clientes.

En función de ello y analizando el diagnóstico se identifica problemas de carácter empresarial basados en una baja cultura empresarial, ya que los microempresarios surgen de una gestión familiar frente a la necesidad de sobrevivencia.

Por tal motivo la propuesta se enfocará al planteamiento de estrategias gerenciales, de marketing y escalamiento futuro que permita a la microempresa establecer aquellas estrategias más adecuadas para penetrar en el mercado y obtener diferenciación del servicio con valor agregado, capaz de adaptarse a las cambiantes necesidades de los mismos.

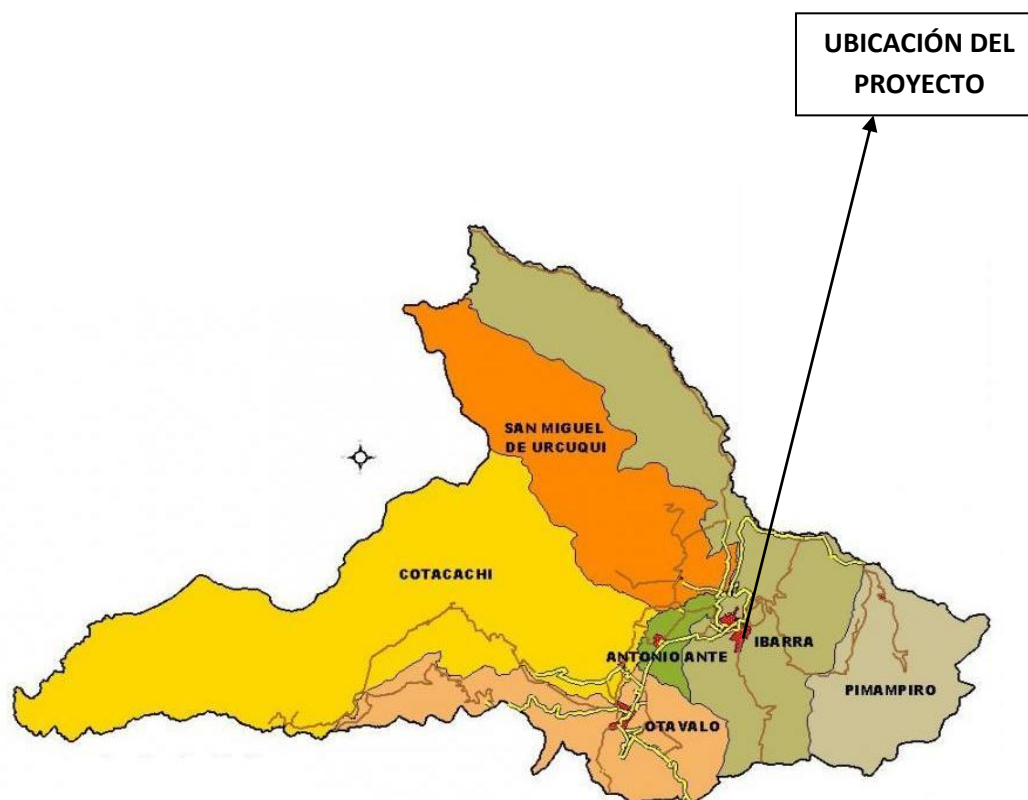
PROPÓSITO UNO

4.1. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

4.1.1.1. Macrolocalización del Proyecto

La implantación del proyecto será en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura ya que al inicio de las actividades el mercado meta son las pequeñas y medianas empresas de esta ciudad.

ILUSTRACIÓN N° 1
MAPA DE LA CIUDAD DE IBARRA



Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Ibarra
Elaborado por: Los Autores

4.1.2. Microlocalización del Proyecto

Para analizar la microlocalización del proyecto hemos efectuado un análisis de factores mediante su ponderación.

**CUADRO N°18
MATRIZ DE FACTORES**

FACTORES		LUGARES			
FACTORES DE CONDICIONES GEOGRÁFICAS		Calle Sánchez y Cifuentes	Av. Teodoro Gómez	Av. Jaime Rivadeneira	Av. El Retorno
1.	Disponibilidad de locales	80	50	60	40
2.	Disponibilidad de líneas telefónicas	70	60	80	70
3.	Recursos energéticos	100	90	95	95
4.	Transporte	100	90	90	80
5.	Vías de acceso	90	95	90	90
SUBTOTAL		440	385	415	375
FACTORES COMUNITARIOS					
1.	Actitud de los microempresarios	70	80	60	50
2.	Costo locales	70	60	50	90
3.	Tipo y tamaño de mercado	90	90	80	70
SUBTOTAL		230	230	190	210
FACTORES LEGALES					
1.	Ordenanzas municipales	90	80	90	90
2.	Seguridad y riesgo	90	70	70	90
3.	Leyes de control	80	80	80	80
SUBTOTAL		260	230	240	260
FACTORES ESTRATÉGICOS					
1.	Ubicación comercial	90	80	70	50
2.	Comportamiento de la competencia	80	70	80	60
3.	Zonas pobladas	90	90	90	70
4.	Demanda real	70	80	70	50
5.	Cultura de uso de servicios	80	70	60	60
6.	Seguridad ciudadana	50	70	60	80
SUBTOTAL		460	460	430	370
TOTAL FINAL		1390	1305	1275	1215

Elaborado por: **Los Autores**

Una vez evaluado los factores que son óptimos para un buen funcionamiento de la microempresa concluimos que el lugar de mayor puntuación es el sector comprendido entre la calle Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo.

**CUADRO Nº 19
MATRIZ DE FACTORES PRIORIZADA**

FACTORES		LUGARES				
FACTORES DE CONDICIONES GEOGRÁFICAS		TASA POND	Calle Sánchez Cifuentes	Av. Teodoro Gómez	Av. Jaime Rivad.	Av. El Retorno
1	Disponibilidad de locales	6%	5	3	4	2
2	Dispod. de líneas telefónicas	4%	3	2	3	3
3	Recursos energéticos	5%	5	5	5	5
4	Transporte	3%	3	3	3	2
5	Vías de acceso	2%	2	2	2	2
	SUBTOTAL	20%	17	15	16	14
FACTORES COMUNITARIOS						
1	Actitud de los microempresarios	7%	5	6	4	4
2	Costo de los locales	5%	4	3	3	5
3	Tipo y tamaño de mercado	3%	3	3	2	2
	SUBTOTAL	15%	11	11	9	10
FACTORES LEGALES						
1	Ordenanzas municipales	3%	3	2	3	3
2	Seguridad y riesgo	10%	9	7	7	9
3	Leyes de control	2%	2	2	2	2
	SUBTOTAL	15%	13	11	11	13
FACTORES ESTRATÉGICOS						
1	Ubicación comercial	12%	11	10	8	6
2	Comport. de la competencia	9%	7	6	7	5
3	Zonas pobladas	8%	7	7	7	6
4	Demanda real	6%	4	5	4	3
5	Cultura de uso de servicios	8%	6	6	5	5
6	Seguridad ciudadana	7%	4	5	4	6
	SUBTOTAL	50%	39	38	36	30
	TOTAL FINAL	100%	81	75	72	68

Elaborado por: **Los Autores**

A través de la evaluación de la matriz priorizada de factores, identificamos al centro de la ciudad comprendido entre: calle Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo como el sector de mayor puntuación.

Los factores estratégicos aseguran mejor comodidad para el cliente y propietarios permitiendo optimizar recursos y brindando mayor competitividad de la microempresa.

4.1.3. Distribución de la Planta

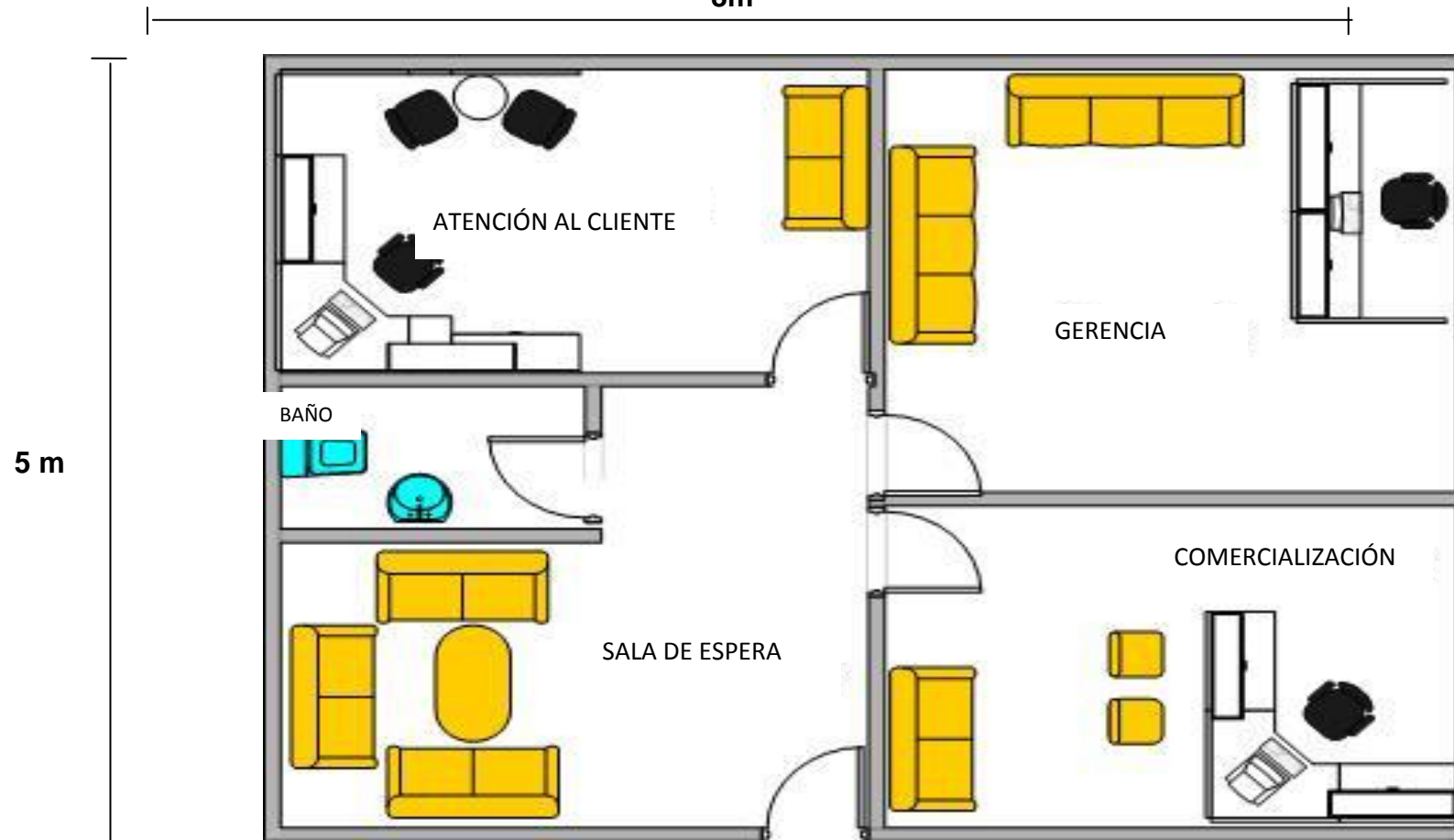
El área que ocupa el proyecto es de 40m² distribuidos de la siguiente manera:

CUADRO Nº 20
ÁREAS DE LA PLANTA

ÁREAS	m²
Área de Gerencia	9
Área de Comercialización	7
Área de Atención al Cliente	7
Baño	5
Sala de Espera	12
TOTAL	40

Elaborado por: Los Autores

ILUSTRACIÓN N° 2
Diseño de las Instalaciones 40m²
8m



4.1.4. Diagrama de Procesos

Es una representación gráfica que se realiza a través de una hoja de diagramación de procesos, identificando las diferentes actividades y tiempos que se utilizará de manera promedio para cumplir con el proceso.


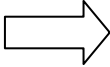




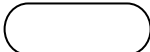
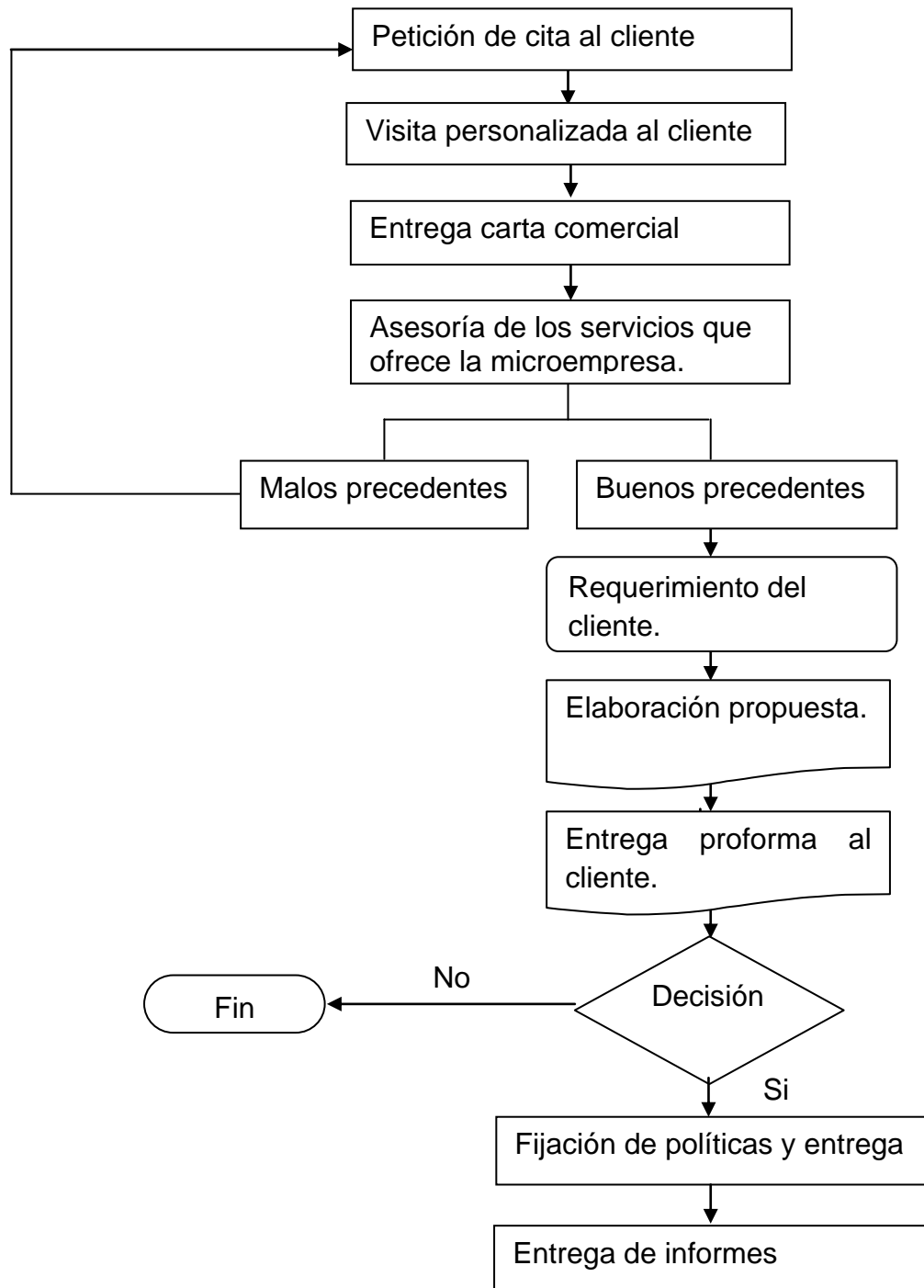
SIMBOLO	SIGNIFICADO
	Proceso
	Transporte
	Espera
	Decisión
	Archivo o documentación
	Documento
	Terminador

DIAGRAMA DE PROCESOS DE LOS SERVICIOS



CUADRO N° 21
LISTADO DE ACTIVIDADES

N°	LISTADO DE ACTIVIDADES	TIEMPO
1	Petición de cita al cliente	10 min.
2	Visita personalizada al cliente	30 min.
3	Entrega carta comercial	5 min.
4	Asesoría del servicio que presta la microempresa	20 min.
5	Recolección de información que le interesa al cliente	15 min.
6	Elaboración de la propuesta	1000 min.
7	Presentación de la proforma	500 min.
8	Confirmación del servicio que desea el cliente	800 min.
9	Fijación de políticas y entrega del servicio	200 min
10	Elaboración final de informes	300 min.
TOTAL TIEMPO EN MINUTOS		2880 Min.
TOTAL TIEMPO EN HORAS		48 HORAS

Elaborado por: Los autores

PROPÓSITO DOS

4.2.LA MICROEMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

4.2.1. Nombre de la Microempresa

Para la selección del nombre se ha considerado que tanto el cliente interno y externo puedan identificar la razón e imagen del negocio, así como su estructura orgánica, para ello se tomó en cuenta la originalidad, claridad, simpleza, atractivo y reflejo del nombre para su impacto en el medio comercial.

AISEC
Asesoría Integral en Servicios Empresariales y Consultoría

4.2.2. Base Filosófica

Nuestra filosofía: "***Vendemos soluciones creativas con resultados, para crear una organización innovadora***", con esta filosofía empresarial queremos conseguir, satisfacer y fidelizar clientes.

4.2.3. Misión

Constituirse en una microempresa eficiente y competitiva para ofrecer servicios empresariales de calidad con un portafolio de servicios integral, fomentando la cultura empresarial.

4.2.4. Visión

Ser una empresa líder a nivel regional en el año 2015, en brindar servicios empresariales con calidad, atención oportuna y personalizada a los clientes.

4.2.5. Objetivos Estratégicos de la Microempresa.

- Posicionamiento y fidelización de clientes
- Crecimiento sostenido en los servicios y clientes estratégicos
- Alcanzar niveles de excelencia en la calidad y prontitud con que se atiende al cliente.

4.2.6. Políticas de la Microempresa

- Lo más importante es la satisfacción de las necesidades de los clientes.
- Brindar atención personalizada a los clientes que nos permita tener un contacto directo.
- Establecer estrategias de crecimiento que permite seguir creciendo en el medio.
- Crear un clima organizacional agradable y de trabajo en equipo para cumplir con las expectativas.

4.2.7. Principios y Valores

- **Principios**

- a. **La responsabilidad:** este principio es uno de los más importantes para AISEC, ya que mediante el cumplimiento de los contratos por servicios se ganará imagen.

- b. **Una buena atención al cliente:** crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas, permitirá obtener una buena relación con los clientes.

- c. **Cuidar la imagen de la microempresa:** a través del talento humano se cuidará y desarrollará la microempresa.

- **Valores**

- a. **Honestidad:** realizar cada una de las actividades dentro de la microempresa con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.

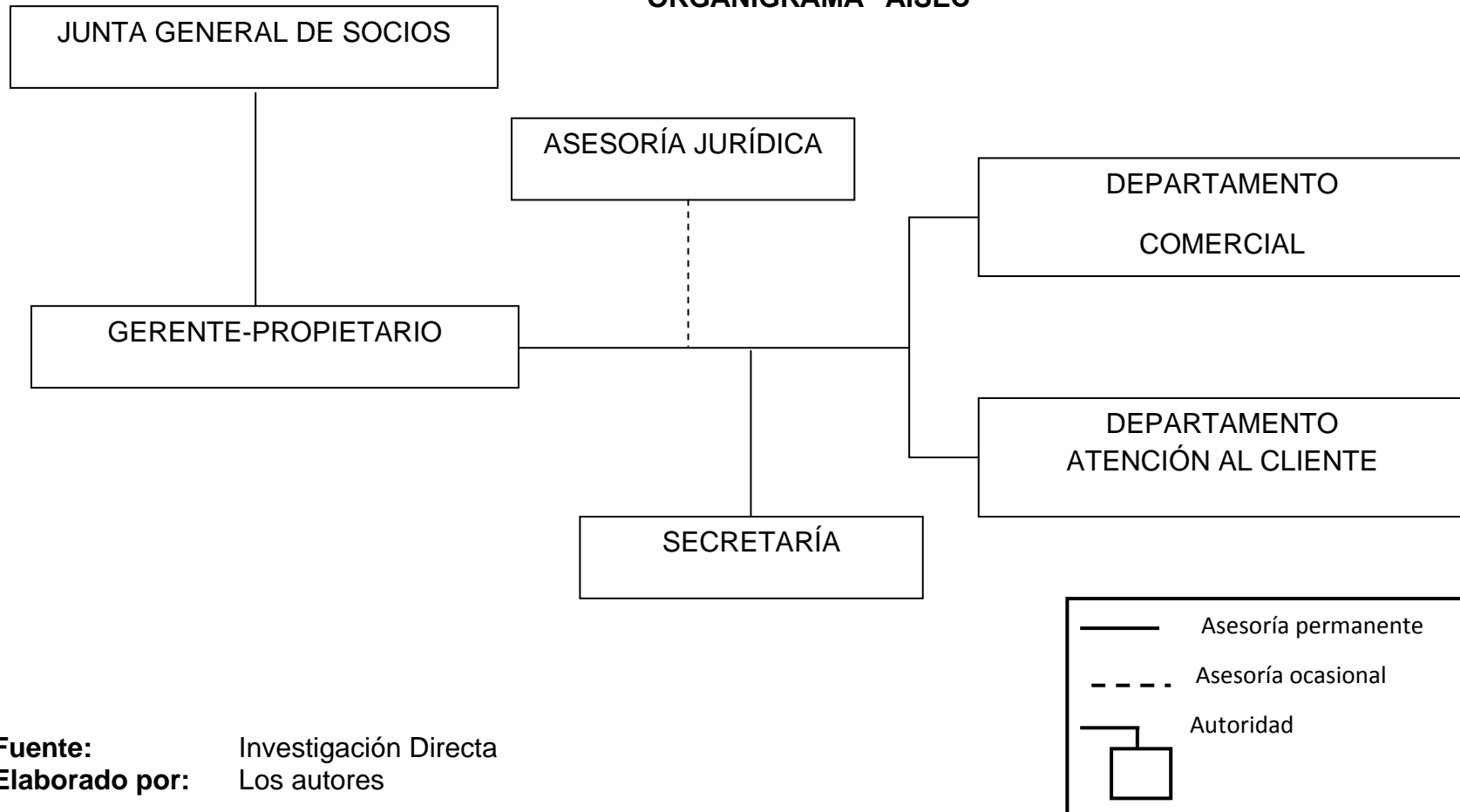
- b. **Ética profesional:** debe estar reflejada en cada uno de los trabajos a realizarse ya que de eso depende la confiabilidad de los clientes.

c. Cooperación: es importante la ayuda y compañerismo dentro de la microempresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en equipo.

4.2.8. Estructura Organizativa

La estructura de "AISEC Cía. Ltda." es simple; el personal que brindara el servicio de consultoría será contratado por medio de la modalidad de servicios profesionales ocasionales, para la administración de la microempresa se necesita: gerente general, asesor jurídico, jefe comercial, jefe de atención al cliente, además una secretaria contadora encargada de cumplir con las disposiciones del SRI.

CUADRO N° 14
ORGANIGRAMA "AISEC"



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Los autores

4.2.9. Niveles Administrativos

Los niveles administrativos de la microempresa dedicada a brindar servicios empresariales son:

- Nivel Legislativo Superior
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel Auxiliar
- Nivel Operativo

➤ **Nivel Legislativo o Superior**

El nivel Legislativo o Superior está compuesto por los socios de la pequeña empresa que conforman la Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

➤ **Nivel Ejecutivo**

Este nivel está integrado por el Administrador de la microempresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y las actividades de la microempresa.

➤ **Nivel Asesor**

El nivel asesor está conformado por la unidad de Asesoría Jurídica, constituye la instancia de consulta, consejo o asesoramiento, en la toma de decisiones, su relación de autoridad es indirecta respecto a las

unidades de mando de línea u operación, su función se canaliza a través del Administrador o Gerente.

➤ **Nivel Auxiliar**

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de Contabilidad - secretaría, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la microempresa.

➤ **Nivel Operativo**

Lo integran las unidades de atención al cliente que comercialización el servicio, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la microempresa.

4.2.10. Matriz de Competencias

Constituye una norma de cumplimiento obligatorio en el cual se indican los requisitos mínimos de control interno en cada puesto a implantar en la microempresa.

**CUADRO Nº 22
MATRIZ DE COMPETENCIAS**

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENTE GENERAL	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Honestidad • Responsabilidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades para negociar. • Capacidad para liderar • Capacidad toma de decisiones • Trabajar en equipo • Dirección de personas • Creatividad e iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo. • Estabilidad emocional • Trabajo bajo presión. • Buen manejo de relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la empresa ante terceros. • Determinar el perfil profesional de cada cargo. • Dirigir y controlar el correcto desempeño de la misma. • Tomar decisiones al interior de la empresa. • Motivar al personal. • Preparar presupuestos 	<p>Instrucción Formal: Estudios en Administración de empresas, Economía o afines.</p> <p>Edad: De preferencia de 25 a 45 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: Los autores

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
SECRETARIA /CONTADORA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Confidencialidad • Organización <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tolerancia al estrés. • Trabajo en equipo • Destreza matemática • Monitoreo y control 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de sistemas contables. • Trabajo bajo presión. • Conocimiento leyes tributarias. • Buenas relaciones humanas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con todas las disposiciones que emite el SRI. • Realizar cuadros contables. • Registrar y controlar ingresos y egresos de la empresa. • Elaborar estados financieros. • Elaborar informes periódicos 	<p>Instrucción Formal: Estudios Contabilidad Superior y Auditoría</p> <p>Edad: Entre 25 a 40 años.</p> <p>Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</p>

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
JEFE COMERCIAL	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso • Honestidad • Profesionalismo • Confidencialidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad • Identificar, plantear y resolver problemas. • Trabajo en equipo. • Sensibilidad de prever necesidades de clientes e iniciativa para proporcionarle soluciones oportunas con los productos y/o servicios adecuados. • Capacidad para organizar y planificar el tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad emocional • Trabajo bajo presión. • Buen manejo de relaciones humanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer planes de campaña para clientes • Realizar planificación de medios. • Proponer soluciones efectivas a consultas de clientes. • Realizar visitas a empresas para socializar el servicio. 	<p>Instrucción Formal: Estudios superiores en Marketing, publicidad o diseño.</p> <p>Edad: Entre 18 a 30 años.</p> <p>Experiencia: 2 años en funciones similares.</p>

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
ATENCIÓN AL CLIENTE	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Compromiso • Profesionalismo <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de persuadir a clientes. • Uso de estilos interpersonales y métodos de comunicación apropiados. • Habilidades en las relaciones interpersonales. • Orientación hacia el logro. • Iniciativa y espíritu emprendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad emocional • Trabajo bajo presión. • Buen manejo de relaciones humanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada a los clientes. • Realizar llamadas telefónicas a los clientes. • Coordinar trabajos con proveedores. • Manejar sistemas informáticos • Llevar registro de clientes. 	<p>Instrucción Formal: Estudios superiores en comunicación social o afines.</p> <p>Edad: Entre 22 a 30 años.</p> <p>Experiencia: No indispensable</p>

4.2.11. Constitución Legal.

4.2.12. Constitución como Compañía de Responsabilidad Limitada

Según el Art. 93 reformado, de la Ley de Compañías «La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras - Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como «comercial. Industrial», «agrícola', «constructora», etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar. El mínimo de socios es tres y el máximo quince.

Los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.

El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y el saldo en el plazo de un año.

Para constitución legal de la microempresa es necesario que un abogado redacte una minuta al igual que los estatutos los cuales deben ser redactados junto con los socios de la microempresa, el cual registrará la vida de la microempresa y evitará que exista inseguridad jurídica, es decir, hará que exista predictibilidad.

4.2.13. Minuta de Escritura de Constitución

MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-

Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: ANA XIMENA QUINTEROS VASQUEZ, ANIBAL ROLANDO TARAMBIS BASTIDAS Y JOSE RICARDO ARAGÓN ARAGÓN; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, solteros, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada «AISEC. CÍA. LTDA.» la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE AISEC CÍA. LTDA.

CAPITULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Ibarra, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Imbabura. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada AISEC. CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, la prestación de servicios de asesoría y consultoría empresarial. La compañía tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de 15 años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE

LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de 23.190,00 dólares dividido en 3 participaciones de 7.730,00 dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal

caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTÍCULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTÍCULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de

socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y

RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los

asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

Atentamente,

(f) El Abogado

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA: La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

DOCUMENTO HABILITANTE: Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS: Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, para la constitución de una compañía con domicilio en la ciudad de Ibarra, deberá enviarse la escritura a la Intendencia de Compañías de Pichincha, para su aprobación; la que, al aprobar la constitución dispone lo siguiente:

1. Que se margine una razón en la matriz de la escritura de constitución, con la aprobación que realiza;
2. La publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía: y.
3. La inscripción en el Registro Mercantil.

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

4.2.14. Permisos de Funcionamiento

- **Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyentes.**
 - a. Cédula del representante legal
 - b. Copia del certificado de votación
 - c. Recibo del pago de agua, luz o teléfono

- **Requisitos para obtener la Patente Municipal por primera vez.**
 - a. Copia de la cédula y certificado de votación
 - b. Nombre (Apellidos y nombres) del propietario del predio donde funciona la actividad económica
 - c. Copia del RUC
 - d. Declaración juramentada de inicio de actividades
 - e. Escritura de constitución
 - f. Copia de cédula de identidad del representante legal
 - g. Inspección

PROPÓSITO TRES

3.3. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

El diseño de esta estrategia es vital para el inversionista en un proyecto, porque le permite determinar correctamente el dominio del mismo, sus límites, su flexibilidad y las áreas específicas que trata de cubrir y que segmento de mercado es el mercado meta, para identificar ventajas que se espera obtener en forma diferencial frente a las existentes.

En general el diseño correcto de una estrategia competitiva ayuda a tener un posicionamiento en el mercado, tener un financiamiento correcto, costos adecuados, provisión de insumos, gestión adecuada del talento humano, entre otras.

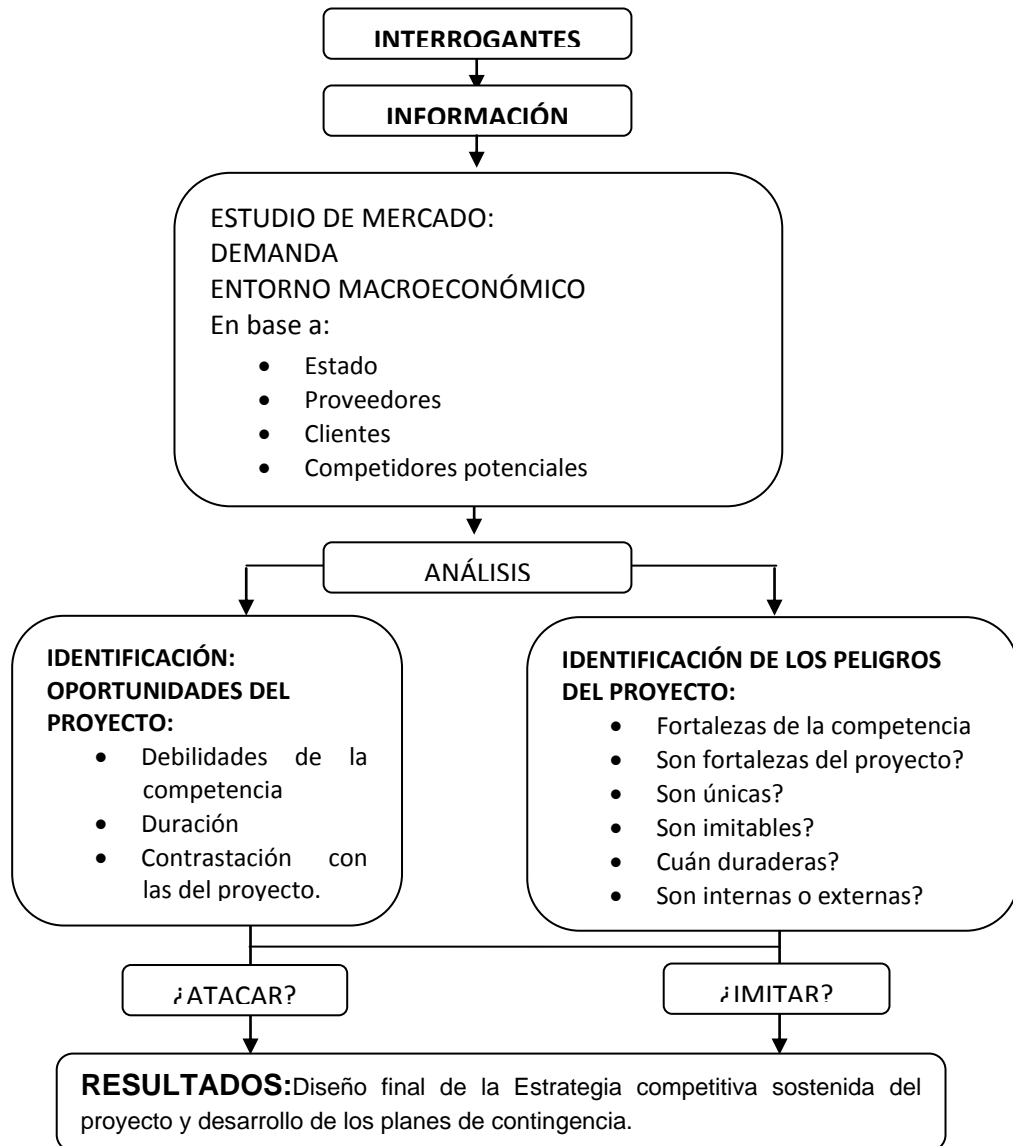
La estrategia competitiva es una combinación de los fines (metas) por los cuales se está esforzando la empresa y los medios (políticas) con las cuales está buscando llegar a ellos.

En el siguiente esquema se muestra el proceso secuencial a seguir para diseñar una estrategia competitiva en términos reales de tiempo y oportunidad.

3.3.1. Esquema para el Diseño de una Estrategia Competitiva

El proceso operativo de una estrategia competitiva bien ideada y diseñada, se ajusta a la siguiente metodología que propone Folke Kafka, en su obra " *Evaluación Estratégica de los Proyectos de Inversión*".

CUADRO N° 23
ESQUEMA PARA EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMPETITIVA



Elaborado por: Los Autores

4.3.1 Estrategias para Contrarrestar la Competencia

4.3.1.1 Interrogantes para la Competencia

- **¿Cuáles son los competidores directos?**

Los competidores directos son todas las empresas dedicadas a brindar servicios similares a los de la microempresa propuesta. Estos son:

INFORCONT
INFORTEXT
GESTION EMPRESARIAL
ASESORAMIENTO CONTABLE
ASESORÍA

- **¿Qué tipo de servicios ofrecen?**

Los servicios que brindan son:

Tributación

Contabilidad

Estudios de mercado

- **¿Qué política de precios han establecido?**

Para establecer el precio del servicio toman como base el tipo de servicio y el tiempo de duración.

Los precios aproximados por los servicios empresariales son: Asesoría en ventas 250 dólares, contabilidad 300 dólares, tributación 200 dólares, proyectos 500 dólares, estudios de mercado 450 dólares.

- **¿Son empresas bien administradas?**

Estas empresas tienen una administración tradicional.

- **¿A qué segmentos de mercado atienden?**

Los segmentos los que prestan los servicios son:

Microempresas

Unidades económicas

Personas naturales

- **¿Cuán importante es para ellos el mercado externo?**

Estas empresas no le prestan atención al mercado externo ya que no poseen un plan estratégico, se puede concluir que para ellos no es importante.

- **¿Han tenido problemas financieros?**

Estas empresas si han tenido problemas financieros, ya que el escenario socioeconómico y político, ha provocado que el sector empresarial del país no pueda crecer.

- **¿Cuál es su participación en el mercado?**

Cuando inicie la gestión de la microempresa el segmento de mercado que se atenderá será el microempresarial, personas naturales, con una cobertura local con proyección regional.

Fuente de información: entrevista a la competencia

- **Formulación de Estrategias para contrarrestar la competencia**

**CUADRO N° 24
ESTRATEGIAS PARA CONTRARRESTAR LA COMPETENCIA**

ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	INDICADORES	TIEMPO	INFLUENCIA	RESPONSABLES
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES	Diseño de un portal web donde se encuentre el staff de profesionales que trabajan para la empresa con su currículum.	Nº de visitas a la pagina	CP	Alta	Departamento comercial
ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN DEL SERVICIO	Efectuar un estudio de mercado para identificar las necesidades de segmentos nuevos de empresas	Resultados de encuestas	MP	Media	Departamento comercial
	Brindar un portafolio de servicios integrales, a los clientes	Número de asesorías realizadas en un periodo determinado	LP	Alta	Departamento comercial
ESTRATEGIA COBERTURA DEL SERVICIO	Realizar un estudio de factibilidad para la instalación de sucursal.	Encuestas	LP	Baja	Departamento comercial

4.3.2 Estrategias para captar clientes.

4.3.2.1 Interrogantes para los Clientes.

- **¿Los clientes son frecuentes u ocasionales?**

En un 70% los clientes son ocasionales

- **¿Cuál es el tiempo de funcionamiento de las empresas?**

El tiempo promedio del funcionamiento de las microempresas es de 3 a 20 años.

- **¿Cuán informados están los empresarios? ¿Cómo obtienen la información?**

Los empresarios no están bien informados acerca de las empresas que brindan servicios empresariales, la información la obtienen mediante la prensa escrita.

- **¿Cuán importante es la excelente atención al cliente?**

Para el sector microempresarial es importante la atención al cliente, ya que a través del buen trato, se crea confianza para futuros trabajos.

- **¿Cuál es la percepción del valor del servicio que tienen los clientes?**

La cultura del sector microempresarial de la ciudad, hace que el servicio no esté considerado con un valor importante.

- **¿Existen segmentos de mercado no aprovechados?**

Mediante la investigación se determinó que existen segmentos no aprovechados como:

El financiero

El social

- **¿La diferenciación del servicio es bien percibida?**

No es bien percibida ya que las empresas que brindan servicios empresariales utilizan las mismas estrategias.

- **¿Existe un servicio de posventa adecuado?**

No existe un servicio de posventa, simplemente el servicio lo brindan y no le dan un seguimiento.

Fuente de información: encuesta a microempresas

- **Formulación de Estrategias para captar clientes**

**CUADRO N° 25
ESTRATEGIAS PARA CAPTAR CLIENTES**

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	INDICADORES	TIEMPO	INFLUENCIA	RESPONSABLES
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Promocionar el servicio mediante tarjetas de presentación, trípticos, publicidad exterior, publicidad radial.	Nº de clientes atendidos	CP	Alta	Departamento comercial
	Socialización de los servicios que brinda la microempresa a los sectores productivos.	Firmas de convenios	CP	Media	
ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN DEL SERVICIO	Crear servicios de acuerdo a la necesidad y exigencia de cada cliente.	Encuestas a las empresas.	MP	Alta	Departamento comercial
	Implantar servicios adicionales para agregar valor a los actualmente ofertados.	Niveles de satisfacción	MP	Baja	Departamento comercial
	Asegurar un servicio postventa y garantizar el producto o servicio.	Niveles de satisfacción	CP	Alta	Departamento Comercial
ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN	Realizar estudios de mercados permanentes para identificar porcentajes de microempresas y reforzamiento de los servicios ofertados.	Encuestas	CP	Media	Departamento comercial

Elaborado por: los autores

4.3.3 Estrategias para el Escalamiento

4.3.3.1 Interrogantes para el Estado

- **Qué tipos de empresas existen en el medio local?**

Existen empresas que pertenecen a los sectores:

Comercial

Financiero

Servicios

La mayoría de empresas pertenecen al sector comercial

- **¿Quiénes otorgan los permisos correspondientes?**

Intendencia

Comisaria Municipal

SRI

Bomberos

Ministerio de salud pública

- **¿Cuál es la vulnerabilidad ante posibles intervenciones del estado?**

La vulnerabilidad es alta, ya que la empresa debe acatar todas las disposiciones del estado para no tener problemas, deberá ofrecer un servicio de calidad y apegado a la ley.

Fuente de información: documentos oficiales

- **Formulación de Estrategias de Escalamiento.**

CUADRO N° 26
ESTRATEGIAS PARA EL ESCALAMIENTO

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	INDICADORES	TIEMPO	INFLUENCIA	RESPONSABLES
ESTRATEGIAS INTERINSTITUCIONALES	Alianza estratégica con la cámara de comercio para difundir los servicios que brinda la empresa de consultoría.	Firma de convenios al año.	CP	Media	Gerente
	Realizar convenios con el estado, para reforzar los conocimientos de los futuros profesionales, en función de las experiencias.	N° convenios	MP	Media	Gerente
ESTRATEGIA EFECTO MULTIPLICADOR	Seguimiento permanente al cliente	N° de clientes captados.	CP	Alta	Departamento Comercial
ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN PERMANENTE	Acuerdos de trabajo estratégico con el Servicio de Rentas Internas, y la CORPEI, para efectuar las respectivas asesorías	N° de acuerdos		Alta	Gerente

Elaborado por: los autores

PROPÓSITO CUATRO

4.4 PLAN DE NEGOCIOS Y ESCALAMIENTO PROSPECTIVO

Para evitar el fracaso, el inversionista debe conocer a ciencia cierta “EL DOMINIO DEL PROYECTO”, es decir sus límites, flexibilidad y agilidad de respuesta a escenarios cambiantes. Conocer el dominio es saber con bastante precisión: áreas específicas de cobertura, ventajas diferenciadas en el mercado, valor agregado del producto o servicio y estructura del apalancamiento.

Ante este dilema existe una alternativa de solución que es el ENFOQUE ESTRATÉGICO DEL PROYECTO, evaluado mediante la ESTRATEGIA COMPETITIVA y la construcción del PLAN DE NEGOCIOS, en dónde se describe con bastante minuciosidad los pasos a seguir, ventajas a obtener, tiempos de cumplimiento para lograr las mayores rentabilidades y la permanencia en el mercado con planes alternativos de operación.

El plan de negocios y el escalamiento prospectivo está diseñado para minimizar el error al fracaso de la microempresa, a través de las estrategias competitivas, que lograrán que el proyecto alcance sus metas de desarrollo.

Para “AISEC Cía. Ltda.” el escalamiento está basado en el horizonte de la microempresa, ya que al inicio de la actividad se captara el 30% de clientes (microempresas) de la demanda potencial a satisfacer con un crecimiento de un 10% cada año llegando a cubrir en quinto año el 70%.

Para conseguir este objetivo estratégico es necesario detallar las estrategias en el plan de negocios.

GRÁFICO N° 15



Elaborado por: **Los Autores**

4.4.1 ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN Y POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO.

4.4.1.1 Estrategias Empresariales

- **Actividad**

- ✓ **Diseño de un portal página web de la microempresa**

Esta estrategia consiste en persuadir al cliente mediante un portal virtual, el mismo que constará de los siguientes componentes:

- **El nombre de la empresa.**

AISEC

Asesoría Integral en Servicios Empresariales y consultoría

- **Logotipo.**

ILUSTRACIÓN N° 3 LOGOTIPO



- **La visión y misión.**

VISIÓN

“Ser una empresa líder a nivel regional en el año 2015 en brindar servicios empresariales con calidad, atención oportuna y personalizada a los clientes”

MISIÓN

“Constituirse en una microempresa eficiente y competitiva para ofrecer servicios empresariales de calidad con un portafolio de servicios a precios competitivos, fomentando la cultura empresarial”

• **SERVICIOS A OFERTAR**

CATEGORÍA	SUB CATEGORÍA	SERVICIO QUE PRESTA
CAPACITACIÓN	Administrativa	• Seminarios de: Administración de Pymes
	Gerencial	• Seminarios de: Planeación Estratégica, Estrategias Empresariales
	Financiera	• Seminarios de: Planificación financiera, presupuestos.
	Recursos humanos	• Seminarios de: Talento humano, Reclutamiento y Selección de personal, Desarrollo del Personal
ASESORÍA	Administrativa	• Asesoría en mejora administrativa.
	Gerencial	• Asesoría en planificación estratégica, Asesoría en gestión de negocios.
	Financiera	Asesoría en proyectos de inversión, factibilidad financiera de proyectos, Contabilidad y Costos.
ASESORÍA	TalentoHumano	• Desarrollo de reglamentos, manuales.
	Mercadeo y comercialización	• Asesoría en estudios de mercados. Asesoría en ventas, Asesoría en Atención al cliente
	Tributación	• Asesoría tributaria, Declaraciones sobre obligaciones tributarias, Anexos, Mediación de Conflictos.

- **Staff de profesionales** Los profesionales serán de las siguientes ramas con su respectivo currículum:


- ✓ Economía
- ✓ Mercadotecnia
- ✓ Contabilidad y Auditoría
- ✓ Administración
- ✓ Derecho.
- ✓ Proyectos

ILUSTRACIÓN N° 4 PÁGINA WEB

AISEC

Asesoría Integral en Servicios Empresariales y Consultoría

[INICIO](#)
[CONFERENCIA](#)
[MISIÓN](#)
[VISIÓN](#)
[VALORES](#)
[STAFF DE PROFESIONALES](#)



AISEC *Consultores Empresariales* contamos con un grupo de profesionales emprendedores y dinámicos con experiencia en *Consultoría, Capacitación, Entrenamiento y Coaching* especializados en el desarrollo empresarial y de sus colaboradores, con habilidades y destrezas adquiridas en la vivencia profesional, cargos gerenciales y posiciones en empresas públicas y privadas, a través de los diferentes cargos gerenciales y directivos ocupados en Grupos Empresariales Nacionales.

Somos un equipo de profesionales orientados a la obtención de resultados, con gran capacidad para el trabajo en equipo

Siglas	AISEC
Dirección	Calle Sánchez y Cifuentes - Pedro Moncayo
Ciudad	Ibarra
Persona	Ing. Com. Anita Quinteros
Teléfono	062953402 – 098637391
Fax	(593 2) 06295402
Correo	aisec_@gmail.com
Sitio Web	www.aisecconsultor.com
Tipo empresa	Empresa Privada

Sectores que atiende	Tipo de cliente	Ramas de Actividad
<ul style="list-style-type: none"> o Emprendedores o Pequeña Empresa o Mediana Empresa 	<ul style="list-style-type: none"> o Grupo Organizado o Personas Naturales o Personas Jurídicas 	<ul style="list-style-type: none"> o Comercio o Servicios o Industria o Agroindustria o Turismo

SERVICIOS QUE PRESTA

Categoría	Sub Categoría	Servicio que presta
Capacitación	Administrativa	• Seminarios de: Administración de Pymes
	Gerencial	• Seminarios de: Planeación Estratégica, Estrategias Empresariales
	Financiera	• Seminarios de: Planificación financiera, presupuestos.
	Recursos humanos	• Seminarios de: Recursos humanos, Redutamiento y Selección de personal, Desarrollo del Personal
Asesoría	Administrativa	• Asesoría en mejora administrativa.
	Gerencial	• Asesoría en planificación estratégica, Asesoría en gestión de negocios.
	Financiera	• Asesoría en diseño yEva proyectos de inversión y Contabilidad y Costos.
	Recursos Humanos	• Desarrollo de reglamentos, manuales.
	Mercadeo y comercialización	• Asesoría en Estudios de mercados. Asesoría en Ventas, Asesoría en Atención al Cliente
	Tributación	• Declaraciones Tributarias, Anexos, Mediación de Conflictos.

COBERTURA GEOGRÁFICA

Persona Contacto	Teléfono	Correo	Dirección	Ciudad
Ing. Com. Anita Quinteros	062953402	aisec_@gmail.com	Sánchez y Cifuentes - Pedro Moncayo	Ibarra - Ecuador

Elaborado por: Los Autores

Nota: Este portal será actualizado trimestralmente.

4.4.1.2 Estrategias de Diversificación del Servicio

Actividad

- ✓ **Efectuar un estudio de mercado para identificar las necesidades de segmentos nuevos de empresas**

Efectuar estudios de mercado para los diferentes clientes de acuerdo a sus intereses y tipo de producto o servicios.

Actividad

- ✓ **Brindar un portafolio de servicios integrales.**

**CUADRO N° 27
PORTAFOLIO DE SERVICIOS**

Portafolio de Servicios	Asesoría en ventas
	Estudio de mercado
	Atención al cliente
	Desarrollo del personal
	Asesoría contabilidad y costos
	Asesoría tributaria
	Diseño y evaluación de proyectos

Elaborado por: **Los Autores**

4.4.1.3 Estrategia de cobertura del servicio

Actividad

- ✓ **Realizar un estudio de factibilidad para la instalación de sucursal.**

Abrir una nueva sucursal cuando las condiciones del mercado así lo exijan.

4.4.2 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA (ESCALAMINETO)

4.4.2.1 Estrategia de Comunicación

Actividad

- ✓ **Promocionar el servicio mediante tarjetas de presentación, trípticos, publicidad exterior.**

La promoción del servicio consiste en la elaboración de:

- **Tarjetas de Presentación**

ILUSTRACIÓN N° 5
TARJETA DE PRESENTACIÓN



Elaborado por: **Los Autores**

- **Trípticos**

ILUSTRACIÓN N° 6 TRIPTICO

CONSULTORÍA Y ASESORÍA
LA BASE
DEL DESARROLLO
EMPRESARIAL



- SECTOR COMERCIAL
- SECTOR INDUSTRIAL
- SECTOR AGRÍCOLA
- SECTOR DE SERVICIOS

VISIÓN

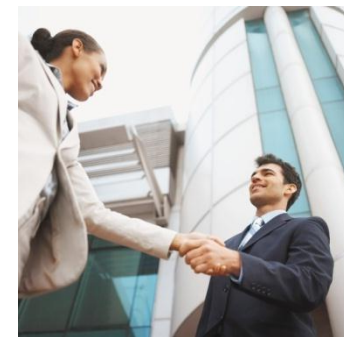
“Ser una empresa líder a nivel regional en el año 2015 en brindar servicios empresariales con calidad, atención oportuna y personalizada a los clientes”

MISIÓN

“Constituirse en una microempresa eficiente y competitiva para ofrecer servicios empresariales de calidad con un portafolio de servicios a precios competitivos, para fomentando la cultura empresarial”



**ASESORÍA INTEGRAL DE
SERVICIOS
EMPRESARIALES Y
CONSULTORÍA**



Dir. Chica Narváez y
Oviedo

Telf. 2290-286

Categoría	Sub Categoría	Servicio que presta
Capacitación	Administrativa	Seminarios de: Administración de Pymes
	Gerencial	Seminarios de: Planeación Estratégica, Estrategias Empresariales
	Financiera	Seminarios de: Planificación financiera, presupuestos.
	Recursos humanos	Seminarios de: Recursos humanos, Reclutamiento y Selección de personal, Desarrollo del Personal
Asesoría	Administrativa	Asesoría en mejora administrativa.
	Gerencial	Asesoría en planificación estratégica, Asesoría en gestión de negocios.
	Financiera	Asesoría en proyectos de inversión, factibilidad financiera de proyectos, Contabilidad y Costos.
	Recursos Humanos	Desarrollo de reglamentos, manuales.
	Mercadeo y comercialización	Asesoría en Estudios de mercados. Asesoría en Ventas, Asesoría en Atención al Cliente
	Tributación	Asesoría tributaria, Declaraciones sobre oblig, Anexos, Mediación de Conflictos.

Publicidad exterior.

ILUSTRACIÓN N° 6

PUBLICIDAD EXTERIOR



Elaborado por: Los Autores

- **Publicidad Radial**

Otro de los medios más eficaces para la publicidad de un producto o servicio es la radio. Para el caso de AISEC el jingle promocional sería de la siguiente manera:

Introducción:

Música de fondo

Contenido central del jingle:

¡La competitividad, clave del éxito empresarial!

¡AISEC Cía. Ltda.! Asesoría integral en servicios empresariales y consultoría, somos una empresa dedicada a brindar servicios en las áreas de contabilidad, tributación, diseño de proyectos, estudio de mercados, capacitación y desarrollo organizacional, contamos con un staff de profesionales altamente calificados y reconocidos a nivel local y regional.

Visítanos estamos ubicados en la avenida Chica Narváez y Oviedo, teléfono 2290286 Ibarra – Ecuador

Duración del Jingle: 10-15 segundos.

✓ **Socialización del servicio**

Se realizara semestralmente conferencias al sector productivo de la ciudad de Ibarra, donde se socializará los servicios que la empresa oferta y sus respectivos beneficios. Además se hará un boletín o publicación bimestral sobre hechos significativos del mundo empresarial y de la provincia.

4.4.2.2 Estrategia de Diferenciación de Servicios

Actividad

✓ **Crear servicios**

En base a los estudios de mercado anuales se podrá identificar las necesidades del sector empresarial de la ciudad de Ibarra.

✓ **Implantar servicios adicionales a los actuales**

Consiste en que la empresa debe brindar un servicio integral donde un servicio sea complementario del otro. Como por ejemplo en servicios de tributación también se podría brindar el servicio de mediación tributaria con el estado, para esto se contará con profesionales de experiencia probada.

✓ **Asegurar un servicio postventa.**

Es importante brindar un servicio post venta para asegurar la calidad de servicio, para esto se contará con el personal adecuado, la forma de trabajo es la siguiente.

Después de contratado el servicio, se efectuará visitas a los clientes para efectuar una evaluación de satisfacción por los beneficios adquiridos, el costo por el servicio post venta no tiene un valor adicional, este valor está incluido al contratar el servicio.

Para que se lleve a cabo con éxito esta actividad se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Llevar un cronograma de trabajo para cada cliente, y de esta manera anticiparse a los requerimientos de los mismos, manejando información actualizada en cuanto a las últimas tendencias en las áreas de servicios empresariales.

- Retroalimentación ofreciendo un servicio post-venta, esto quiere decir, estar siempre pendiente del cliente en cuanto a sus necesidades y estar en constante búsqueda del mejoramiento e innovación del servicio.

- ✓ **Trabajar estratégicamente con empresas similares del Ecuador.**

Este trabajo estratégico se lo hace con empresas similares del Ecuador, servirá para intercambiar conocimiento y así poder ofrecer un servicio de calidad.

4.4.2.3 Estrategia de Segmentación

Actividad.

- ✓ **Realizar estudios de mercado**

La empresa efectuará estudios de mercado para poder determinar nuevos nichos de mercado a nivel local y regional, estos estudios se los realizará anualmente.

4.4.2.4 Estrategias interinstitucionales

Actividad

- ✓ **Alianza Estratégica:**

Cámara de comercio

Pequeña industria

ADET (Grupo de desarrollo económico provincial).

- ✓ **Convenios con instituciones de educación superior y entidades públicas**

Universidades

Servicio de rentas internas

4.4.2.5 Estrategia efecto multiplicador

Actividad

- ✓ **Seguimiento permanente al cliente**

Seguimiento permanente al cliente para lograr su fidelización y como resultado la recomendación a otros clientes potenciales.

4.4.2.6 Estrategia de capacitación permanente

Actividad

- ✓ **Acuerdos de trabajo estratégico**

Acuerdos de trabajo estratégico con el servicio de rentas internas y la CORPEI.

4.4.3 Presupuesto General del Plan de Medios

CUADRO N° 28
PRESUPUESTO DEL PLAN DE MEDIOS

PRESUPUESTO GENERAL DEL PLAN DE MEDIOS	
PRIMER AÑO	
ESTRATEGIAS	PRECIO
PUBLICIDAD	
PUBLICIDAD GENERAL	
Medios de comunicación	
Prensa escrita	600
Radio	660
Televisión	
Página web creación (280 +IVA)	313,6
PUBLICIDAD DIRECTA	
MATERIAL IMPRESO	
Cartas de Trípticos (400 hojas a 10,00 c/100)	40
Tarjetas de presentación 200 (12,00 C/100)	24
Lanzamiento de la Empresa	598
PROMOCIÓN	
Financiamiento	
Descuentos	
TOTAL	2235,6

Elaborado por: **Los Autores**

4.4.4 Cronograma de Actividades del Plan de Medios

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Este estudio es importante para establecer el nivel de factibilidad del proyecto en base a un análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que pueden presentarse en el entorno del proyecto.

5.1. Estructura de la Inversión.

AISEC para su creación contará con 3 socios los mismos que aportarán dinero y especies que conformarán el capital social, sin embargo estas aportaciones no son suficientes para cubrir los requerimientos del proyecto, por lo que es necesario realizar un préstamo que cubra el valor faltante.

CUADRO N° 30
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	10.570,00
Activos Diferidos	4.600,00
Capital de Trabajo	8.020,00
TOTAL	23.190,00

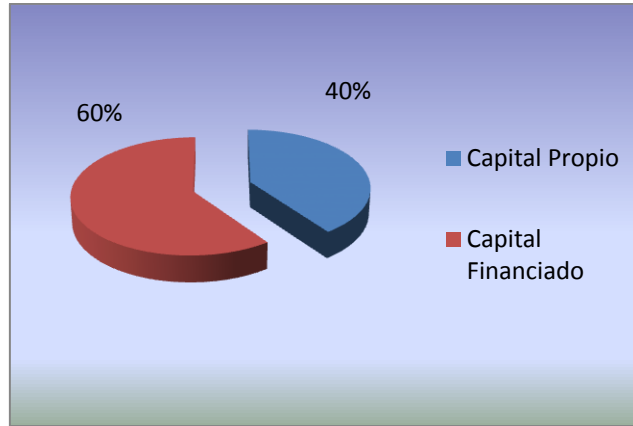
Elaborado por: Los Autores

CUADRO N° 31
FUENTE DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	9.276,00	40,00
Capital Financiado	13.914,00	60,00
TOTAL		100,00

Elaborado por: Los Autores

GRÁFICO N° 16
FUENTE DE LA INVERSIÓN



Elaborado por: Los Autores

5.2. Cálculo del Coste de oportunidad y Tasa de Redescuento

CUADRO N° 32
COSTE DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	9.276,00	40,00	8,00	320,00
Capital Financiado	13.914,00	60,00	17,00	1020,00
TOTAL	23.190,00	100,00	25,00	1340,00

Elaborado por: Los Autores

- Cálculo de la tasa de redescuento o de rendimiento medio

Datos:

Coste del capital = 13,4%

Inflación = 5%

$TRM = (1+ck) (1+if)$

$TRM = (1+0,134) (1+0,05)$

TRM = 19,07%

5.3. INVERSIONES

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se agrupan en tres tipos: activos fijos, capital de trabajo, y activos diferidos

Los valores monetarios que se necesitan en estos tres rubros para que la microempresa “AISEC” inicie sus actividades, se presentan a continuación:

5.3.1. Inversión en Activos Fijos.

A continuación se muestran los activos fijos que se requiere para que la microempresa “AISEC” inicie sus operaciones:

5.3.1.1. Equipo de Computación y Oficina

CUADRO N° 33
EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y OFICINA

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora de Escritorio	1	1.050,00	1.050,00
Computador Portátil	2	1.100,00	2.200,00
Proyector de Imagen	1	1.900,00	1.900,00
Televisión	1	500,00	500,00
Teléfono	3	50,00	150,00
Celulares y base	3	50,00	150,00
Flash memory	5	30,00	150,00
Copiadora multifunción	1	800,00	800,00
Punteros laser	3	50,00	150,00
Total			7.050,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

5.3.1.2. Muebles y Enseres.

CUADRO N° 34
MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio ejecutivo	2,00	250,00	500,00
Sillas tipo secretaria	4,00	70,00	280,00
Escritorio secretaria	2,00	180,00	360,00
Archivadores Aéreos	2,00	40,00	80,00
Archivadores tipo Arturito	1,00	50,00	50,00
Mesa para reuniones	1,00	220,00	220,00
Sillas para reuniones	8,00	40,00	320,00
Mesa de centro	1,00	60,00	60,00
Sillón para tres personas	1,00	250,00	250,00
Sillón para dos personas	1,00	200,00	200,00
Sillón ejecutivo	2,00	180,00	360,00
Decoración y accesorios oficina	1,00	500,00	500,00
Mueble tipo cafetería	1,00	180,00	180,00
Mueble almarío media altura	1,00	110,00	110,00
Mesa auxiliar	1,00	50,00	50,00
Total			3.520,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N° 35
RESUMEN EN ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Equipos de Computación y de Oficina	7.050,00
Muebles y Enseres	3.520,00
TOTAL	10.570,00

Elaborado por: Los Autores

5.3.2. Inversión en Capital de Trabajo.

La inversión en capital de trabajo está presupuestada para 4 meses, tiempo en el cual se necesita seguir invirtiendo para comenzar a generar ingresos.

CUADRO Nº 36
CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gastos Administrativos	
Sueldos y salarios	3800
Arriendo	1600
Servicios Básicos	120
Suministros y Materiales	100
Gastos Ventas	
Sueldos y salarios	1400
Movilización	200
Publicidad	400
Otros Gastos	
Capital para apertura de cuenta	400
TOTAL	8.020,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Los autores

5.3.3. Inversión Diferida

CUADRO Nº 37
INVERSIÓN DIFERIDA

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Gasto Estudio e Investigación	1	800	800
Gasto Organización y Adecuación	1	500	500
Entrenamiento del personal	1	1000	1000
Gastos de puesta en marcha	1	500	500
Licencias de sistemas	1	1800	1800
Total			4600

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Los autores

CUADRO Nº 38

INVERSIÓN PREOPERACIONAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	10.570,00
Capital de Trabajo	8.020,00
Activos Diferidos	4.600,00
TOTAL	23.190,00

Elaborado por: Los autores

5.4. INGRESOS

5.4.1. Ingresos proyectados

Los ingresos han sido estimados mediante la aplicación de una operación matemática, en la que se multiplica 1.300 dólares que es el precio de venta de un portafolio de servicios (cantidad conservadora), por el número de empresas captadas. Para los incrementos en el segundo y tercer año, se toma en cuenta valores porcentuales de 10% para el crecimiento de las empresas y el precio se incrementa según la inflación del 5% anual (la inflación que se utilizó es una tasa proyectada para el año 2010, según el comportamiento histórico de los últimos 5 años, (ver anexo I). A continuación se detalla los ingresos proyectados para cada año:

CUADRO N° 39
PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen Proyectado	88	97	107	107	107
Valor Unitario Proyectado	1.300,00	1.365,00	1.433,25	1.504,91	1.580,16
Ingreso Total Proyectado	114.400,00	132.405,00	153.357,75	161.025,64	169.076,92

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Los autores

5.5. EGRESOS

5.5.1. Presupuestos de Costos y Gastos

El presupuesto de costos y gastos que necesitara la microempresa para su operación, se basa en la clasificación de costos por la función de la empresa, por tanto se determinó los costos por servicios profesionales (trabajo de Consultores), gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros.

Para proyectar los costos de producción del servicio (trabajo de consultores), se toma en cuenta los ingresos proyectados donde el 60% de esos ingresos es para el consultor y el resto para la microempresa, para los otros gastos de administración, ventas se consideró una tasa de incremento anual del 5% que es la tasa de inflación anual estimada y que sirve de base exponencial (1,05).

5.5.2. Costos Operativos de los Servicios

5.5.2.1. Trabajo de Consultores

El consultor recibirá el 60% de los trabajos de consultorías.

CUADRO N° 40

TRABAJO DE CONSULTORES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Profesionales de Apoyo	68.640,00	79.443,00	92.014,65	96.615,38	101.446,15

Elaborado por: Los Autores

5.5.3. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos en los que incurrirá la microempresa son:

En el cuadro siguiente se muestran los valores correspondientes.

CUADRO N° 41
GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	16.355,10	17.172,86	18.031,50	18.933,07	19.879,73
Arriendo	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
Servicios Básicos	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Servicios de Comunicación	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Suministros y Materiales	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
Depreciación Eq. Computación	1.322,22	1.322,22	1.322,22	1.388,33	1.388,33
Depreciación Eq. Oficina	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
Depreciación Muebles y Enseres	316,80	316,80	316,80	316,80	316,80
Imprevistos 5%	1.237,66	1.299,54	1.364,52	1.432,74	1.504,38
TOTAL	25.990,78	27.203,42	28.476,69	29.879,73	31.283,51

Elaborado por: Los Autores

Por lo tanto los gastos administrativos para el primer año proyectado serán de 25.990,78 dólares.

5.5.4. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas para el primer año son de 9.277,7 dólares que es por concepto de sueldos, movilización, plan de medios. En el quinto año proyectado los gastos de ventas serán de 11.277,1 dólares. En el siguiente cuadro se detalla los valores.

CUADRO Nº 42
GASTOS DE VENTAS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	6.000,30	6.300,32	6.615,33	6.946,10	7.293,40
Movilización	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
Plan de Medios	2.235,60	2.347,38	2.464,75	2.587,99	2.717,39
Imprevistos 5%	441,80	463,88	487,08	511,43	537,00
TOTAL	9.277,70	9.741,58	10.228,66	10.740,09	11.277,10

Elaborado por: Los Autores

5.5.5. Gastos Financieros

Corresponden al crédito de 13.914,00 dólares obtenidos a través del Banco del Austro a una tasa de interés del 17% y a un plazo de 5 años. Por interés (gastos financieros) en el primer año se tendrá 2.365,38 dólares y en el quinto año 631,91 dólares.

CUADRO Nº 43
GASTOS FINANCIEROS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	2.365,38	2.028,16	1.633,62	1.172,00	631,91

Elaborado por: Los Autores

CUADRO Nº 44

RESUMEN DE EGRESOS TOTALES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Operativos de los Servicios	68.640,00	79.443,00	92.014,65	96.615,38	101.446,15
Gastos de Administrativos	25.990,78	27.203,42	28.476,69	29.879,73	31.283,51
Gastos de Ventas	9.277,70	9.741,58	10.228,66	10.740,09	11.277,10
Gastos Financieros	2.365,38	2.028,16	1.633,62	1.172,00	631,91
Gasto de Amortización Diferidos	920,00	920,00	920,00	920,00	920,00
TOTAL	107.193,85	119.336,16	133.273,61	139.327,20	145.558,67

Elaborado por: Los Autores

5.6. Fuentes de Financiamiento

El financiamiento que tendrá el proyecto es a través del aporte de los accionistas por una cantidad de 9.276,00 dólares y 13.914,00 dólares a través de un crédito del Banco del Austro financiamiento más baja en el mercado. Los valores se detallan en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 45

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	9.276,00	40,00
Capital Financiado	13.914,00	60,00
TOTAL	23.190,00	100,00

Elaborado por: Los autores

Tabla de Amortización del Préstamo

DATOS

CAPITAL 13.914,00
TASA 17,00%
TIEMPO 5
CUOTA ANUAL

CUADRO N° 46

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERES	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				13914,00
1	4.349,01 \$	2.365,38 \$	1.983,63 \$	11.930,37 \$
2	4.349,01 \$	2.028,16 \$	2.320,85 \$	9.609,52 \$
3	4.349,01 \$	1.633,62 \$	2.715,40 \$	6.894,12 \$
4	4.349,01 \$	1.172,00 \$	3.177,01 \$	3.717,11 \$
5	4.349,01 \$	631,91 \$	3.717,11 \$	0,00
TOTAL	21.745,07 \$	7.831,07 \$	13.914,00 \$	

Elaborado por: Los Autores

5.7. Depreciación y Amortización

La depreciación de los activos fijos para el primer año es de 1.738,00 dólares anuales. El valor de salvamento es de 4527,83 dólares. La amortización de gastos pre-operativos tiene un valor constante de 920 dólares. En el siguiente cuadro se muestran los valores que corresponden a cada rubro de los activos fijos.

**CUADRO Nº 47
DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR ACUMULADO	VALOR EN LIBROS
Equipo de Computación	5.950,00	1983,33	1322,22	1322,22	1322,22				
Renovación de equipo de Computación	6.247,50	2082,50				1388,33	1388,33	2776,67	3470,83
Equipo de Oficina	1.100,00	110	99	99	99	99	99	495	605,00
Muebles y Enseres	3.520,00	352	316,8	316,8	316,8	316,8	316,8	1584	1.936,00
TOTAL	16.817,50	4.527,83	1.738,02	1.738,02	1.738,02	1.804,13	1.804,13	4.855,67	6.011,83

Elaborado por: **Los Autores**

**CUADRO Nº 48
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS**

DETALLA	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	4.600,00	20%	920	920	920	920	920

Elaborado por: **Los Autores**

5.8. Estado de Situación Inicial

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTE		PASIVOS LARGO PLAZO	
Capital de trabajo	8.020,00	Préstamo por pagar	13.914,00
ACTIVOS FIJOS		CAPITAL	
Equipo de Computación y de Oficina	7.050,00	Inversión propia	9.276,00
Muebles y enseres	3.520,00	Total capital	9.276,00
ACTIVO DIFERIDO			
GASTOS CONSTITUCIÓN	4.600,00		
TOTAL ACTIVOS	23.190,00	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL	23.190,00

Elaborado por: Los Autores

5.9. Estado de Resultados

El estado de resultados de la microempresa demuestra que para el primer año de operaciones se obtiene una utilidad neta proyectada de 4.101,09 dólares y para el quinto año de 16.285,59 dólares.

CUADRO Nº 49

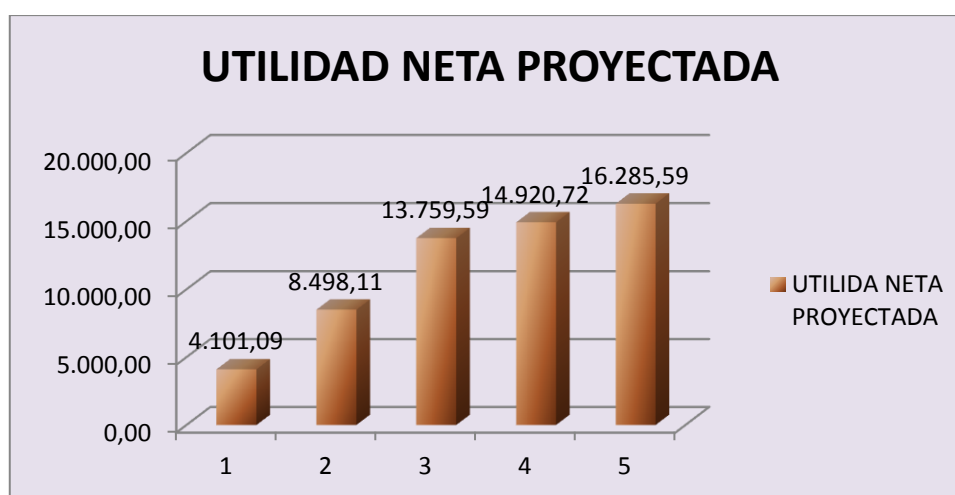
ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	114.400,00	132.405,00	153.357,75	161.025,64	169.076,92
Costos Operativos	68.640,00	79.443,00	92.014,65	96.615,38	101.446,15
Utilidad Bruta	45.760,00	52.962,00	61.343,10	64.410,26	67.630,77
Gastos Administrativos	25.990,78	27.203,42	28.476,69	29.879,73	31.283,51
Gastos de Ventas	9.277,70	9.741,58	10.228,66	10.740,09	11.277,10
Depreciación	1.738,02	1.738,02	1.738,02	1.804,13	1.804,13
Amortización Diferidos	920,00	920,00	920,00	920,00	920,00
Utilidad Operativa	7.833,50	13.358,98	19.979,73	21.066,30	22.346,03
Gastos Financieros Intereses	2.365,38	2.028,16	1.633,62	1.172,00	631,91
Utilidad Antes de Reparto	5.468,12	11.330,82	18.346,12	19.894,30	21.714,12
25% de Impuesto a la Renta	1367,03	2832,70	4586,53	4973,57	5428,53
Utilidad Neta Proyectada	4.101,09	8.498,11	13.759,59	14.920,72	16.285,59

Elaborado por: Los Autores

GRÁFICO Nº 17

UTILIDAD NETA PROYECTADA



Elaborado por: Los Autores

5.10. Flujo de Caja Proyectado con Protección

**CUADRO N° 50
FLUJO DE CAJA PROYECTADO CON PROTECCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-24.390,00					
(=) Utilidad Neta		4.101,09	8.498,11	13.759,59	14.920,72	16.285,59
Depreciación		1.738,02	1.738,02	1.738,02	1.804,13	1.804,13
Valor de Rescate						4.527,83
Otros						
(=) Total Ingresos		5.839,12	10.236,14	15.497,61	16.724,86	22.617,56
EGRESOS						
Pago al Principal		1983,63	2320,85	2715,39	3177,013	3717,10
Otros						
(=) Total Egresos		1983,63	2320,85	2715,39	3177,013	3717,10
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-24.390,00	3.855,48	7.915,29	12.782,21	13.547,84	18.900,45

Elaborado por: Los Autores

5.11. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera de un proyecto se fundamenta en la verificación y análisis de la información contenida en el estudio financiero, tiene como fin definir la mejor opción de inversión, a través de la aplicación de criterios de evaluación.

5.11.1. Valor Actual Neto

CUADRO N° 51
VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 19,07%	ENTRADAS ACTUALES
0	-23.190,00			-23.190,00
1		3.855,48	0,839	3.238,00
2		7.915,29	0,705	5.582,93
3		12.782,21	0,592	7.571,80
4		13.547,84	0,497	6.740,01
5		18.900,45	0,417	7.896,97
VAN				7.839,70

Fuente: Cuadro N° 50

Elaborado por: Los Autores

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

$$VAN = 7.839,70$$

El valor actual neto del proyecto es de \$7.839,70 dólares, valor positivo y mayor que cero, por lo tanto respalda la rentabilidad del proyecto.

5.11.2. Tasa Interna de Retorno

CUADRO N° 52
TASA INTERNA RETORNO

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 19%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 31%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-23.190,00		-23.190,00		-23.190,00
1	3.855,48	0,839	3237,99	0,763	2.943,12
2	7.915,29	0,705	5582,92	0,582	4.612,37
3	12.782,21	0,592	7571,79	0,444	5.685,81

4	13.547,84	0,497	6740,01	0,339	4.600,29
5	18.900,45	0,417	7896,96	0,259	4.899,09
VAN			7.839,70		-449,33

Fuente: Cuadro N° 50

Elaborado por: Los Autores

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

$$TIR = 19 + (31 - 19) \frac{7.839,70}{7.839,7 - (-449,33)}$$

TIR = 30%

La tasa interna de retorno del proyecto es 30%, valor que supera a la tasa de descuento, por lo tanto es atractivo el proyecto ya que posee condiciones conservadoras de rentabilidad.

5.11.3. Sensibilización de la Tasa Interna de Retorno

5.11.3.1. Escenario uno: Cuando se reduce las ventas en un 2%, se obtiene los siguientes resultados.

CUADRO N° 53
SENSIBILIDAD ESCENARIO UNO

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 19%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 22%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-23.190,00		-23.190,00		-23.190,00

1	2.139,48	0,839	1796,82	0,819	1.753,67
2	5.929,21	0,705	4182,07	0,671	3.983,61
3	10.481,85	0,592	6209,12	0,550	5.772,43
4	11.132,46	0,497	5538,36	0,451	5.025,18
5	16.364,30	0,417	6837,31	0,369	6.054,78
VAN			1.373,72		-600,33

Elaborado por: Los Autores

TIR = 21%

Reduciendo las ventas en un 2% el proyecto sigue siendo atractivo, ya que el TIR en estas condiciones es mayor a la tasa de rendimiento medio.

5.11.3.2. Escenario dos: Reduciendo las ventas en un 4%, se obtiene los siguientes resultados.

**CUADRO N° 54
SENSIBILIDAD ESCENARIO DOS**

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 19%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 12%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-23.190,00		-23.190,00		-23.190,00
1	423,48	0,839	355,65	0,892	378,11
2	3.943,14	0,705	2781,23	0,797	3.143,44
3	8.181,48	0,592	4846,46	0,711	5.823,42
4	8.717,08	0,497	4336,72	0,635	5.539,86
5	13.828,14	0,417	5777,66	0,567	7.846,46
VAN			-5.092,27		-458,71

Elaborado por: Los Autores

TIR = 11%

En este caso se observa que el proyecto es muy sensible ya que al disminuir las ventas al 4% el TIR es menor al TRM, en estas condiciones es muy riesgoso aceptar el proyecto.

5.11.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

5.11.4.1. Recuperación de la Inversión con valores corrientes.

CUADRO N° 55

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES

AÑOS	CAPITAL	UTILIDAD	RECUP. CAPITAL	
1	23.190,00	3.855,48	3.855,48	1 Año
2		7.915,29	7.915,29	2 Años
3		12.782,21	11.419,23	10 Meses

Elaborado por: Los Autores

En este cuadro se observa que el retorno de la inversión es en 2,10 Años

5.11.4.2. Recuperación de la Inversión con valores constantes.

CUADRO N° 56

FLUJOS NETOS DEFLACTADOS

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	3.855	0,840	3.238,0
2	7.915	0,705	5.582,9
3	12.782	0,592	7.571,8
4	13.548	0,497	6.740,0
5	18.900	0,418	7.897,0

Fuente: Cuadro N° 50

Elaborado por: Los Autores

CUADRO N° 57
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CONSTANTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	
1	23.190,00	3.238,00	3.238,00	1 Año
2		5.582,93	5.582,93	2 Años
3		7.571,80	7.571,80	3 Años
4		6.740,01	6.740,01	4 Años
5		7.897,0	57,27	1 mes

Elaborado por: Los Autores

El periodo de recuperación de la inversión con valores constantes, indica que la inversión del proyecto se recupera en 4,01 años.

5.11.5. Beneficio Coste

CUADRO N° 58
BENEFICIO COSTE

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR 19%	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
1	5.839,12	1.983,63	0,840	4.906,82	1.666,92
2	10.236,14	2.320,85	0,706	7.228,40	1.638,90
3	15.497,61	2.715,40	0,593	9.196,53	1.611,36
4	16.724,86	3.177,01	0,498	8.340,16	1.584,28
5	22.617,56	3.717,11	0,419	9.477,87	1.557,65
				39.149,78	8.059,11

Fuente: Cuadro N° 50

Elaborado por: Los Autores

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$B/C = \frac{39.149,78}{8.059,11}$$

$$B/C = 4,85$$

El análisis del beneficio coste indica que por cada dólar invertido en el proyecto generará 4,85 dólares adicionales.

5.11.6. Tasa de Rendimiento Beneficio Coste

CUADRO N° 59
TASA DE RENDIMIENTO BENEFICIO COSTE

AÑO	INGRESOS	FACTOR	INGRESOS DEFLACTADOS
1	5.839,12	0,840	4.906,82
2	10.236,14	0,706	7.228,40
3	15.497,61	0,593	9.196,53
4	16.724,86	0,499	8.340,16
5	22.617,56	0,419	9.477,87
TOTAL			39.149,78

Fuente: Cuadro N° 50

Elaborado por: Los Autores

$$TRBC = \frac{\text{Ingresos.Deflactados}}{\text{Inversión.Inicial}}$$

$$TRBC = \frac{39.149,78}{23.190,00}$$

$$TRB/C = 1,69 \%$$

5.11.7. Punto de Equilibrio del Proyecto.

CUADRO N° 60
DATOS PARA DETERMINAR EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

SERVICIOS	Precio de Venta	Costo Variable	%
Asesoría en Ventas	150	90	11,54
Estudio de Mercado	350	210	26,92
Asesoría en Contabilidad	200	120	15,38
Tributación	150	90	11,54
Proyectos	450	270	34,62
Total	1.300,00	780	100

Fuente: Anexo G

Elaborado por: Los Autores

Margen de Contribución Ponderado

$$MC_p = (150 - 90) \times 11,54\% + (350 - 210) \times 26,92\% + (200 - 120) \times 15,38\% + (150 - 90) \times 11,54\% + (450 - 270) \times 34,62\%$$

$$\mathbf{MC = 811,54}$$

$$PEQ = \frac{\text{Inversión.Fija} + \text{Costos.Fijos}}{\text{Margen.de.Contribución}}$$

Inversión Fija = 10.570,00

Costo Fijo = 38.553,85

$$PEQ = \frac{10.570,00 + 38.553,85}{811,54}$$

PEQ = 61

El punto de Equilibrio indica que la microempresa necesita vender a 61 empresas el portafolio de servicios, para comenzar a recuperar los activos fijos y costos fijos.

CUADRO N° 61
PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO

SERVICIOS	%	Punto de Equilibrio por Servicios	Precio de Venta por servicio	Punto de Equilibrio en Dólares
Asesoría en Ventas	11,54	7	150	1.047,67
Estudio de Mercado	26,92	16	350	5.703,95
Asesoría en Contabilidad	15,38	9	200	1.862,52
Tributación	11,54	7	150	1.047,67
Proyectos	34,62	21	450	9.428,99
Total	100	61	1.300,00	19.090,79

Elaborado por: **Los Autores**

5.11.8. Resumen de la Evaluación Financiera

CUADRO N° 62
RESUMEN DE LA EVALUACIÓN

EVALUACIÓN FINANCIERA	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		19,00%	
VAN =	$VAN > 0$	7.839,70	Aceptable
TIR % =	$TIR > TRM$	30%	Aceptable
Sensibilidad -2% en ventas	TIR	21%	Aceptable
Sensibilidad -4% en ventas	TIR	11%	No se acepta
PRI con valores corrientes		2,10	Años muy bueno
PRI con valores constantes		4,01	Años bueno
B/C =	$R B/C > 1$	1,99	Aceptable
TRB/C=		1,69%	Aceptable

Elaborado por: **Los Autores**

5.11.9. Análisis Económico Coyuntural

En el análisis económico coyuntural se analiza específicamente el efecto multiplicador del empleo tomando en cuenta los siguientes aspectos.

- Generación de empleo directo 4 personas (gerente, secretaria, atención al cliente, comercialización del servicio).
- Generación de empleo indirecto entre 15 personas (para trabajo de campo).

5.11.9.1. Efecto Multiplicador del Empleo

Del empleo directo se benefician 4 familias, las cuales están compuestas por un promedio de 4 integrantes c/u que daría 16

personas, a su vez estas personas demandan bienes y servicios en un promedio de 300 dólares mensuales dando como resultado 4.800 dólares, lo mismos que favorece a la demanda bienes y servicios locales.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE POSIBLES IMPACTOS

Los posibles impactos que se espera de la implantación del proyecto son: económico, social, empresarial y ético para lo cual se hace uso de una matriz de impactos, siguiendo el procedimiento que a continuación se detalla:

1. Señalar el impacto a analizarse
2. Estructurar una base de indicadores, los mismos que serán calificados de acuerdo a la siguiente matriz:

CUADRO N° 63 MATRIZ DE IMPACTOS

(-3)	(-2)	(-1)	0	1	2	3
IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO		IMPACTO	IMPACTO	IMPACTO
ALTO	MEDIO	BAJO	NO HAY IMPACTO	BAJO	MEDIO	ALTO
+	NEGATIVO			+	POSITIVO	+

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: El Autor

Luego de haber analizado la matriz, procedemos al análisis de cada uno de los impactos utilizando la siguiente fórmula.

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria de Calificación}}{\text{Número de indicadores}}$$

6.1. IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO Nº 64
MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1.	Dinamismo en la Economía							X	3
2.	Fuentes de Empleo					X			1
3.	Creación de Microempresas						X		2
TOTAL		-	-	-	-				6

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: El Autor

$$NI (\text{ECONÓMICO}) = \frac{3+1+2}{3} = \frac{6}{3} = 2$$

El puntaje de matriz impacto económico se encuentra en el nivel medio positivo (2), lo cual significa que con la creación de la microempresa propuesta en el presente proyecto, se genera fuentes de trabajo, mitigando así el desempleo obteniendo mayores ingresos económicos de los involucrados directo e indirectos del proyecto.

6.2. IMPACTO SOCIAL

CUADRO Nº 65
MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1.	Satisfacción de Necesidades						X		2
2.	Nivel Cultural					X			1
	TOTAL	-	-	-	-			-	3

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

$$NI (\text{SOCIAL}) = \frac{2+1}{2} = \frac{3}{2} = 1,5 \cong 2$$

El puntaje de la matriz se encuentra en el nivel medio positivo (2), de esta forma mejorará la cobertura y satisfacción de necesidades del sector empresarial de la Ciudad de Ibarra, permitiendo lograr un mejor desarrollo.

6.3. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO N° 66
MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

N°	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1.	Servicio y Atención al Cliente						X		2
2.	Atención Personalizada					X			1
3.	Calidad en el Servicio						X		2
	TOTAL	-	-	-	-			-	5

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: El Autor

$$NI (\text{EMPRESARIAL}) = \frac{2+1+2}{2} = \frac{5}{2} = 2,5 \cong 3$$

El puntaje de la matriz se encuentra en el nivel medio positivo (3), lo que determina que el servicio, atención al cliente y la calidad de servicio es un factor clave a tener en cuenta en la microempresa para llegar a fidelizar clientes.

6.4. IMPACTO ÉTICO

CUADRO Nº 67
MATRIZ DE IMPACTO ÉTICO

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
1.	Honestidad							X	3
2.	Transparencia							X	3
3.	Confidencialidad							X	3
	TOTAL	-	-	-	-				9

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: El Autor

$$NI (\acute{E}TICO) = \frac{3 + 3 + 3}{3} = \frac{9}{3} = 3$$

El puntaje de la matriz se encuentra en el nivel positivo (3), lo que determina que la honestidad, transparencia y confiabilidad es un factor clave a tener en cuenta en la microempresa para posicionarse en el mercado y adquirir prestigio.

6.5. IMPACTOS GENERALES

Los impactos que genera el proyecto son expuestos en una sola matriz. En esta matriz se analizara todos los impactos que afectan el desarrollo del proyecto para tener una idea general de los impactos del proyecto.

CUADRO N° 68
MATRIZ DE IMPACTOS GENERALES

NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	- 1	0	1	2	3	Total
--------------------	----	----	-----	---	---	---	---	-------

Impactos								
Económico						X		2
Social						X		2
Empresarial							X	3
Ético							X	3
TOTAL								10

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: El Autor

$$\text{Nivel de Impactos} = \frac{\text{Sumatoria}}{\text{Numero de Impactos}}$$

$$NI = \frac{2 + 2 + 3 + 3}{4}$$

$$\text{Nivel.Im pacto.general} = 2,5$$

$$\text{Nivel.Im pacto.general} = \text{Medio.Positivo}$$

Por lo expuesto, vemos que el proyecto genera impactos positivos; pero en general tiene un impacto alto positivo que es muy bueno, tomando en cuenta que la tabla utilizada para el análisis en una escala que va desde el -3 como el más negativo y 3 la excelencia.

CONCLUSIONES

Del estudio de factibilidad para la Creación de una Microempresa de Servicios empresariales con Enfoque Estratégico y Escalamiento Futuro en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”, se establece las siguientes conclusiones:

1. Existe los suficientes elementos que coadyuvan el desarrollo del proyecto porque las situaciones favorables son bastante significativas.
2. El estudio del mercado es favorable al proyecto tomando en cuenta las exigencias del SRI y superintendencia de compañías.
3. Existen en la ciudad de Ibarra profesionales cualificados que están dispuestos a brindar asesoría en aspectos específicos que el proyecto pretende ofertar al mercado empresarial.
4. La demanda potencial de los servicios empresariales es bastante atractiva lo que permite al proyecto tener la opción de brindar sus servicios en un número significativo
5. Para la implantación del proyecto no se requiere de altas inversiones financieras, sino contar con un staff de profesionales capaces y reconocidos en el medio.

RECOMENDACIONES

- 1.** Aprovechar al máximo la oportunidad de la demanda potencial existente, por ser temas actuales y poca competencia.
- 2.** Implantar el proyecto en el menor tiempo posible para cristalizar los resultados del estudio de mercado.
- 3.** Tratar de involucrar al capital humano más idóneo que pueda prestar sus servicios en la oficina de consultoría que se proyecta implantar.
- 4.** Fortalecer la imagen de la empresa para lograr captar en el mercado un número adecuado de servicios empresariales.
- 5.** Iniciar de inmediato la selección del personal que va integrar el staff de asesoría, como un aval de los servicios a prestar.

GLOSARIO

Activo. Representa todos los recursos y propiedades que posee la empresa para el desarrollo de sus operaciones

Amortización. Determinación de pagos periódicos iguales de un préstamo necesario para proporcionar a un prestamista un rendimiento de interés especificado y reembolsar el principal del préstamo durante un periodo determinado

Asesoría Empresarial Asesor es aquel que con sus conocimientos colabora en la administración de una empresa (total o parcialmente). El asesor solo da consejos, ideas pero nunca órdenes. Además no tiene relación de dependencia con la empresa.

Beneficio Costo Un marco conceptual para la evaluación de proyectos de inversión, públicos o privados, que se utiliza a veces también como criterio para la selección entre alternativas en muy diversas situaciones. La diferencia con los análisis financieros corrientes, más simples, es que en el análisis de costo-beneficio se toman en cuenta todas las ganancias y beneficios involucrados en el proyecto.

Capacitación. Acción en el que por medio de estudio, supervisión dirigida, formación supervisada u otras, que permiten que una persona pueda adquirir nuevas habilidades para su desarrollo personal, intelectual o laboral

Capital de Trabajo. El capital de trabajo es aquella cantidad de recursos que debe tener la empresa para realizar sus operaciones cotidianas, es decir, pagar la nómina, los materiales de fabricación o los productos terminados, la luz, el alquiler, etc.

Consultoría Empresarial. La consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento profesional independiente que ayuda a los gerentes y a las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de la organización mediante la solución de problemas gerenciales y empresariales, el descubrimiento y la evaluación de nuevas oportunidades, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de cambios.

Contabilidad. Es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y su evolución, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo.

Comercialización. La comercialización es la introducción de un nuevo producto en el mercado

Comunicación. Es la forma en que se transmite información de un emisor a un receptor, ya sea hablando directamente entre las personas, o a través de un medio electrónico, como Internet, teléfono, mensajes de texto por celular, etc.

Correlación. En probabilidad y estadística, la correlación indica la fuerza y la dirección de una relación lineal entre dos variables aleatorias

Costo. Es el conjunto de valores que se aplican en la elaboración de un producto.

Costo Fijo. Son aquellos cuyo monto total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción.

Costo Variable. Son aquellos que varían cuando hay cambios en el nivel de producción.

Costo de Oportunidad. Tasa de interés o retorno esperado que uno deja de ganar al invertir en un activo. En general, es aquello a lo que debe renunciarse para obtener una cosa. Es decir, es el valor de la menor alternativa sacrificada.

Costos Operativos. Suma de gasto de personal, gastos asociados a servicios recibidos de terceros y cargas diversas de gestión.

Demanda. Cantidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un determinado momento.

Depreciación. Es la reducción sistemática o pérdida de valor de un activo por su uso o caída en desuso o por su obsolescencia ocasionada por los avances tecnológicos

Diagnóstico Situacional. Es un proceso de producción de conocimientos en y para acción.

Diagrama de Procesos. Un diagrama del proceso de la operación es una representación gráfica

Efecto Multiplicador. Conjunto de incrementos que se producen en la Renta Nacional de un sistema económico, a consecuencia de un incremento externo en el consumo, la inversión o el gasto público

Escalamiento Prospectivo. El escalamiento es un campo de la psicometría que tiene el objetivo de construir escalas de medida a futuro.

Estado de Resultados. Proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico.

Estado de Situación Inicial. Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso.

Estimación. Conjetura sobre el comportamiento futuro de una variable bajo ciertas condiciones.

Estrategia. Respuesta organizacional a las condiciones ambientales que rodean toda organización

Estructura Organizativa. La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

Estudio Económico. El estudio económico trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere.

Estudio de Mercado. Es el diseño, recolección y análisis sistemático de información con relación a las características de un mercado específico. El estudio de mercado se lleva cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

Estudio Técnico. Esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantarse tenga éxito; es decir, trabaja con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades.

Evaluación Financiera. La evaluación financiera, permite conocer la rentabilidad del proyecto, y se realiza a partir del estudio financiero, en base al cálculo de Flujo de Caja Actualizado, Valor Actual Neto, Relación Beneficio-Costo y Tasa Interna de Retorno.

Factores. Son las circunstancias particulares que modifican las acciones de los agentes.

Financiamiento. Es la manera de cómo obtener capital para realizar una inversión o continuar con el giro del negocio.

Fijación de Precios. Al trasladar los bienes o servicios del productor al consumidor, ocurre un intercambio llamado compra-venta. El comprador entrega algo de valor al vendedor a cambio de los bienes y servicios. Este valor es usualmente dinero, nuestro medio de intercambio. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.

Flujo de Caja. Expresión inglesa que traduce como *flujo de caja* e indica los movimientos de efectivo que se realizan en una empresa determinada. El flujo de caja de una inversión es igual a los movimientos de efectivo que ésta produce y no a los saldos netos, pues en este último caso habría que tomar en cuenta los asientos que se hacen por depreciación.

Gasto. Son los valores que se aplican en ventas y administración.

Gastos administrativos. Son los gastos reconocidos sobre las actividades administrativas globales de una empresa.

Gastos Financieros. Son los intereses que deben de pagarse por concepto de préstamos de capital.

Gasto de Ventas. Los gastos de ventas están relacionados con la distribución y comercialización del producto o del servicio

Indicador. Una medida explícita utilizada para determinar el desempeño; una señal que revela el progreso hacia los objetivos; un medio para medir lo que realmente sucede en comparación con lo que se ha planificado en términos de calidad, cantidad y puntualidad.

Inflación. Es el fenómeno económico que se produce por el incremento generalizado de los precios y que tiene como efecto la pérdida del poder adquisitivo de la moneda

Ingresos proyectados. Permite determinar cuánto de ingresos vamos a tener en el futuro.

Interés. Precio que se paga por la recepción de dinero en préstamo o por el crédito de terceros.

Inversión. Egreso realizado para adquirir bienes muebles e inmuebles que den ingresos o presten servicios

Inversión Fija. Corresponde a los activos productivos sujetos a depreciación, también se incluyen los gastos de constitución e investigación, patentes, franquicias, goodwill, entre otros.

Inversión Variable. Es la referencia a activos menores y que generalmente constituyen el capital de trabajo, que debe estimarse para poner en marcha el negocio.

Impactos. Efectos a largo plazo, positivos y negativos, primarios y secundarios, producidos directa, colateral o inducidamente por una

intervención, intencionalmente o no. Consecuencia de una acción o actividad que interactúa recíprocamente con su entorno

Mercado. Conjunto de clientes, usuarios o consumidores de los productos o servicios de una organización

Mercado Meta. Conjunto de consumidores con necesidades o características comunes que la empresa se propone atender.

Microlocalización. Microlocalización de un proyecto consiste en determinar las condiciones específicas que influyan con éxito en la implantación del proyecto tomando en cuenta factores determinantes como son: transporte, dirección, costo de terrenos, cercanía a carreteras, materia prima, disponibilidad de servicios entre las más importantes

Macrolocalización. La macrolocalización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón

Misión. Razón de la existencia de una organización.

Modelo Matemático. En ciencias aplicadas, un Modelo matemático es uno de los tipos de modelos científicos, que emplea algún tipo de formulismo matemático para expresar relaciones, proposiciones sustantivas de hechos, variables, parámetros, entidades y relaciones entre variables y/o entidades u operaciones

Modelo Estadístico. Un modelo estadístico es una expresión simbólica en forma de igualdad o ecuación que se emplea en todos los diseños experimentales y en la regresión para indicar los diferentes factores que modifican la variable de respuesta.

Muestra. Una **muestra** es una parte o una porción de un producto que permite conocer la calidad del mismo.

Oferta. La cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un momento determinado. La oferta es, por lo tanto, una cantidad concreta, bien especificada en cuanto al precio y al período de tiempo que cubre, y no una capacidad potencial de ofrecer bienes y servicios.

Organigrama. Representación gráfica de la estructura organizacional

Pasivo. Representa el valor de todas las obligaciones contraídas por la empresa o ente económico para ser cubiertas o pagadas con dinero, con la prestación de servicios futuros o simplemente con la transferencia de un activo

Patrimonio. Es el valor neto de la participación de los propietarios o accionistas en su negocio.

Periodo de Recuperación de la Inversión. El periodo de recuperación es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto.

Población. Conjunto bien definido sobre el que se observa o puede observarse una cierta característica

Políticas. Líneas de base que asisten a los miembros de la organización en la toma de decisiones y en su comportamiento para alcanzar los objetivos de la organización eficientemente

Préstamo. Operación de crédito mediante la cual una persona (prestamista) entrega a otra (prestatario) una suma de dinero u otra cosa para que la utilice durante cierto tiempo, con la obligación de devolver al finalizar ese plazo.

Problema. Problema es una cuestión que se propone con la finalidad y ánimo de aclararla o resolverla utilizando una metodología determinada.

Promoción. La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y / o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario

Presupuestos. Se le llama presupuesto al cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina) durante un período, por lo general en forma anual.

Presupuestos de Gastos. El presupuesto de gastos está compuesto por lo que necesita la empresa para producir.

Proyecto. Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas.

Publicidad. Es toda comunicación no personal y pagada para presentar y proporcionar ideas, productos o servicios por cuenta de una empresa identificada, a través de los medios de comunicación de masas

Punto de Equilibrio. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

Rentabilidad. Es el resultado de la medición que se realiza para saber cuánto dinero o recursos se ha utilizado para obtener un beneficio

Segmentación. Es la acción de adecuar, adaptar el contenido de la nuestra campaña en función de un determinada variable (geográfica, demográfica, comportamental, etc.)

Socialización. La socialización o sociabilización es el proceso mediante el cual los individuos pertenecientes a una sociedad o cultura aprenden e interiorizan un repertorio de normas, valores y formas de percibir la realidad, que los dotan de las capacidades necesarias para desempeñarse satisfactoriamente.

Tasa Interna de Retorno. La tasa interna de rendimiento (TIR) también se le conoce como la tasa interna de retorno, y se le define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial en un proyecto.

Trípticos. Un tríptico es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta, contiene la información del evento e institución que lo organiza y las fechas, en la cara frontal, en las tres del centro de la hoja vienen los invitados especiales

Tributación. Vocablo que significa tanto el tributar, o pagar impuestos, como el sistema o régimen tributario existente en una nación. La tributación tiene por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento pero, según la orientación ideológica que se siga, puede dirigirse también hacia otros objetivos: desarrollar ciertas ramas productivas, redistribuir la riqueza, etc.

Valor Actual Neto. Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial

Variable. Cualquier criterio, atributo, fenómeno o evento que puede asumir diferentes categorías (variables cualitativas) o valores (variables cuantitativas). Una variable, al asumir una categoría o un valor, se convierte en un dato (cualitativo o cuantitativo).

Visión. Imagen que la organización tiene respecto de si misma o de lo que pretende ser en el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

ALLES Martha (2005) *Elija al Mejor por Competencias* Gramica
Segunda Edición. Argentina.

AMARU, Antonio C. (2009) *Fundamentos de Administración*, Primera
Edición, Pearson Educación, México.

BACA URBINA, Gabriel. (2006) *Evaluación de Proyectos*. Quinta Edición
Mac Graw Hill, México.

B Willan. Werther / Keith Davis *Administración de Recursos Humanos*
Sexta Edición Mac Graw México.

CHIAVENATO Idalberto (2007) *Administración de Recursos Humanos*
Octava Edición Mac Graw Hill México.

CHILQUINGA, Manuel, (2004) *Costos por Órdenes de Producción*,
Ecuador

D´ ALESSIO I. Fernando (2008) *El Proceso Estratégico un Enfoque de
Gerencia* Primera Edición Pearson Educación México.

FRACÉS, Antonio. (2006) *Estrategias y Planes para la Empresa*, Primera
Edición, Pearson Educación, México.

FRED R, David (2008) *Conceptos de Administración estratégica*.
Décimo Primera Edición Pearson Educación México

FRIEND Graham y ZEHLE Stefan Plan de Negocios (2008) Primera Edición, Editorial TheEconomist Argentina

GIDO, Jack, y CLEMENTS James (2007) Administración Exitosa de Proyectos, tercera edición, Thomson Editores México

HILL Charles W. y JONS Gareth R (2005) Administración Estratégica un Enfoque Integrado Sexta Edición Mac Graw Hill México.

HINDLE Tim (2008) Management, Primera Edición, Editorial The Economist. Argentina.

HITT Black Michael P. (2009) Administración Novena Edición, Pearson Educación, México.

JACOME Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Editorial universitaria CUDIC. Ecuador.

KOONTZ, Harold, Heinz Wehrich, Mark Cannice (2008) Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décimo Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.

KOURDI Jeremy Estrategia (2008) Primera Edición Editorial TheEconomist Argentina.

KOTLER, Philip y KELLER Kevin (2006) Dirección de Marketing. México.

KOTLER Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas (2004) El marketing de Servicios Profesionales, de, Editorial Paidós SAICF.

LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen.(2009), Marketing de Servicios. Sexta Edición. Pearson Educación México.

MÉNDEZ, M. José Silvestre (2007) La Economía en la Empresa Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.

MONTEROS Edgar (2005) Manual de Gestión Microempresarial Editorial Universitaria. Ecuador.

Newstrow, John W. (2007) Dirección gestión para lograr resultados Novena Edición Mac Graw Hill México.

PÁEZ, Roberto. N. (2008) Desarrollo de la Mentalidad Empresarial. CODEU. Ecuador.

Pallares Zoilo, Romero Diego y Herrera Manuel (2005) Hacer Empresa: Un Reto, Cuarta Edición, Fondo Editorial Nueva Empresa,

POSSO, Miguel (2004) “Metodología Para el Trabajo de Grado Ibarra – Ecuador.

VAUSE Bob (2008) Análisis Estratégico de Compañías Primera Edición, Editorial TheEconomist Argentina.

THOMPS, Arthur Jr. (2008) Administración estratégica Décimo Quinta Edición,. Mac Graw Hill México.

TOPPIN Gilbert y CZERNIAWSKA Fiona (2008) Consultoría de Negocios Primera Edición Editorial TheEconomist. Argentina.

W. John. Newstrow, (2007) Dirección gestión para lograr resultados Novena Edición Mac Graw Hill México.

W Charles. L Hill y JONS Sareth R. (2009) Administración Estratégica Octava Edición Mac Graw Hill México

WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007) Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

LINCOGRAFÍA

<http://www.promonegocios.net/empresa/regalos-empresas.html>

www.monografias.com

www.eldinero.com

www.inec.gov.ec

www.lideres.com

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PYMES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

- 5 ¿Qué tiempo lleva su empresa operando en el mercado?**
Menos de 1 año De 1 a 5 años
De 6 a 10 años De 11 a 20 años
Más de 20 años
- 6 ¿Cuáles considera usted son sus principales riesgos del medio?**
.....
- 7 ¿Qué oportunidades considera usted tiene su negocio?**
.....
- 8 ¿Qué problemas ha tenido últimamente en su empresa?**
.....
- 9 ¿Conoce usted empresas de servicios empresariales que operan en el mercado?**
Si No
Cuales.....
- 10 ¿En este momento que empresa le brinda el servicio?**
.....
- 11 ¿Qué factores tomaría en cuenta usted para contratar una empresa de servicios empresariales?**
Profesionalismo Costos
Reconocida en el medio Servicio Integral
Infraestructura
Otras.....
- 12 ¿De las siguientes líneas de servicios indique cuáles contrataría?**
Asesoría en ventas
Estudio de mercado

- Atención al cliente
- Asesoría en contabilidad y costos
- Asesoría tributaria
- Capacitación del personal y desarrollo
- Reclutamiento y selección del personal
- Otros servicios.....

13 ¿Con qué frecuencia contrataría usted un servicio empresarial?

- Mensual Trimestral
- Semestral Anual
- Otros.....

14 ¿Qué presupuesto destinaría usted para invertir en un servicio empresarial?

- 200 a 400 801 a 1000
- 401 a 600 1001 a 1200
- 601 a 800 más de 1200

15 ¿Le gustaría a usted que en la ciudad de Ibarra, se creé una empresa de servicios empresariales?

- Si No
- Porque.....

16 ¿Qué sugerencias formularía usted para la creación de una microempresa de éste tipo?

.....



ANEXO B:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

La presente entrevista tiene como finalidad el recopilar información necesaria para la creación de una microempresa de servicios empresariales.

VARIABLES E INDICADORES A INVESTIGAR

GESTIÓN EMPRESARIAL

- Administración
- Portafolio de servicios
- Valores agregados
- Competencia.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- Agilidad
- Eficiencia
- Amabilidad
- Información al cliente
- Servicio postventa
- Nivel de satisfacción del cliente.

FORMATO BASE PARA PREPARAR LA ENTREVISTA A LA COMPETENCIA

Objetivo: Analizar los mecanismos y procedimientos de gestión empresarial desarrollados por la competencia del sector.

1. ¿Cuál es su comentario acerca del negocio de servicios de asesoría en relación a la rentabilidad y crecimiento?
.....
.....
2. ¿Qué criterio tiene usted de las empresas dedicadas a brindar este tipo de servicio en nuestro medio?
.....
.....
3. ¿A qué mercado meta está dirigido su servicio?
.....
.....
4. ¿Qué tipo de servicios ofertan en su empresa?
.....
.....
5. ¿Explique cuál es procedimiento para contratar el servicio?
.....
.....
6. ¿Cuáles son los precios que se cobra por los servicios ya sea por asesoría o trabajo realizado completo?
.....
.....
7. ¿Qué tipo de clientes tiene su empresa (clientes jurídicos, personas naturales) Número de clientes?
.....
.....
8. ¿Cuáles son las estrategias que utiliza para posicionarse en el mercado?
.....
.....
9. ¿Cuál cree que es la vulnerabilidad ante posibles intervenciones del estado?
.....
.....
10. ¿Recomendaciones para crear una nueva empresa dedica a brindar servicios empresariales bajo la modalidad de servicios profesionales ocasionales?
.....
.....



ANEXO C

FICHA DE OBSERVACIÓN

	LUGAR:.....	TITULO:.....	FICHA N°
	SECTOR:.....	FUENTE:.....	
	FECHA:.....		
	INVESTIGADOR:.....		

ANEXO D

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL SERVICIO PARA AISEC

COMPETENCIA

SERVICIO	PRECIO
ASESORÍA EN VENTAS	250
CONTABILIDAD	300
TRIBUTACIÓN	200
PROYECTOS	500
ESTUDIO DE MERCADO	450
TOTAL	1.700

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Los Autores

Después de analizar los precios de la competencia, los ingresos, costos y gastos de AISEC, los precios para la microempresa están determinados de la siguiente manera:

SERVICIO	PRECIO COMPETENCIA	PRECIOS DE AISEC	PORCENTAJE	PORCENTAJE PROMEDIO POR SERVICIOS
ASESORÍA EN VENTAS	250	150	67%	38%
CONTABILIDAD	300	200	50%	
TRIBUTACIÓN	200	150	33%	
PROYECTOS	500	450	11%	
ESTUDIO DE MERCADO	450	350	29%	
TOTAL	1.700	1300	30,8%	

Elaborado por: Los Autores

Como se puede observar el portafolio de servicios de AISEC, está valorado con un 30% menos en relación a la competencia.

ANEXO E

ANÁLISIS DE GASTOS

ARRIENDO

Detalle	Valor Mensual
Arriendo	400
TOTAL	400

SERVICIOS BÁSICOS

Detalle	Valor Mensual
Luz	8
Agua	22
TOTAL	30

SERVICIO DE COMUNICACIÓN

Detalle	Valor Mensual
Internet	100
TOTAL	100

SUMINISTROS Y MATERIALES

Detalle	Valor Mensual
Suministros y materiales	25
TOTAL	25

MOVILIZACIÓN

Detalle	Valor Mensual
Movilización	50
TOTAL	50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autor

ANEXO F PLAN DE MEDIOS

PRESUPUESTO TRIMESTRAL EN PRENSA					
FORMATO	PAG	1 er mes	2 do mes	3 er mes	TOTAL
1/4 de página	25	10	8	6	600

PRESUPUESTO EN RADIO				
PAQUETE	# CUÑAS DIARIAS LUNES A VIERNES	BONIFICACIONES	VALOR MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL
PRODUCCIÓN				120
ESPACIO ESTELAR	10	0	180	540
TOTAL				660

PRESUPUESTO DEL LANZAMIENTO OFICIAL DE LA EMPRESA	
DETALLE	PRECIO
ALQUILER LOCAL EVENTOS	200
RECUERDOS (100 ESFEROS A 2 C/U)	200
COCTEL	80
VAJILLA	40
SUBTOTAL	520
15% IMPREVISTOS	78
TOTAL	598

PROMOCIÓN		
FINANCIAMIENTO DESCUENTOS		
%INICIAL	%AL TERMINO DEL TRABAJO	% DESCUENTO
20%	80%	0
30%	70%	0
40%	60%	0
50%	50%	0
60%	40%	5%
70%	30%	8%
80%	20%	10%
90%	10%	12%
100%	0%	15%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Los Autores

ANEXO G

CÁLCULO DEL COSTO VARIABLE UNITARIO

$$CVu = \frac{CV}{Q}$$

$$CVu = \frac{68.640}{88}$$

$$CVu = 780\text{usd}$$

SERVICIOS	Precio de venta del Servicio USD	%	Costo variable unitario USD
Asesoría en Ventas	150	11,54	90
Estudio de Mercado	350	26,92	210
Asesoría en Contabilidad	200	15,38	120
Tributación	150	11,54	90
Proyectos	450	34,62	270
TOTAL	1300	100	780

Elaborado por: Los Autores

ANEXO H ROL DE PAGOS

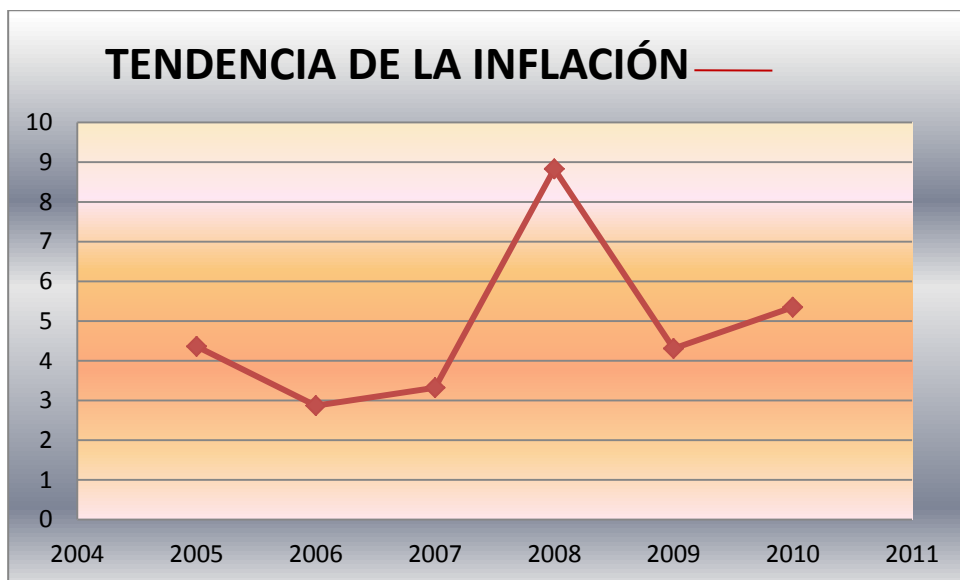
N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO III SUELDO	DÉCIMO IV SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Gerente	400	4800	240	400	583,2	400	6823,2
1	Secretaria	250	3000	240	250	364,5	250	4354,5
1	Jefe Comercial	350	4200	240	350	510,3	350	6000,3
1	Jefe Atención al Cliente	300	3600	240	300	437,4	300	5177,4

Elaborado por: Los Autores

ANEXO I

COMPORTAMIENTO DE LA INFLACIÓN

AÑOS	INFLACIÓN
2005	4,36
2006	2,87
2007	3,32
2008	8,83
2009	4,31
2010	5,35



Fuente: Banco central del Ecuador
Elaborado por: Los Autores.

INFLACIÓN PARA EL AÑO 2010 = 5,35%

ANEXO J

PROFORMAS DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y OFICINA



PCBYTE
SERVICIOS INFORMÁTICOS
TELF: 2604-917
DIR: AV. 17 DE JULIO 3-190
MAIL: pcbytei@hotmail.com
IBARRA - ECUADOR

ING. CARLOS LOMAS
GERENTE
096638725
pcbytei@yahoo.com



PROFORMA

Para: Rolando Tarambás Bastidas

Producto	Cantidad	P. Unitario. USD	P. Total. USD
Computadoras PC	1	1.050,00	1.050,00
Computador Portátil	2	1.100,00	2.200,00
Proyector de Imagen	1	1.900,00	1.900,00
Televisión	1	500,00	500,00
Teléfono	3	50,00	150,00
Celulares y base	3	50,00	150,00
Flash memory	5	30,00	150,00
Copiadora multifunción	1	800,00	800,00
Punteros laser	3	50,00	150,00
Total USD			7.050,00



¡El mejor PC al mejor precio!

RUC: 0400685822001

Cia. etc. bco. MMJaramillo: 1022798016

Retenciones a nombre de Sandra Patricia Cerón

01 de abril del 2010

1	Computadoras PC	1.150,00
2	Computador Portátil	2.360,00
1	Proyector	1.900,00
1	Televisión	500,00
3	Teléfono	210,00
3	Celulares y base	150,00
5	Flash memory	150,00
1	Copiadora multifunción	800,00
3	Puntadores lares	150,00

Precio total de contado 7.370,00 usd.



RUC: 0400685822001
CEL: 097 766 666
IBARRA - ECUADOR


Carlos Fuentes
Administrador

Cel: 097766666
Email: strong_yes@yahoo.com

Dirección: Flores 11-111 y Av. Jaime Rivadeneira TEL: (06)2611-801 / (06)2953520
EMAIL: strongmovicom@hotmail.com Ibarra - Ecuador



ANEXO K PROFORMA DE MUEBLES Y ENSERES

LINEA NUEVA MOBILIARIO

PROFORMA

RUC:1001200151001

N°01253

Ibarra, 07 DE ABRIL DE 2010

Cliente: **ROLANDO TARAMBÍS BASTIDAS**
 Dirección: **LOS OLIVOS**

TEL: 099551445

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
2	ESTACIONES DE TRABAJO ESTÁNDAR, Elaboradas en Melamínico Duraplac Doble de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1,40cm* 1,60cm en "L", Conformadas por (1) Faldón en Melamínico. (1) Placa Base (1) Base Mixta, (1) Cajonera Triple Metálica Ancha, Con seguridad para las 3 Gavetas, acabados en Pintura Electroestática y Texturizada, (1) Porta Teclado de Riel, (1) Porta CPU con 4 Resbalones niquelados, 1 Pasacable Redondo Plástico.	227,68	455,36
4	SILLA FOCUS, Tapizada Nacional c/brazos, Espaldar Semireclinable Sistema de Regulación de altura, Base 5 puntas Con Garruchas plásticas Tapiz cuerina color Negro.	75,89	303,57
2	ESCRITORIO INDIVIDUAL rectangular Elaborado en Melamínico Duraplac Doble Cara de 19mm Tamaño 1,20cm x 0,60cm. Con 1 Cajonera Triple en Melamínico con seguridad para las tres gavetas. 1 Porta Teclado de Riel, 1 Pasacable Redondo Plástico.	142,86	285,71
2	ARCHIVADORES AÉREOS o Canceles elaborados en Melamínico Tamaño 0,90cm x 0,40cm. Con Sistema de Riel Interno en la Tapa con Chapa de Seguridad Cesa.	58,04	116,07
1	ARCHIVADOR ARTURITO, Metálico pintura Electroestática y Texturizada color Negro, superficie en Melamínico Con sistema de Seguridad. Con Ruedas.		98,21
1	MESA DE REUNIONES OVALADA Para 10 Personas, Elaborada en		
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	1.258,92
Forma de Pago: 60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: QUINCE DIAS		IVA 12%	
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	1.258,92

PROFORMA

RUC:1001200151001

N°01253

Ibarra, 07 DE ABRIL DE 2010

Cliente: **ROLANDO TARAMBÍS BASTIDAS**
 Dirección: **LOS OLIVOS**

TEL: 099551445

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
8	Melamínico Duraplac Doble Cara con Filo PVC muy resistente, Tamaño 2,10cm x 1,05 cm, Con Base Especial Metálica.		232,14
1	SILLAS VISITA Apilable modelo "ERGO" Su estructura está fabricada en Tubo redondo 7/8 x 1,2mm acabados en pintura electroestática y texturizada su asiento y espaldar son Anatómicos. Tapiz en Tela o cuerina. S/brazos.	33,04	264,29
1	MESA DE CENTRO Tamaño 0,60cm x 0,60cm Con Superficie de Vidrio Estructura Metálica. (Catálogo)		58,04
1	SILLÓN ESPERA TRIPERSONAL Modelo "Grafiti" C/brazos, Estructura Metálica Tubo reforzado, acabados en pintura Electroestática y Texturizada Tapiz En Cuero color Negro.		142,86
1	SILLÓN ESPERA BIPERSONAL Modelo "Grafiti" C/brazos, Estructura Metálica Tubo reforzado, acabados en pintura Electroestática y Texturizada Tapiz En Cuero color Negro.		107,14
2	SILLONES Presidente cod. 6037 c/brazos, Neumático con Sistema de Regulación de Altura y Reclinación Con Base Cromada 5 Puntas con Garruchas plásticas.	133,93	267,86
1	MUEBLE CAFETERA, Elaborada en Melamínico Tamaño 90cm x 0,90cm x 0,40cm Con 1 puerta de Vidrio, 1 puerta en Melamínico con Tiradera decorativa, Divisiones Internas.		133,04
1	ANAQUEL, Elaborado en Melamínico Tamaño 1,80cm de alto x 0,90cm		
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	2.464,29
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 \$	2.464,29

PROFORMA

RUC:1001200151001

N°01253

Ibarra, 07 DE ABRIL DE 2010

Cliente: **ROLANDO TARAMBÍS BASTIDAS**
 Dirección: **LOS OLIVOS**

TEL: 099551445

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	Ancho x ,40cm de Profundidad, Con puertas Mixtas, (2) superiores de Vidrio con Seguridad, (2) Inferiores en Melmaínico con chapa de Seguridad y picaporte. Divisiones Internas Regulables.		218,75
1	Escritorio Auxiliar rectangular Elaborado en Melamínico Tamaño 0,90cm x 0,60cm Con 1 Cajón con Seguridad.		66,96
OBSEQUIO POR COMPRA TOTAL:			
<u>2 Basureros Metálicos de Escritorio y 4 Papeleras Doble Servicio Metálicas</u>			
Tiempo de Entrega: 15 Días Laborables		Subtotal \$	2.750,00
Forma de Pago: 60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	330,00
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	3.080,00

Entregué Conforme
Irene Játiva

Recibí Conforme

ANEXO L BASE DE DATOS DE PYMES DE LA CIUDAD DE IBARRA

RUC	RAZON SOCIAL	DIRECCION	REPRESENTANTE	PERSONERIA
1091706004001	ASOC. DE TRABAJADORES AGRIC. 28 DE OCTUBRE	LA ESPERANZA S/N	ICHAU SIMBAÑA LUIS ALBERTO	SOCIEDAD
1091706004001	ASOC. DE TRABAJADORES AGRIC. 28 DE OCTUBRE	LA ESPERANZA S/N	ICHAU SIMBAÑA LUIS ALBERTO	SOCIEDAD
1090018147001	ASOCIACION DE CAÑICULTORES DE IMBABURA Y CARCHI	MEJIA 3-08	ASOCIACION DE CAÑICULTORES DE IMBABURA Y CARCHI	OBLIGADA
1091716344001	ASOC. DE DISTRIBUIDORES DE GAS IBARRA ADIGAS	RODRIGO MIÑO PARQUE INDUSTRIAL	JARA MONTENEGRO DIEGO MARCELO	SOCIEDAD
1791431898001	CREDIFE DESARROLLO MICROEMPRESARIAL S A	AV RIVADENEIRA 6-060	CREDIFE DESARROLLO MICROEMPRESARIAL S A	SOCIEDAD
1091720473001	AEROAUTO AUT. DEL AEROPUERTO CIA LTDA	AV M ACOSTA 21-033 Y GALO PLAZA	MONCAYO JARAMILLO FAUSTO LEONARDO	SOCIEDAD
0991307605001	AFP GENESIS ADMIN. DE FONDOS S A	FLORES 08-029	LECARO VELEZ CARLOS LUIS	SOCIEDAD
1090107484001	VASQUEZ VASQUEZ CIA LTDA AG. ASES. PRODUCTOR	BOLIVAR 07-049	VASQUEZ VASQUEZ CIA LTDA AGENCIA ASESORA PRODUCTOR	SOCIEDAD
1090109568001	INDIAVENTURA CIA LTDA	PANA NORTE KLM 39 (OASIS)	VELALCAZAR ROCHA NELSON RUBEN	SOCIEDAD
1090106062001	ZULETA Y TURISMO ZUTURISMO CIA LTDA	ZULETA S/N HDA.ZULETA	POLANCO PLAZA FERNANDO JOSE	SOCIEDAD
1090107735001	ECUAHORIZONS CIA LTDA	BOLIVAR 04-067	CEVALLOS GUEVARA CARLOS BENJAMIN	SOCIEDAD
1090096377001	RECORRIDOS TURISTICOS ECUA RECOTUR CIA LTDA	OLMEDO 05-79	RECOTUR RECORRIDOS TURISTICOS ECUATORIANOS CIA. LTDA.	SOCIEDAD
1090105635001	IMBAVIAJES IMBABURA VIAJES CIA.LTDA.	OVIDEO 08-36	CEVALLOS TRONCOSO ROSA INES	SOCIEDAD
1091702327001	IMBAMETRO AGENCIA DE VIAJES S.A.	FLORES 05-068	VILLALBA ROBALINO NANCY YOLANDA	SOCIEDAD
1091702084001	VIAJES NANCY CIA LTDA	COLON 5-38	GARCIA GUEVARA NANCY JANNETH	SOCIEDAD
1090104809001	AGRO IMPORTADORA JACOME MEJIA CIA LTDA	AV C DE TROYA 10-036	MEJIA FRAGA HUBALDO ARTURO	SOCIEDAD
1792011116001	AGROPECUARIA LA ESCONDIDA AGROLAES S A	CAMINO DE LOS GALEANOS COND.CRISTALES C 28	MORALES ARIAS DIEGO FERNANDO	SOCIEDAD
1791927435001	AGUAS DE LA SIERRA SERRASA S A	PRIORATO SN	ANDRADE DURAN LUIS XAVIER	SOCIEDAD
1790016919001	SUPERMERCADOS LA FAVORITA C A	BOLIVAR 10-048	SUPERMERCADOS LA FAVORITA C	SOCIEDAD
1791294483001	ALFA SEGURIDAD SEGURIALFA CIA LTDA	AV M ACOSTA 22-008	GUDIÑO VITERI NELSON GIOVANNY	SOCIEDAD
1791826418001	LA LIRA CIA LTDA	PEDRO MONCAYO 11-29	ROSETO SANCHEZ ELIZABETH PAULINA	SOCIEDAD
1090090603001	AMADOR DAVILA CIA LTDA	BOLIVAR 06-074	DAVILA HOLGUIN CARLOS AMADOR ECON	SOCIEDAD
1791349806001	ALMACENES JAPON ALJAPON S A	VELASCO 7-35	MAFLA MONTOYA DANIEL ALEXIS	SOCIEDAD
0990017514027	TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A.	AV A PEREZ G 07-075	GONZALEZ VILLON PEDRO PASCUAL	SOCIEDAD
1091712330001	SERVICAMIONETAS C.A.	FLORES Y AV M ACOSTA	ROMERO BENAVIDES NELSON OSWALDO	SOCIEDAD
1090021547001	HERMANDAD FUNERARIA SAN FRANCI	JUAN MONTALVO 10-390	HERMANDAD FUNERARIA SAN FRANCISCO	SOCIEDAD
1091716778001	AMADOREXPORT S A	AV M ACOSTA 22-008	AMADOR JARAD SALOMON FARID	SOCIEDAD
1792041503001	AGUAS ANDINAS ACTIVIDAD DE CONSTRUCCION	SANCHEZ Y C EDIFICIO EX PREVISORA OFIC 401	RUALES CABEZAS ALVARO GUILLERMO	SOCIEDAD
1790349578001	AUTOMOVIL CLUB DEL ECUADOR ANETA	OLMEDO 11-067	MONTENEGRO JATIVA CECILIA DEL CARMEN	SOCIEDAD

1090109983001	ARCOS UNIGARRO SEGURIDAD PRIVADA CIA LTDA	BOLIVAR 06-073	ARCOS UNIGARRO FIDEL BLADIMIR	SOCIEDAD
1090107581001	EMP. DE SERVICIOS AGRIC. IMBABURA EMSERIMBA	CAMINO DE LOS GALEANOS S/N	ESCUDERO ALBORNOZ PABLO ALFREDO	SOCIEDAD
1790895548001	ARTEFACTOS ECUAT.PARA EL HOGAR S A ARTEFACT	SANCHEZ Y C 11-008	CHEADE ROSAS RAUL ANTONIO	SOCIEDAD
1091708112001	FUNDACION COOP. Y ACCION COMUNITARIA	SUCRE 03-10	CADENA ILLANES JAIME ARTURO	SOCIEDAD
0990064474001	SEGUROS SUCRE S.A	OLMEDO Y PEDRO MONCAYO	SEGUROS SUCRE S A	SOCIEDAD
0991311637001	SUL AMERICA COMP. DE SEGUROS DEL ECUADOR C A	AV C DE TROYA 12.043	GUERRERO GALBAN ENDER EMIRO	SOCIEDAD
0190123626001	ASEGURADORA DEL SUR C.A.	AV M ACOSTA 18-016	ROSAS DAVILA LUIS FERNANDO	SOCIEDAD
1091719971001	ADIN ECOSTUR	SUCRE 03-10	BENAVIDES PIEDRA ANITA ISABEL	SOCIEDAD
1091700839001	CHACON Y DE LA PORTILLA CIA.LTDA.	OVIEDO 07-79 OFIC.301	CHACON Y DE LA PORTILLA CIA LTDA	SOCIEDAD
1090108197001	AUTOCARGO EXPRESS	OLMEDO 05-54	ESTEVEZ CERVANTES VENANCIO MARCELO	SOCIEDAD
1091718231001	AUTOMOTORES IBARRA AUTIBARRA S.A.	AV M ACOSTA 28-069	CHASIQUIZA FUERTES LUIS ALONSO	SOCIEDAD
1091707663001	AUTOMOTORES HIDROBO ESTRADA AUTHESA S A	AV M ACOSTA 31-017	HIDROBO ESTRADA ANGEL PATRICIO	SOCIEDAD
1791883446001	INTEGRACION AVICOLA ORO CIA LTDA	AV C DE TROYA 11-052	MUÑOZ AGUINAGA CESAR ANIBAL	SOCIEDAD
1090105244001	BANCO CAPITAL S A	VELASCO 8-44	LOPEZ DELGADO MIRIAM CECILIA	SOCIEDAD
1790047660001	BANCO UNIVERSAL S.A.UNIBANCO	VELASCO 7-50	BANCO UNIVERSAL S A UNIBANCO	SOCIEDAD
1790477142001	BANCO M M JARAMILLO ARTEAGA S A	OLMEDO 09-80	BANCO M M JARAMILLO	SOCIEDAD
0990379017001	BANCO BOLIVARIANO C A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	BABRA LYON MIGUEL	SOCIEDAD
0990049459001	BANCO DE GUAYAQUIL SA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	LOPEZ DONOSO DIEGO JOSE	SOCIEDAD
0190055965001	BANCO DEL AUSTRO	COLON 7-41	BANCO DEL AUSTRO	SOCIEDAD
0990005737001	BANCO DEL PACIFICO	OLMEDO 09-08	HERRERO BACHMEIER FELIX	SOCIEDAD
1790010937008	BANCO DEL PICHINCHA	BOLIVAR 12-007	ORTIZ PACHECO GABRIEL ENRIQUE	SOCIEDAD
1790098354001	BANCO INTERNACIONAL S A	PEDRO MONCAYO 07-50	BASTIDAS RUALES DIEGO VICENTE	SOCIEDAD
1791269225001	BANCO PROCREDIT	SUCRE 5-68	MORA JIMENEZ TATTIANA KRUPSKAYA	SOCIEDAD
1791109384001	BANCO SOLIDARIO	OLMEDO 11-045	BANCO SOLIDARIO	SOCIEDAD
1091710257001	TABORDA QUINCEÑO ROSA ELVIRA	OLMEDO 10-069 COM IBA PA	TABORDA QUICENO ROSA ELVIRA	SOCIEDAD
1091710257001	TABORDA QUINCEÑO ROSA ELVIRA	OLMEDO 10-069 COM IBA PA	TABORDA QUICENO ROSA ELVIRA	SOCIEDAD
1090106453001	DIVALLE CIA LTDA	AV F VACAS G S/N PARQUE INDUST	GALLARDO PARRA LUIS GILBERTO	SOCIEDAD
1790049795001	MODERNA ALIMENTOS S.A.	MEJIA 9-119	CORREA CRESPO GONZALO	SOCIEDAD
1791305663001	FUNDACION GALO PLAZA	ZULETA S/N HDA ZULETA	FUNDACION GALO PLAZA FUND	OBLIGADA
1091715348001	SANTILLAN S.C.	OVIEDO 11-38 Y JAIME RIVADENEIRA	SANTILLAN LOPEZ LUIS XAVIER	SOCIEDAD
1091716603001	SERVICIOS INTEGRALES DEL NORTE	AV RIVADENEIRA 5-080	ORBE QUINTANA BYRON MAURICIO	SOCIEDAD
0992410787001	HISPANIGRAND S A	SANCHEZ Y C 09-27	CIFUENTES FLORES EDISON OSWALDO	SOCIEDAD
1791277015001	INDUSTRIA ECUATORIANA DE CALZADO CACERES	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	CACERES VITERI FABIAN HERIBERTO	SOCIEDAD
0491500611001	IMP. Y COMERCIALIZADORA CAMPO FERTIL	O MOSQUERA 07-009	FLORES PINEDA REMIGIO HELADIO	SOCIEDAD

1091709054001	V C ASOCIADOS	OVIEDO 07-35	VACA DURAN DIEGO ROBERTO	SOCIEDAD
1791859219001	LOWKES ECUADOR CIA LTDA	AV M ACOSTA 16-026	CALLE PINTADO LUIS EDUARDO	SOCIEDAD
1091717561001	CENTRO DE ESTUDIOS ISIDORO DE SEVILLA CEISEV CIA L	AV ATAHUALPA 14-148	DAVILA RODAS FAUSTO XAVIER	SOCIEDAD
1790931331001	CEMOPRAF	ROCAFUERTE 05-029	RIOFRIO LARA LUCIA MARGOTH	SOCIEDAD
1790527085001	EMPRESA INDUSTRIAL EGUEZ CUEVA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	CUEVA SONO CLEMENCIA ELIZABETH	SOCIEDAD
1091720767001	COMPAÑIA DE TRANSPORTE CIUDAD DE LOS LAGOS TRANSIL	AV F VACAS G 8-174	BENITEZ ARELLANO MARCOS EDUEN ORLANDO	SOCIEDAD
0491500972001	CINE CABLE TV	CHICA NARVAEZ 05-034	ALVAREZ TORRES LAURO RODRIGO	SOCIEDAD
1091708937001	CLIMODER S A	VICTOR GOMEZ JURADO	GORDILLO VINUEZA JACINTO OSWALDO	SOCIEDAD
1090083089001	CLINICA MEDICA DEL NORTE S.A.CLIMEDINOR	OVIEDO 08-24	CHIRIBOGA PABON MANUEL FABIAN	SOCIEDAD
1791263383001	CLINICA DE LOS RIÑONES MENYDIAL	BRASIL SN	SANTACRUZ CUEVA PAUL CRISTOBAL	SOCIEDAD
1091720104001	INSTITUTO MEDICO DEL RIÑON DIALIBARRA CIA LTDA	JUAN JOSE PAEZ	MONTALVO VASQUEZ AMPARITO DEL CARMEN	SOCIEDAD
1091700987001	CLINICA LA INMACULADA SCC	SUCRE 09-070	TOCTAQUIZA YAGUAR ABELARDO ABSALON	SOCIEDAD
1090105627001	CLINICA MEDICA MARIANO ACOSTA	AV M ACOSTA 11-016	CLINICA MEDICA MARIANO ACOSTA	SOCIEDAD
1091700030001	CLINICA MEDICA IBARRA	JORGE DAVILA MEZA S/N	ZAMBRANO OREJUELA ISMAEL ALFONSO	SOCIEDAD
1091722654001	INVERSIONES MEDICAS INVERMED	CHICA NARVAEZ 04-015	ENDARA BOLAÑOS FRANCISCO JAVIER	SOCIEDAD
1090108103001	CONSORCIO MEDICO ENDARA FLORES	AV M ACOSTA 14-168	ENDARA FLORES IVAN MAURICIO	SOCIEDAD
1791323688001	CLUB DE CLASES Y POLICIAS DE LA POLICIA NACIONAL	A CORDERO S/N Y TOBIAS MENA	CLUB DE CLASES Y POLICIAS DE LA POLICIA NACINAL	OBLIGADA
1791396502001	COBRANZAS DEL ECUADOR S A RECAUDADORA	OVIEDO 07-35 OFC 101	GUARDERAS LANDETA RONNY EDGAR	SOCIEDAD
1790110680001	ORDEN CAPUCHINA EN EL ECUADOR	JUAN MONTALVO 06-134	ORDEN CAPUCHINA EN EL ECUADOR	SOCIEDAD
0990009732001	COMPAÑIA GENERAL DE COMERCIO Y MANDATO S.A.	SANCHEZ Y C 11-055	CUCALON DE ICAZA MARTIN ANTONIO	SOCIEDAD
1790041220001	COMERCIAL KYWI SA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	ALLARIA MIRETTI RAUL PEDRO	SOCIEDAD
1091711857001	COMERCIAL SALAS SEVILLA S A	AV M ACOSTA 12-013	SALAS SEVILLA SORGES OLIVER	SOCIEDAD
1790273482001	COMPAÑIA NACIONAL DE GAS CONGAS CIA LTDA	VIA URQUQUI SN	COMPAÑIA NACIONAL DE GAS CONGAS CIA LTDA	SOCIEDAD
1090109932001	TEMPOCODECA CIA LTDA	AV F VACAS G S/N PARQUE	TEMPOCODECA CIA LTDA	SOCIEDAD
0990005087001	BRENNTAG ECUADOR S.A	AV C DE TROYA 10-022	BAQUERIZO CORNEJO RICARDO	SOCIEDAD
1791884388001	COMERCIALIZADORA PIFF COMPIFF CIA LTDA	BOLIVAR 08-073	GRIJALVA VALENCIA WILLYAN FERNANDO	SOCIEDAD
1091704338001	COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA COMERCIBARRA	J HERNANDEZ S/N	COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA COMERCIBARRA	EMPRESA DE ECONOMÍA MIXTA
1791248341001	DISTRIBUIDORA QUITO SUR QUISUR CIA LTDA.	SUCRE 13-103	GUACHAMIN MOSQUERA JULIO CESAR	SOCIEDAD
1790746119001	COMOHOGAR S A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	UQUILLAS ORDOÑEZ RICHARD EDWARD	SOCIEDAD
1091716948001	COMPAÑIA DE SERVICIO Y TRANSPORTE DE CARGA LIVIANA	AV JOSE TOBAR FRENTE TERMINAL	TORRES RODAS JONSON MARIO ARNALDO	SOCIEDAD
1791430395001	COMPAÑIA DE SEGUROS DE VIDA COLVIDA S.A.	SUCRE 5-24	COMPAÑIA DE SEGUROS DE VIDA COLVIDA SA	SOCIEDAD
1090106011001	AMIPEAPA CIA.LTDA. TAXIS	PRIORATO CALLE PIÑAN S/N	COMPAÑIA DE TAXIS AMIPEAPA LTDA	SOCIEDAD

1091709542001	TRANSVOL S.A.	AV F VACAS G 3-086	LANDETA AYALA LUIS ENRIQUE	SOCIEDAD
1091711369001	COMPAÑIA DE SEGURIDAD PRIVADA AGUILAS NEGRAS	SANCHEZ Y C 10-51	COMPAÑIA DE SEGURIDAD PRIVADA AGUILAS NEGRAS	SOCIEDAD
1790007502001	COMPAÑIA DE SEGUROS GENERALES EQUINOCCIAL S.A.	AV C DE TROYA 11-080	COMPAÑIA DE SEGUROS GENERALES EQUINOCCIAL SA	SOCIEDAD
1091710192001	VR CONSTRUCCIONES S C C	GARCIA MORENO 4-13	ARTEAGA SALTOS LLIRA LEONOR	SOCIEDAD
1791025768001	CONSORCIO ECUATORIANO AUTOMOTRIZ C.A. CONECA	AV M ACOSTA 15-092	ORDOÑEZ MALDONADO MARIA FRANCISCA	SOCIEDAD
1791251237001	CONSORCIO ECUATORIANO DE TELECOMUNICACIONES S.A.	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	CAMPOS GARCIA MARCO ANTONIO	SOCIEDAD
1790084604001	CONFITECA CA	AV C DE TROYA S/N TORRES MONTE	LARA VITERI RICARDO XAVIER	SOCIEDAD
1091704281001	CONSULTORIO RADIOLOGICO-CONRAD-IME	JACINTO EGAS 1-93	GUERRERO SAENZ GERMAN ALEJANDRO	SOCIEDAD
1091707434001	CONSTRUCTORA ANDRADE ASOCIADOS S.C.C.	SUCRE 05-44	CONSTRUCTORA ANDRADE ASOCIADOS S C C	SOCIEDAD
1090104655001	COOP DE AHORRO Y CREDITO AMAZONAS	MERC/AMAZ/AV E P ALTA 858 859 860 861 862 E	VALLEJOS LEON ANA MARGARITA	SOCIEDAD
0490001883001	COOP DE AHORRO Y CREDITO PABLO MUNOZ VEGA	SUCRE 06-28	ACOSTA CARRERA CARLOS ALONSO	SOCIEDAD
1090093157001	COOP DE TRANSPORTE DE CARGA EN CAMIONETAS EL RETOR	O MOSQUERA S/N FRENT.FERROELECTRICO	CARRILLO PUPIALES MARCO ERNESTO	SOCIEDAD
0990247536001	COOP CODESARROLLO LTDA.	OVIEDO 11-24	CARDOSO RUIZ ROSENDO GEOVANNY	SOCIEDAD
1090033456001	COOP DE AHORRO Y CREDITO "ATUNTAQUI"	AV T GOMEZ 08-34 SUCURSAL	BORJA FIERRO SERGIO WASHINGTON	SOCIEDAD
1090033456001	COOP DE AHORRO Y CREDITO "ATUNTAQUI"	AV T GOMEZ 08-34 SUCURSAL	BORJA FIERRO SERGIO WASHINGTON	SOCIEDAD
1090007641001	COOP DE AHORRO Y CREDITO MAESTROS ASOCIADOS	AV A PEREZ G 05-038	GONZALEZ TAFUR ALVARO FERNANDO	SOCIEDAD
1090092274001	COOP DE TAXIS ATAHUALPA	AV ATAHUALPA S/N Y AV RIC SANCHEZ	MEJIA TAPIA WILSON ORLANDO	SOCIEDAD
1090110035001	COOP DE TAXIS JOSE MIGUEL LEORO	AV CRISTOBAL DE TROYA	CHANDI CHAMORRO FAUSTO ERIBERTO	SOCIEDAD
1090062413001	COOP DE TAXIS MERCADO NORTE	MEJIA Y CHICA NARVAEZ S/N	MARTINEZ IBUJES LUIS ENRIQUE	SOCIEDAD
1090107069001	COOPERATIVA DE TAXIS MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO	S ANT 27 NOVBR PARQUE	COOPERATIVA DE TAXIS MONS LEONIDAS PROAÑO	SOCIEDAD
1090043389001	COOP DE TRANSPORTE LIVIANO EN CAMIONETAS EXITO	AV A PEREZ G Y AV E ESPEJO	MAIGUASHCA LEMA GUSTAVO	SOCIEDAD
1090052426001	COOP DE TRANSPORTE TEODORO GOMEZ DE LA TORRE	COLON Y OLMEDO	PINEDA CIFUENTES RICARDO HERIBERTO	SOCIEDAD
1090020737001	COOP DE TRANSPORTE TAXIS LAGOS DE IBARRA	FLORES 09-024	BENAVIDES OBANDO JUAN CARLOS	SOCIEDAD
1090052590001	COOP INTERPROVINCIAL DE TRANSPORTE IBARRA C.I.T.I	AV F VACAS G 2-092	COOP INTERPROVINCIAL DE TRANSPORTE IBARRA CITI	SOCIEDAD
1090107174001	COOP DE AHORRO Y CREDITO ARTESANOS LTDA.	SUCRE 08-34	PASPUEZAN JORGE ARNULFO	SOCIEDAD
1790567699001	COOP DE AHORRO Y CREDITO 29 DE OCTUBRE	VELASCO 7-18	EGUEZ LUPERA CARLOS MARIO	SOCIEDAD

1090033456001	COOP DE AHORRO Y CREDITO ATUNTAQUI LTDA	OLMEDO 11-098	BORJA FIERRO SERGIO WASHINGTON	SOCIEDAD
1090033456001	COOP DE AHORRO Y CREDITO ATUNTAQUI LTDA	OLMEDO 11-098	BORJA FIERRO SERGIO WASHINGTON	SOCIEDAD
1090060402001	COOP DE AHORRO Y CREDITO CIUDAD DE IBARRA	CHICA NARVAEZ 04-010	OBANDO BASTIDAS NEY ALFREDO LCDO	SOCIEDAD
1090046892001	COOP DE AHORRO Y CREDITO SAN ANTONIO CIA LTDA	S ANT H MIDEROS 6-33	SANTACRUZ DELIS RUBEN DARIO	SOCIEDAD
1091720902001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PILAHUIN TIO LTDA	J F CEVALLOS 1-82	MAZABANDA MOPOCITA ANGEL ESTEBAN	SOCIEDAD
1091714791001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO BOLA AMARILLA	AV ATAHUALPA 19-067	BURBANO TAMAYO BLANCA ALICIA	SOCIEDAD
1091722425001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ESCENCIA INDIGENA	J ATABALIPA 2-046	MALIZA MALISA SEGUNDO MANUEL	SOCIEDAD
1090107824001	COOPERATIVA DE TAXIS PROAÑO MAYA	MIGUEL SANCHEZ 2-107	BENAVIDES ROSERO JOSE GUILLERMO	SOCIEDAD
1090108162001	COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXI ALP	AV V M GUZMAN SN	RUIZ RAMIREZ RIGOBERTO	SOCIEDAD
0490002669001	COOPERATIVA FINANCIERA DE AHORRO Y CREDITO TULCAN	AV A PEREZ G 05-054	VILLACORTE FIERRO VICTOR HUGO	SOCIEDAD
0991322507001	COROTOP S A	LA ESPERANZA S/N	NOBOA FREILE RODRIGO ANTONIO	SOCIEDAD
1091718681001	CORPORACION SAN JOSE CORSAJO SA	AV M ACOSTA 19-080	BENAVIDES BENAVIDES JOSE LEONARDO	SOCIEDAD
1091716964001	CORS CORPORACION SANCHEZ SC	AV A PEREZ G 06-047	SANCHEZ VIÑACHI MARCIA ELOISA	SOCIEDAD
1090106216001	REPROAVI CIA LTDA	H GONZALEZ DE 24-068	JIMENEZ VIANA ELINA ANATOLIA	SOCIEDAD
1091717626001	FLORES DE TUMBABIRO S A FLORETUM	C GOMEZ JURADO 02-25	PONCE HERRMANN PABLO ANDRES	SOCIEDAD
1390141773015	DELGADO TRAVEL CIA LTDA	COLON 7-74	DELGADO TRAVEL CIA LTDA	SOCIEDAD
1792108470001	BUSTILLOS LARA COMPAÑIA LIMITADA	SANCHEZ Y C 14-112	BUSTILLOS AMAYA PATRICIO HELEODORO	SOCIEDAD
1790819515001	DISTRIBUIDORAS DE LIBROS Y PAPELERIA DILIPA CIA LT	VELASCO EDIF.PREVIS L-5	SEGURA MONTENEGRO ANGEL EDUARDO	SOCIEDAD
1791339126001	DIMACAL CIA.LTDA.	AV C DE TROYA 10-059	ACOSTA LOPEZ FAUSTO MARCELO	SOCIEDAD
1091716174001	DIMARCAS DISTRIBUIDORA DE MARCAS ALIMENTICIAS CIA	PEDRO RODRIGUEZ 1-23	MALQUIN CANACUAN FAUSTO JULIO	SOCIEDAD
1790270742001	DISTRIBUIDORA ANDINA DE COMESTIBLES DISANCO S A	AV RETORNO 27-013 Y RIO TIPUTINI	BERG GUTT HERMAN EDWARD	SOCIEDAD
1091707752001	DISTRIBUIDORA MERCANTIL ESPINOZA CIA LTDA	RAFAEL ROSALES 1-029	ESPINOZA GAVILAÑEZ GUIDO PATRICIO	SOCIEDAD
1090106704001	REPRESENTACIONES ORTIZ CEVALLO	ABELARDO MORAN MUNOZ S/N	ORTIZ CEVALLOS XAVIER FERNANDO	SOCIEDAD
1790013561001	PINTURAS CONDOR S A	V GOMEZJURADO S/N	CRUZ RUANO YOLANDA JANETH	SOCIEDAD
1091713396001	DISCOMNORTE S.C.C	GRIJALVA 5-07	CAICEDO PEREZ PABLO FERNANDO	SOCIEDAD
0691710513001	EDITORIAL PEDAGOGICA CENTRO CIA LTDA EDIPCENRO	CHICA NARVAEZ 05-068	FREIRE ALVAREZ LORENA ELIZABETH	SOCIEDAD
1790236862001	LAFARGE CEMENTOS S A	SANCHEZ Y C 07-54	TORRES CANO ALEJANDRO	SOCIEDAD

1090109975001	PIAMAR CIA LTDA	ROCAFUERTE 12-064	IÑIGUEZ PIEDAD MARGOT	SOCIEDAD
1790010945001	PROVEEDORA ECUATORIANA S.A. PROESA	O MOSQUERA 05-033	PROVEEDORA ECUATORIANA SA PROESA	SOCIEDAD
1791323173001	DISTRIBUIDORA JUAN DE LA CRUZ S C C	AV RETORNO 27-013 Y RIO TIPUTINI	DE LA CRUZ GUERRERO JUAN ENRIQUE	SOCIEDAD
1091701991001	DISTRIBUIDORA CARLOS ARIAS DISTARIAS CIA.LTDA.	PEDRO RODRIGUEZ 4-43	ARIAS BRITO CARLOS LENIN	SOCIEDAD
1790613305001	DITONI QUITO CIA LTDA	13 DE ABIRL SN	GRANIZO CEDEÑO GALO XAVIER	SOCIEDAD
1091717073001	REPRESENTACIONES DISTRIVARIOS CIA LTDA	AV RIVADENEIRA 5-018	CABAL GUTIERREZ NIDIA	SOCIEDAD
1090105996001	DISTRIBUIDORA DIPROFAR S C	ALFONSO ALMEIDA 02-10	DISTRIBUIDORA DIPROFAR S C	SOCIEDAD
1091723456001	DISTRIBUIDORES TARAPUEZ HNOS DTH	13 DE ABRIL	TARAPUEZ QUELAL LUIS HERNANDO	SOCIEDAD
1791411099001	ECUADOR BOTTLING COMPANY	ROCAFUERTE 13-066	CRESPO PONCE CLAUDIO JOSE	SOCIEDAD
1791928768001	ECUATORIANA DE JUEGOS GAODA S.A.	SANCHEZ Y C 14-025	VALDERRAMA SANCHEZ ALDEMAR DE JESUS	SOCIEDAD
1790548287001	EDITORIAL MINATAURO S A	CHICA NARVAEZ 05-066	EDITORIAL MINATAURO S A SN	SOCIEDAD
1790312429001	CIRCULO DE LECTORES S A	CHICA NARVAEZ 05-046	ORTIZ ZAPATA JUAN JOSE	SOCIEDAD
1791403789001	AGROINDUSTRIA MEJIA Y ASOCIADOS INDUBALAN CIA LTDA	FLORES 11-055	AGROINDUSTRIA MEJIA Y ASOCIADOS INDUBALAN CIA LTDA	SOCIEDAD
1791906497001	MAJESTIC CORPORATION CIA LTDA	AV ATAHUALPA 16-170	MONTALVO HIDALGO MAURO NAPOLEON	SOCIEDAD
1791801431001	ELECTRODOMESTICOS SAN PEDRO Y SAN PABLO C A	SANCHEZ Y C 11-037	MENDEZ ALVAREZ PEDRO NOLASCO	SOCIEDAD
1090109614001	COMPAÑIA DE SEGURIDAD PRIVADA ELITEIMBASEG S A	VELASCO 7-80	SANCHEZ ECHEVERRIA JUAN MARCIANO	SOCIEDAD
1090051721001	EMPRESA ELECTRICA REGIONAL NORTE SA	BORRERO Y CHICA NARVAEZ S/N	MARTINEZ VASQUEZ JORGE FERNANDO	SOCIEDAD
1790023885001	TRANSPORTADORA ECUATORIANA DE VALORES TEVCOL S.A.	SANCHEZ Y C 03-76	MONTALVO PAREDES MARCELO VINICIO	SOCIEDAD
1791945425001	EMPRESA DE SERVICIOS Y SANEAMIENTO AMBIENTAL IMBAS	LUIS F BORJA 02-018	TOBON GUZMAN JONH JAIRO	SOCIEDAD
1090109592001	EMPRESA TERMINAL TERRESTRE IBARRA TTIBARRA CEM	AV T GOMEZ 17-08	MARRACO DE LOS ARCOS ANTONIO	EMPRESA PUBLICA
1790540626001	AGIP ECUADOR S A	PANA NORTE S/N	DE BENI FRANCO	SOCIEDAD
1890086981004	CITA EXPRES INTERNACIONAL	FLORES 13-064	GAVILANEZ MARTINEZ MARCO ANTONIO	SOCIEDAD
1090077895001	VARGAS VELASQUEZ AGROINDUSTRIA	SALINAS ESMERALDAS Y VELASCO	VARGAS VELASQUEZ HUGO NAPOLEON	SOCIEDAD
1091719696001	CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL PASITO A PASO	BOLIVAR 03-037	GARCIA GONZALEZ ESTHELA PATRICIA	SOCIEDAD
1790368718001	BANCO DE LA PRODUCCION S A PRODUBANCO	FLORES	BANCO DE LA PRODUCCION PRODUBANCO	SOCIEDAD
1390142230001	DELGADO COURIER CIA LTD	COLON 7-74	DELGADO COURIER CIA LTD	SOCIEDAD
1090007870001	COOP DE TRANSPORTE FLOTA IMBABURA	FLORES S/N	JATIVA ALVAREZ ALFONSO NAPOLEON	SOCIEDAD
1090008273001	COOPERATIVA DE TRANSPORTE 28 DE SEPTIEMBRE	AV F VACAS G	ENRIQUEZ ERAZO JOSE VICENTE	SOCIEDAD
1790985504001	COMERCIAL ETATEX C.A.	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	MARCOVICI LONGAVER WILLIAM	SOCIEDAD

1090110280001	PUNTO BAYTEX CIA.LTDA.	S ANT 27 NOVBR 01-143	CORRALES GAIBOR WILSON BAYARDO	SOCIEDAD
1791752864001	FABRICA DE MUEBLES RICHELIEU S A	AV RETORNO S/N	VASQUEZ TAMARIZ PAUL EFRAIN	SOCIEDAD
1090103489001	COMPANÍA ZULAC S A	ZULETA S/N HDA.ZULETA	COMPANÍA ZULAC SA	SOCIEDAD
1090107387001	DIFARIME S.A.	SUCRE 14-080	DIFARIME S A	SOCIEDAD
1791809092001	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S A	OLMEDO 11-106	SANCHEZ GONZALEZ ENRY PATRICIO	SOCIEDAD
1791715772001	ECONOFARM S.A.	SANCHEZ Y C 12-056	SUING ALVARADO JOSE RAMIRO	SOCIEDAD
0991054103001	FARMAGRO S A	AV M ACOSTA 26-131	SEILER SEREGA JOSE ANTONIO	SOCIEDAD
1091719947001	PROVEEDORA FARMACEUTICA DEL NORTE FARMANOR CIA LTD	A MONCAYO 3-127	PAREDES VALVERDE GABRIELA MARGARITA	SOCIEDAD
1790051811001	FASHION LANA CIA LTDA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	DAVILA BLANCO VIRGILIO JOSE	SOCIEDAD
1090049875001	HIERRO COMERCIAL E INDUSTRIAL FERRINDUSTRIAL SA	SUCRE 07-96	CHIRIBOGA OBANDO JOSE LUIS	SOCIEDAD
1091708260001	FERRETERIA SAN ANDRES CIA LTDA	AV A PEREZ G 09-133	ALVAREZ GONZAGA JORGE ALBERTO	SOCIEDAD
1791090039001	IMPORTADORA VERIMELSA CIA LTDA	JUAN MONTALVO 10-246	TORRES ACOSTA MARIA ELENA	SOCIEDAD
1791985427001	FERRETERIAS DEL NORTE FERRONORTE CIA.LTDA.	AV C DE TROYA 05-169	DIAZ ALMEIDA PAUL IGNACIO	SOCIEDAD
0991235949001	SOCIEDAD FINANCIERA LEASINGCORP S A	SUCRE 06-24	ORBE LOPEZ FRANCISCO RAUL	SOCIEDAD
0990077185001	SOCIEDAD FINANCIERA PARA LA ASIS COMMUNI	CHICA NARVAEZ 08-035	POLIT DELGADO LEONARDO ROBERTO	SOCIEDAD
1091724495001	FEDERACION DE ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DE IMBAB	ANTONIO CORDERO 5-105	YACELGA ALFEREZ GLORIA MAGDALENA	SOCIEDAD
1090105880001	FODEMI	AV RIVADENEIRA 6-058	RIOS RAMOS LUIS FERNANDO	SOCIEDAD
1791767675001	FORMIGAL S A	AV E ESPEJO TERM TERR A 01	MARRACO DE LOS ARCOS ANTONIO	SOCIEDAD
1792091039001	AUTOMOTORES MR HARO CIA LTDA	AV T GOMEZ 09-47	HARO TORRES GUIDO MAURICIO	SOCIEDAD
1090105147001	FUNDACION PEDRO MONCAYO	ROCAFUERTE 04.-88	ALMEIDA VINUEZA MARCO RAUL	SOCIEDAD
1790182355001	FUNDACION ECUATORIANA DE DESARROLLO	OLMEDO 11-107	COSTTA GARCIA ANGEL LUIS	SOCIEDAD
1091710184001	IVABEN SIDERURGICA INDUSTRIAL S.A.	EL OLIVO LUIS F MADERA 1-64	VASQUEZ BENAVIDES ESTHER EMPERATRIZ	SOCIEDAD
1090110299001	GREMIO DE SASTRES Y MODISTAS	MALDONADO 11-064	ORTEGA REVELO JESUS SEGUNDO	SOCIEDAD
1090013242001	SINDICATO DE CHOFERES DE IMBABURA	PEDRO RODRIGUEZ 3-86	RAMIREZ FLORES MILTON GUILLERMO	SOCIEDAD
1090027405001	ASOC INT PROF SOCIEDAD DE ARTESANOS DE IMBABURA	PEDRO MONCAYO 02-67	ASOC INT PROF SOCIEDAD DE ARTESANOS DE IMBABURA	SOCIEDAD
1790710319001	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	BALDERRAMO VELEZ VICENTE IVAN	SOCIEDAD
1091719114001	GALASOFT S A GALA SOFTWARE	BOLIVAR 06-069	LARA CASTRO OSWALDO ROBERTO	SOCIEDAD
1791280792001	COMPANÍA DE COMERCIO INDUSTRIAL PETROWORLD S.A.	AMBUQUI PLAYAS S/N	CERON CHAMORRO GERMAN RODRIGO	SOCIEDAD
0990954224001	GASOLINERA PRIMAX	AV M ACOSTA 21-028	SALAZAR REALPE LUIS EDUARDO	SOCIEDAD
1090104000001	GASSA GRUPO AUTOMOTRIZ S A	AV C DE TROYA 11-097	AMADOR VILLALBA SANTIAGO FELIPE	SOCIEDAD
1091710060001	RED ODONTOLOGICA ODONTORED S A	GALO PLAZA 6-94 Y VICTORIA CASTELLO	OROZCO NUÑEZ MARIA JOHANNA	SOCIEDAD

1091710257001	TABORDA QUINCENO ROSA ELVIRA	COLON 8-20	TABORDA QUICENO ROSA ELVIRA	NATURAL
1091710257001	TABORDA QUINCENO ROSA ELVIRA	COLON 8-20	TABORDA QUICENO ROSA ELVIRA	NATURAL
1091705652001	OSORIO CASALLAS JULIO CESAR	J HERNANDEZ 2-205	OSORIO CASALLAS JULIO CESAR	SOCIEDAD
1090054100001	HOSTERIA CHORLAVI CIA LTDA	PANA SUR KM 2 1/2	TOBAR ALVAREZ MARIA EUGENIA	SOCIEDAD
1090003085001	IMBABURA TURISTICA C A IMBATURIS	AV M ACOSTA 16-038	HERRERA NIETO PEDRO RAFAEL	SOCIEDAD
1090105449001	COMPAÑIA HOTEL MONTECARLO S A	AV RIVADENEIRA 5-055	CALDERON PLASENCIA EDGAR RAMIRO	SOCIEDAD
1090107913001	SOCIEDAD CIVIL DE COMERCIO HOTEL ROYAL RUIZ	OLMEDO 09-46	SOCIEDAD CIVIL DE COMERCIO HOTEL ROYAL RUIZ	OBLIGADA
1091702122001	HUMANA EMPRESARIAL HUMAEMPRE CIA.LTDA	C MIRANDA 5-022	AVILES BOSMEDIANO GLORIA CECILIA	SOCIEDAD
0991259546001	CARRO SEGURO CARSEG S A	AV C DE TROYA 06-061	GAIBOR ORBE GRACE VERONICA	SOCIEDAD
1091704222001	IDIMED INSTITUTO DE DIAGNOSTICOS MEDICOS S.A.	JACINTO EGAS 1-83	GUERRERO SAENZ GERMAN ALEJANDRO	SOCIEDAD
1091722573001	IMBACABLE CIA LTDA	PLAZA BOYACA 4-76	MANTILLA PEREZ FREDIN GUSTAVO	SOCIEDAD
1091714376001	IMBACABLE S A	PLAZOLETA BOYACA SN Y R TROYA	MANTILLA PEREZ FREDIN GUSTAVO	SOCIEDAD
1090107301001	IMBAELECTRIC CIA LTDA	GRIJALVA 8-57	GODOY MENDEZ LUIS ENRIQUE	OBLIGADA
1091700057001	IMBANET S A	SUCRE 10-051	VILLARREAL VILLARREAL LUIS JAVIER	SOCIEDAD
1791210786001	KEPSO S A	LA FLORIDA EL ROSAL S/N	HERRERA BAEZ LUCIA JUDITH	SOCIEDAD
1091720805001	JIMEMOR CIA LTDA	MACHALA 05-20	JIMENEZ PATIÑO FABIAN RODOLFO	SOCIEDAD
0590011886001	SEGUNDO ELOY CORRALES E HIJOS SECOHI CIA LTDA	AV C DE TROYA 9-66	SEGUNDO ELOY CORRALES E HIJOS SECOHI CIA LTDA CIA LTDA	SOCIEDAD
0991281681001	METRO CELULAR METROCEL S.A.	AV E ESPEJO TERM TERR	LAÑADO CASTRO MARIA ELENA	SOCIEDAD
1091710257001	TABORDA QUINCENO ROSA ELVIRA	BOLIVAR 07-053	TABORDA QUICENO ROSA ELVIRA	NATURAL
1091710257001	TABORDA QUINCENO ROSA ELVIRA	BOLIVAR 07-053	TABORDA QUICENO ROSA ELVIRA	NATURAL
1090055433001	DINALLANTA CIA LTDA	AV M ACOSTA 20-080	DINALLANTA CIA LTDA ALMACEN	SOCIEDAD
0992310316001	INTERMEGA S.A	OLMEDO 07-74	OLIVA GARCIA CARLOS SAMUEL	SOCIEDAD
1790004759001	ECUACOLOR LABORATORIO FOTOGRAFICO S.A.	VELASCO 7-90	TOBAR CUCALON ANTONIO ALBERTO	SOCIEDAD
1091707671001	IMDEPRAL S A	LATACUNGA 01-138	VEGA VILLAGRAN EDGAR EFRAIN	SOCIEDAD
0992239727001	ORUELSA S.A	PANA SUR KM 2	KUFFO LAYAMA ANTONIO FELIPE	SOCIEDAD
0990093490001	BOLIVAR CIA DE SEGUROS DEL ECUADOR S A	AV M ACOSTA 22-008	ARMIJOS JARAMILLO JHYMER EDUARDO	SOCIEDAD
1091716956001	TRANSPORTES IMBABURA TRANSAPROPA S.A.	AV E ESPEJO 10-066	AYALA VALENZUELA EDISSON RAMIRO	SOCIEDAD
1090105716001	TRANSPORTES TRANSMULTICARGAS AMAZONAS C LTDA	O MOSQUERA Y J ATABALIPA	SANTACRUZ SEVILLA JOSE MIGUEL	SOCIEDAD
1091717014001	TRANSPORTES UNION IMBABUREÑA TRANSUNIBUR S A	BOLIVAR 10-087	MICHILENA MORENO CARLOS ENRIQUE	SOCIEDAD
1791765842001	ECUAWAGEN S.A	AV M ACOSTA 19-045	LUNA LALAMA DIEGO MEDARDO	SOCIEDAD
1791753453001	ODEGREF CELULAR ON LINE S A	OLMEDO 10-069 COM IBA 05	OTERO MALDONADO FELIPE	SOCIEDAD
1090067563001	FLORALP S A	PRINC PACCHA 05-163	PURTSCHERT HOLLENTEIN RUDOLF	SOCIEDAD
1390000991001	INDUSTRIAS ALES CA	LUCIO TARQUINO PAEZ 4-13	DIAZ GAVILANEZ ANGEL PATRICIO	SOCIEDAD

1090083224001	SOCIEDAD CIVIL MED-IBARRA	JACINTO EGAS 1-83	SOCIEDAD CIVIL MEDIBARRA	SOCIEDAD
0990006687015	AGRIPAC S A	AV C DE TROYA 08-083	AGRIPAC SA	SOCIEDAD
0990006687015	AGRIPAC S A	AV C DE TROYA 08-083	AGRIPAC SA	SOCIEDAD
0990006687015	AGRIPAC S A	AV C DE TROYA 08-083	AGRIPAC SA	SOCIEDAD
1790245217001	COMPANÍA INTERNACIONAL DE MAQUINAS COPIADORAS C.A.	CHICA NARVAEZ 05-036	DONOSO CHIRIBOGA SANTIAGO	SOCIEDAD
1090105171001	INTIPUNGO TURISMO INVIAJES CIA LTDA	ROCAFUERTE 06-008	DAVILA BENITEZ CELIA CRISTINA DE LOS ANGELES	SOCIEDAD
1090107948001	COOP DE TRANSPORTE EN TAXIS INTITAXI	PRINC PACCHA (PARQUE)	COOP DE TRANSPORTE EN TAXIS INTITAXI	SOCIEDAD
1791912640001	INTEM S A INTERMEDIARIOS EMPRESARIALES	OLMEDO 11-067	ORTIZ CEVALLOS JORGE ROBERTO	SOCIEDAD
1091721402001	JARAMILLO ARQUITECTURA INGENIERIA & CONSTRUCCION A	OLMEDO 05-79	MANTILLA ALZAMORA MAGARITA CLEMENCIA	SOCIEDAD
1791415132001	INT FOOD SERVICES CORPORATION	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	TELLO NUÑEZ FRANKLIN ALBERTO	SOCIEDAD
1091720287001	LA ESPERANZA DE PUYABURO S A	CHICA NARVAEZ 3-69	CHACON BASTIDAS ANDRES FELIPE	SOCIEDAD
0990633436003	LA GANGA	OLMEDO 08-94	LA GANGA SN	SOCIEDAD
1792021618001	SOCIEDAD DE HECHO GLOBAL FRANCHISES	AV M ACOSTA CC LA PLAZA 06	GARCIA BECERRA RICARDO ANTONIO	SOCIEDAD
1791705726001	LAAR COURIER EXPRESS	COLON 7-44	LAAR COURIER EXPRESS	SOCIEDAD
1091710125001	LABORATORIO DENTAL PREMIER CIA LTDA	RIO TUMBEZ 2-22	AGUIRRE AGUIRRE MIGUEL ANGEL	SOCIEDAD
1091708414001	COOP DE PRODUC ECUAT DE TRAB IND ASOC CETAS	CAMINO DE LOS GALEANOSEJIDO IBARRA S/N	ARCINIEGA CASTRO SONIA DE LOURDES	SOCIEDAD
1090105872001	LATINOAMERICANA DE LICORES LAIROM	AV RETORNO OFC.J.EGAS A.11- 54	ROSALES BURBANO PEDRO MANUEL	SOCIEDAD
0992255013001	NETW ORK SISTEM LANSISTEM S A	FLORES 09-054	CHOEZ ORTIZ FLOR MARIA	SOCIEDAD
1090109665001	LAVANDERIAS DEL NORTE S A LAVANOR	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	AGUIRRE ESPINOSA JUAN ALFREDO	SOCIEDAD
1790027864001	LEVAPAN DEL ECUADOR S A	AV RETORNO 27-098	DELGADO ALMEIDA MILTON GUSTAVO	SOCIEDAD
0190005135001	DON BOSCO COMUNIDAD SALESIANA SOC HECHO	O MOSQUERA 04-039	EDITORIAL DON BOSCO	SOCIEDAD
1791304764001	FUNDACION JESUS DE LA MISERICORDIA	GARCIA MORENO 5-68	GALEANO YANEZ FAUSTO RENE	SOCIEDAD
1091712454001	SOCIEDAD DE COMERCIO LIBRERIA Y PAPELERIA GENESIS	ROCAFUERTE 07-079	FERNANDEZ OBANDO GABRIELA DE LOURDES	SOCIEDAD
1090001392001	INDUSTRIA LICORERA Y EMBOT DEL NORTE S.A. ILENSA	MARIANO PEÑAHERRERA 2-57	VILLEGAS POSADA JORGE ENRIQUE	SOCIEDAD
1091712276001	MOLINA MARIN MARTHA LILIANA	SANCHEZ Y C 14-037	MOLINA MARIN MARTHA LILIANA	NATURAL
1091705547001	SERVIBASIC CIA.LTDA.	AV RIVADENEIRA 3-44	CRESPO BRAVO LUIS IVAN	SOCIEDAD
1091705547001	SERVIBASIC CIA.LTDA.	AV RIVADENEIRA 3-44	CRESPO BRAVO LUIS IVAN	SOCIEDAD
1091716794001	SEDUCTION UNDERWEAR	AV T GOMEZ 07-34	ALVAREZ MANOSALVAS AIDA MAGALI	SOCIEDAD
1791802330001	SALA DE BINGOS COTOCOLLAO S.A.	OLMEDO 10-069 COM IBA	OSORIO CASALLAS JULIO CESAR	SOCIEDAD
1791338898001	ENMARAN CIA LTDA	PEDRO MONCAYO 07-39	PINOS RODRIGUEZ OSCAR TEODORO	SOCIEDAD
1091719211001	PLOTT COM	GARCIA MORENO 6-80 Y	PROAÑO CALDERON FERNANDO JAVIER	SOCIEDAD

		OLMEDO		
1791956443001	AYALA AYALA ASOCIACION EN CUENTAS EN PARTICIPACION	AV C DE TROYA 09-031	AYALA BEDON LUIS GUSTAVO	SOCIEDAD
1091722336001	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE TANGUAR	S ANT 27 NOVBR 08-068	BUITRON RUBIO GERMAN ARTURO	SOCIEDAD
1091701215001	QUIMICOS DE LOS LAGOS CHEMLAKE CIA LTDA	AV T GOMEZ 07-42	TAMAYO GUERRERO EDWIN ANIBAL	SOCIEDAD
1091710273001	CORPREEC	OVIEDO 08-13	LOPEZ POZO MARCO ANTONIO	SOCIEDAD
1091717871001	FUNERARIA BOSMEDIANO ASOCIADOS COMPAÑIA LIMITADA	AV T GOMEZ 02-63	FUNERARIA BOSMEDIANO ASOCIADOS COMPAÑIA LIMITADA	SOCIEDAD
1791299175014	BANCO CENTRO MUNDO	OLMEDO 11-054	GANDARA CAMERON JORGE GONZALO	SOCIEDAD
1790844463001	TARJEAL CIA LTDA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	AYALA ROJAS RUBEN DARIO	SOCIEDAD
1091722190001	LOS QUIPUSTRANS TRANSPORTE ESTUDIANTIL S A	LA FLORIDA LOS LIRIOS FRE CENTR REHAB ALCOHOLICOS	HIDROBO HIDROBO MARCO ANTONIO	SOCIEDAD
1091719203001	MACROEQUIPOS CIA LTDA	MEJIA 9-15	ORTEGA ANDINO JORGE ESTUARDO	SOCIEDAD
0190001490001	MARCIMEX S A	OLMEDO 09-048	POZO VARGAS GRACE MARGARITA	SOCIEDAD
1091716808001	MANTENIMIENTO SERVICIO Y CONSTRUCCIONES MASERINCO	BOLIVIA 7-16	MORENO CARRILLO JOSE ELIAS	SOCIEDAD
1091720252001	ACABADOS EL CONSTRUCTOR	AV RIVADENEIRA 6-027	RIVADENEIRA REINA MERY MARLENE	SOCIEDAD
1091721747001	MAXSERCON MAXIMO SERVICIO Y CONSTRUCCION CIA LTDA	PARAGUAY 4-85	YASELGA TERAN YOLANDA DE LAS MERCEDES	SOCIEDAD
1091719904001	FULL TRACCION MECANICA INDUSTRIAL	NICOLAS GOMEZ TOBAR 30-49	VALLEJOS VILLEGAS SAUL EDUARDO	SOCIEDAD
1791287541001	MEGADATOS S. A.	BOLIVAR 08-017	MICHELOTTI FABIO	SOCIEDAD
1091711032001	MEGATOURS VIAJES Y TURISMO CIA.LTDA.	AV FRAY VACAS GALINDO 7-02	VINUEZA MONTALVO VICTOR NELSON	SOCIEDAD
1792071984001	SHEMLON S A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	CAMPAÑA CHUM JUAN PABLO	SOCIEDAD
1792083931001	MIGUEL NIETO INTERNACIONA CIA LTDA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	MIGUEL NIETO INTERNATIONAL CIA LTDA	SOCIEDAD
1091706357001	SOCIEDAD CIVIL COLECTIVA BENAVIDES Y ENDARA	EL OLIVO ALTO	ENDARA BECERRA MARCELO FERNANDO	SOCIEDAD
1091723340001	SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL MULTIENVIOS	A MONCAYO 2-055	ACELDO TOROMORENO BYRON ANDRES	SOCIEDAD
1791353978001	MULTITRANSPORTE DE CARGA	AV C DE TROYA 09-090	ZARATE BOLAÑOS CARLOS ERNESTO	SOCIEDAD
1091716999001	TRANSPORTES Y SERVICIOS MUNDYEXPRESS CIA LTDA	OLMEDO 07-82 Y OVIEDO	REALPE LOPEZ PIEDAD DEL ROCIO	SOCIEDAD
1090056286001	ASOCIACION MUTUALISTA IMBABURA	OVIEDO 07-31	ASOCIACION MUTUALISTA IMBABURA	SOCIEDAD
1790075494001	ASOCIACION MUTUALISTA PICHINCHA PARA LA VIVIENDA	AV A PEREZ G 05-032	HERRERA VACAS PEDRO JAVIER	SOCIEDAD
1091714252001	AGENCIA DE VIAJES OPERADORA INTERNACIONAL YURIBARR	RIO CHAMBO 4-041	NARVAEZ VACA FABIAN ENRIQUE	SOCIEDAD
1091718916001	NIKO AUTOMOTRIZ NIKAUTO CIA LTDA	AV M ACOSTA 15-077	BENALCAZAR MUÑOZ MARCELO ANDRES	SOCIEDAD
1091720961001	TELEFONIA CELULAR CESAR ERAZO CIA LTDA	PEDRO MONCAYO 05-31	YEPEZ MONTALVO MONICA JEANETH	SOCIEDAD
1091719785001	NORLLANTAS CIA LTDA	AV C DE TROYA 10-141	LALAMA PROAÑO VINICIO ALEJANDRO	SOCIEDAD

1091717898001	NORPHONE CIA LTDA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	CAMPOVERDE BERRU LILA MARIA	SOCIEDAD
1090103322001	GRUPO NORTE S A GRUNORSA	AV M ACOSTA 19-045	AMADOR VILLALBA THAUFIK JOSE	SOCIEDAD
1091717529001	LABORATORIO CLINICO COMPUTARIZADO NOVALAB	VICTOR GOMEZ JURADO SN	MINA ANDRADE LUIS FERNANDO	SOCIEDAD
1791362373001	CENTRO VISION CIA. LTDA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	MANRIQUE SANTANA TAMARA VERONICA	SOCIEDAD
0992413077001	MULTIOPTICAS INTERNACIONAL S A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	ALFARO VASQUEZ DIEGO ALFONSO	SOCIEDAD
0990043027001	ICESA S A	VELASCO 7-37	MARTINEZ FIGUEROA HECTOR GONZALO	SOCIEDAD
1090063932001	PALACARA SA	SALINAS VIA SAN LORENZO	MARRACO DE LOS ARCOS ANTONIO	SOCIEDAD
1790139719001	PANADERIA Y GALLETERIA ARENAS CIA LTDA	AV M ACOSTA 23-011	HECHT ZENTNER ESTEBAN LEOPOLDO	SOCIEDAD
1790937208001	PROVESUM	CHICA NARVAEZ 07-024	PROVESUM COOR	SOCIEDAD
1090006033001	PARQUE INDUSTRIAL IMBABURA S A	OVIEDO 07-31	ALBUJA CHAVES JOSE ABELARDO	SOCIEDAD
1791807529001	PAYLESS SHOESOURCE ECUADOR CIA LTDA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	PAYLESS SHOESOURCE ECUADOR CIA LTDA CIA LTDA	SOCIEDAD
1091712101001	ASOCIACION LIBERTAD DE COMERCI	MERC/AMAZ/ABIE 232 233 234 A	ASOCIACION LIBERTAD MERCADO AMAZONAS	INFORMAL
1791917103001	COMPAÑIA DE PROD GRAF PER LA VERDAD S.A	FLORES 05-042	FLORES NICOLALDE WILSON FABIAN	SOCIEDAD
1091719181001	ESPINOVERDE CIA LTDA	CHICA NARVAEZ 06-042	VILLARREAL NICARAGUA ESTHER VERONICA	SOCIEDAD
0990907226001	EMPRESAS INCORPORADAS EMICOPSA C A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	BARAHONA DAVILA NELLY PATRICIA	SOCIEDAD
1791350308001	REPRESENTACIONES CELULARES GUERRERO & RODRIGUEZ CI	AV RIVADENEIRA Y AV M ACOSTA	RODRIGUEZ RICAURTE MAURICIO XAVIER	SOCIEDAD
1091716824001	CONECTACEL CIA LTDA	OLMEDO 08-54	GOMEZJURADO SUBIA FRETTHMAN MAURICIO	SOCIEDAD
1791413237001	SUPERDEPORTE CIA LTDA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	CORRAL ALBAN FAUSTO FERNANDO	SOCIEDAD
1091716522001	PRESTACION Y SERVICIOS TEMPORALES DE TRABAJO S A	OVIEDO 07-39	HERBOZO CUEVA ELIANA FLORINA	SOCIEDAD
1091714880001	DESARROLLO DE LA PRODUCCION DE CARNICOS SANOS	B GARCIA 06-060	BRAVO MARTINEZ JUAN ALEJANDRO	SOCIEDAD
1091717642001	PILONERA DEL NORTE S A PILNORTE	PANA SUR KM 2 SAN AGUSTIN	PEREZ REINA FERNANDO PATRICIO	SOCIEDAD
1091705520001	SEVAGRONOR S.C.	AV C DE TROYA 11-074	ESPARZA CISNEROS PETRONIO ANTONIO	SOCIEDAD
1090110264001	INDUSTRIAL PRODUCTOS EL CHINITO SCC	EL ORO H F AZAYA S/N	ROMO MOLINA JUAN CARLOS ING.	SOCIEDAD
1091721690001	HARDSOFT ECUADOR CIA LTDA	J ATABALIPA 05-73	VILLARRUEL RIVERA BENITO MAURICIO	SOCIEDAD
1090105945001	COMERCIAL CONRAQUI	COLON 3-38	MONTENEGRO TERAN FERNANDO RAUL	SOCIEDAD
1091719467001	PROHIMEX CIA LTDA	SANCHEZ Y C 17-082	PROAÑO LOPEZ FERNANDO JAVIER	SOCIEDAD
1790062929001	PROINCO SOCIEDAD FINANCIERA S A	AV M ACOSTA 21-066	BENALCAZAR PABON MARCELO VICENTE	SOCIEDAD
1390143075001	PROTECCION SISTEMAS Y VIGILANCIA PROSVIG CIA LTDA	PEDRO MONCAYO 05-64	ORTIZ MORALES EDUARDO VICENTE	SOCIEDAD
1091716530001	PROVEEDORA MANTILLA S.A. PROVEMANSA	O MOSQUERA 01-059	MANTILLA PERUGACHI WILSON PATRICIO	SOCIEDAD
1091716859001	COMPAÑIA DE TRANSPORTES EN VOLQUETAS	EJIDO CARANQUI	VALLEJO MONTALVO HONORIO NAPOLEON	SOCIEDAD
1790015424001	QUITO MOTORS S.A.C.I	AV M ACOSTA 27-176	ALBORNOZ VORBECK ESTEBAN	SOCIEDAD

1090105082001	CHICAIZA PAREDES MARCO	SUCRE 03-69	CHICAIZA PAREDES MARCO	OBLIGADA
1790209113001	EDITORES MMA ASOCIADOS C.LTDA.	FLORES 11-059	CASTRO VILLACRES OSCAR ALFONSO	SOCIEDAD
1791245490001	RADIO HIT S.A RADIO SONIDO AS	OLMEDO 11-107	COSTTA GARCIA ANGEL LUIS	SOCIEDAD
1090110124001	COMUNICACIONES DEL NORTE CODELNORTE S A	GONZALO GOMEZ J	COMUNICACIONES DEL NORTE CODELNORTE S A	SOCIEDAD
1791319362001	CONSTRUCCIONES E IMPORTACIONES CARGA AREA EXPOCOME	SANCHEZ Y C 18-119	CEVALLOS MANTILLA GUILLERMO ALFREDO	SOCIEDAD
1090106267001	RAPID PHOTO	SANCHEZ Y C 11-036	RAPID PHOTO	SOCIEDAD
1090074942001	RECONSTRUCTORA MOTORES CASTILLO REMOTCAS CIA LTDA	TROYA 5-269	CASTILLO VALLEJO LUIS EDUARDO	SOCIEDAD
1090055425001	IMPORTADORA PINEDA CIA LTDA	AV RIVADENEIRA 6-044	IMPORTADORA PINEDA CIA LTDA	SOCIEDAD
1091708236001	ANDEANTRUCKS CIA LTDA	OVIEDO 07-31	ANDEANTRUCKS CIA LTDA	SOCIEDAD
1091722719001	CORP EMJ RUEDAMAS CIA LTDA	AV M ACOSTA 21-033	MONCAYO JARAMILLO FAUSTO LEONARDO	SOCIEDAD
1091711202001	SERVICIOS DE ASISTENCIA MEDICA INMEDIATA	SUCRE 14-085	ACOSTA COBA MARIO HOMERO	SOCIEDAD
1791401336001	COMERCIALIZADORA GODOY RUIZ S.A	SANCHEZ Y C 19-115	MORENO GUAMANGALLO EDISON MARCELO	SOCIEDAD
1791892046001	COOMULTREEV ECUADOR SA	LUIS F BORJA 02-018	ROJAS OLIVERA JUAN CELESTINO	SOCIEDAD
1091721259001	COMPANIA DE SERVICIOS DE ENCOMIENDAS SEGURCORREO C	EDUARDO ALMEIDA 2-043	JATIVA HERNANDEZ LUIS JORGE WASHINGTON	SOCIEDAD
1791400593001	SERVICIOS DE SEGURIDAD ARMILED CIA LTDA	LA FLORIDA CALLE PRINCIPAL 3-30	MIRANDA SAMANIEGO GUILLERMO ALEJANDRO	SOCIEDAD
1091715321001	DELTA SEGURIDAD PRIVADA DESEGRI CIA LTDA	GARCIA MORENO 1-09	JARAMILLO TAMAYO MONICA PAMELA	SOCIEDAD
1090109495001	COMPANIA DE SEGURIDAD PRIVADA COPRISEG CIA LTDA	MEJIA 9-15	COMPANIA DE SEGURIDAD PRIVADA COPRISEG CIA LTDA	SOCIEDAD
1091702424001	SEGURIDAD PRIVADA IMBABURA CIA LTDA	J F BONILLA 02-39	OLEAS ALDAZ TOMAS RICARDO	SOCIEDAD
1090083631001	INTEROCEANICA CIA A DE SEG Y R	OVIEDO MUT OFI 402	PROAÑO BONILLA MARIO FERNANDO	SOCIEDAD
1791240014001	COLONIAL COMPANIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S A	AV CAMILO PONCE S/N FRENTE AEROPUERTO	MANTILLA FERNANDO ESTEBAN	SOCIEDAD
1091717189001	SERVICIO DE ALIMENTACION	OVIEDO 05-35 Y SUCRE	OCHOA INIGUEZ SUSANA DEL ROCIO	SOCIEDAD
1091721585001	COMPANIA DE TRANSPORTE PUNTO AZUL TRANSPAZUL CIA L	SAN CRISTOBAL ALTO	VALLEJO PAZ REINALDO RAFAEL	SOCIEDAD
1090061549001	COOP DE TRANSPORTES AEROTAXI	AV M ACOSTA 11-002	GALIANO ANDRADE HECTOR RICARDO	SOCIEDAD
1091700723001	AGRICOLA ALVER ASOCIADOS S C	AV C DE TROYA 09-183	ALMEIDA VINUEZA ERNESTO IVAN	SOCIEDAD
1091712349001	OASISTURIS SA	LATACUNGA 10-41	NEGRETE SUAREZ EDGAR ANIBAL	SOCIEDAD
1790363333001	ECUASANITAS SA	AV RIVADENEIRA SN BAJOS HOTEL MONTECARLO	AVILA RIVAS PATRICIO ALEJABNDRO	SOCIEDAD
1091702076001	SERWAY SERVICIOS ODONTOLOGICOS WAY CIA.LTDA.	OVIEDO WAY OFI 202	SERWAY SERVICIOS ODONTOLOGICOS WAY CIA.LTDA.	SOCIEDAD
1791398246001	EXTERNALIZACION DE SERVICIOS S A EXSERSA	OLMEDO 11-067	EXTERNALIZACION DE SERVICIOS S A EXSERSA	SOCIEDAD

0991285679001	SERVIENTREGA ECUADOR S A	AV M ACOSTA 15-087	ORBE LLANO YOLANDA MARIA	SOCIEDAD
1091718037001	SERVICIOS PROFESIONALES EN EXCELENCIA SERVIPROFESE	BOLIVAR 10-039	CIFUENTES MUÑOZ EDGAR PATRICIO	SOCIEDAD
0992402059001	SHAJANA S.A	AV M ACOSTA 15-041	CALDERON GOMEZ JUAN BAUTISTA	SOCIEDAD
1091721453001	SHOPPINGMALL ADMINISTRACION S A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	AMADOR VILLALBA PABLO DAMIAN	SOCIEDAD
1791257049001	SALUD S A	AV T GOMEZ 05-38	SALUD SA	SOCIEDAD
0992153792001	SOLUTIONS FOR MANY GENERATIONS SMG CORPORATION S A	AV RETORNO 13-131	PORRAS MUÑOZ EDUARDO	SOCIEDAD
1091705504001	SOCIEDAD PEGASUS	VELASCO 7-83 OFC.107	MORALES MEJIA ROSA XIMENA	SOCIEDAD
1791281322001	BANCO SUDAMERICANO S A	AV A PEREZ G 09-141	CAMACHO GARCIA LUIS PORFIRIO	SOCIEDAD
1790016919001	SUPERMERCADOS LA FAVORITA C A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	AYALA ESTRELLA JOSE CRISTOBAL	SOCIEDAD
1090053449001	TACA TRANSPORTES ANDINA C A	L C BORJA 03-51	GARCIA POZO OSCAR GUSTAVO	SOCIEDAD
1091707450001	BARRAGAN GUTIERREZ JOSE RICARDO	ZENON VILLACIS 4-35	BARRAGAN GUTIERREZ JOSE RICARDO	NATURAL
1091717782001	CARLOSAMA CUASPA JOSE LIBARDO	AV M ACOSTA 26-098	CARLOSAMA CUASPA JOSE LIBARDO	NATURAL
1091716670001	TAPICES & COLORES SOCIEDAD DE HECHO	O MOSQUERA 06-044	GOMEZ SALAZAR MARGARITA DE LOS ANGELES	SOCIEDAD
1090094676001	COOP DE TRANSP RUTAS DE IMBABURA	AV A PEREZ G Y BOLIVAR	PULE GUERRERO MEDARDO AUSIMARO	SOCIEDAD
1090048054001	COOP DE TAXIS SUCRE DE IBARRA	BOLIVAR Y TROYA	MOLINA ROSERO ESTHER BERSABE	SOCIEDAD
1091701568001	COMPAÑIA DE TAXIS FLORITAXI	PANA SUR KM 1	ESPINOSA RIVADENEIRA HUGO MARCO TULIO	SOCIEDAD
1090105481001	TRANSPORTES ECOTRANS C A	GARCIA MORENO Y ROCAFUERTE	ESPINOZA SARZOSA HERMEZ MARCELO	SOCIEDAD
1091709011001	TURISLAGO C A	TOBIAS MENA 16-61	PALACIOS AGUILAR LUIS ERNESTO	SOCIEDAD
1090065900001	COOP DE TAXIS YAHUARCOCHA	AV RIVADENEIRA Y AV MARIANO AC	ANDRADE JOSE CAMILO	SOCIEDAD
1090049441001	COOP DE TAXIS IBARRA	PEDRO MONCAYO Y SUCRE	LASTRA MINDA SEGUNDO MARCELO	SOCIEDAD
1090009296001	COOP DE TAXIS 9 DE OCTUBRE	FLORES Y SANCHEZ Y C	CALDERON VALLEJOS LUIS ALFONSO	SOCIEDAD
1090109789001	COMPAÑIA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS UNIVE	AV J GUZMAN RUEDA (FRENTE U.CATOLICA)	MUÑOZ CAIZA CARLOS MARCELO	SOCIEDAD
1090007811001	COOP DE TAXIS PEDRO MONCAYO	FLORES Y BOLIVAR	PUGA REVELO JUAN CARLOS	SOCIEDAD
1090047058001	COOP DE TAXIS AV PICHINCHA	BOLIVAR Y O MOSQUERA	COOPERATIVA DE TAXIS AV PICHINCHA	SOCIEDAD
1090057576001	COOPERATIVA DE TRANSPORTES	CHICA NARVAEZ Y MARIANO ACOSTA	COOPERATIVA DE AUTOMOVILES PASQUEL MONGE	SOCIEDAD
1090082740001	COOP DE TAXIS REGIONAL IBARRA	AV F VACAS G Y AV M ACOSTA	NARVAEZ USIÑA JAIME ARMANDO	SOCIEDAD
1090107611001	COOP DE TAXIS 17 DE JULIO	AV M ACOSTA Y AV CAMILO PONCE	PULE GUERRERO WILTON HERNAN	SOCIEDAD
1090096008001	COOP DE TAXIS 25 DE DICIEMBRE	AV T GOMEZ Y AV ATAHUALPA	ROCHA ESPINOZA MARCELO JAVIER	SOCIEDAD

1090007102001	COOP DE TAXIS CIUDAD BLANCA	AV A PEREZ G Y SANCHEZ Y C	PILATAXI GAVILIMA SEGUNDO HUGO	SOCIEDAD
1090106844001	COOP DE TAXIS CRUZ VERDE	AV RETORNO Y AV T GOMEZ	COLIMBA TAPIA FREDDY BOLIVAR	SOCIEDAD
1090107468001	COMPANIA DE TAXIS CUATRO ESQUINAS CIA LTDA	H GONZALEZ DE S/N Y AV	TERAN ORTEGA JORGE ANIBAL	SOCIEDAD
1090059706001	COOP DE TAXIS GERMAN GRIJALVA	SANCHEZ Y C Y RAFAEL	VASQUEZ GUDIÑO RUBEN ALEXANDER	SOCIEDAD
1090093556001	COOPERATIVA DE TAXIS JESUS DEL GRAN PODER	EJIDO DE IBARRA S/N PARQUE	ACOSTA PALOMEQUE JUAN ALBERTO	SOCIEDAD
1090079464001	COOP DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS LOS C	AV RETORNO Y RIO	QUINTANA FLORES JULIO EDMUNDO	SOCIEDAD
1090014710001	COOP DE TAXIS MARIANO ACOSTA	AV V M GUZMAN Y AV C	CUASQUER BENAVIDES CARLOS RAUL	SOCIEDAD
1090058661001	COOP DE TAXIS NORT PACIFICO	O MOSQUERA Y AV E ESPEJO	COOPERATIVA DE TAXIS NORT PACIFICO	SOCIEDAD
1090090700001	COOP DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXI SAN	LUIS VARGAS T Y AV	HERRERA LOPEZ EDISON PATRICIO	SOCIEDAD
1090109770001	SANTIAGO DEL REY COMPANIA ANONIMA SANTIREY	JUAN MONTALVO Y PEDRO	YAMBERLA COLLAGUAZO SEGUNDO FABIAN	SOCIEDAD
1090108138001	COOP DE TAXIS SELVA ALEGRE	AV T GOMEZ Y AV E ESPEJO	ENRIQUEZ ROSERO MILTON REMIGIO	SOCIEDAD
1090043494001	COOP DE TAXIS SIMON BOLIVAR	J ATABALIPA Y O MOSQUERA	COOPERATIVA DE TAXIS SIMON BOLIVAR	SOCIEDAD
1090107034001	TRANSPORTES SUTAXI C A	RAFAEL SANCHEZ 2-072	FLORES SUAREZ EDWIN GIANNI	SOCIEDAD
1791395352001	ANDINATEL S A	SUCRE 04-56	TADEO TADEO PATRICIO ROBERTO	SOCIEDAD
1791395808001	TELESHOP CIA LTDA	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	CORRAL ALBAN FAUSTO FERNANDO	SOCIEDAD
1790896544001	TELEVISION Y VENTAS TELEVENT SA	AV A PEREZ G 05-045	SOLAH FERRI SAADIN	SOCIEDAD
0991443630001	REFERTOP S A	FLORES 11-075	GUEVARA ROBLES SONIA DE LAS MERCEDES	SOCIEDAD
1091722018001	COMPANIA TERCERIZADORA DEL NORTE TERCINORTE	JULIO ZLDUMBIDE 3-35	VILLARREAL BENAVIDES PILI MILITA	SOCIEDAD
0991286403001	TRANSFERUNION S A	AV A PEREZ G 07-079	AYALA MOLINA JOSE MARTIN	SOCIEDAD
1091709895001	TRANSPORTE Y COMERCIO MERCADO MAYORISTA	13 DE ABRIL S/N	TRANSPORTE Y COMERCIO MERCADO MAYORISTA	SOCIEDAD
1091711539001	UNIVOLQUETAS S A	AV A PEREZ G 08-112	LOPEZ SANCHEZ JOSE RAFAEL	SOCIEDAD
1090075078001	COOP DE TRANSPORTE DE CARGA BRISAS DEL MAR	COLON Y AV E ESPEJO	COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE CARGA	SOCIEDAD
1091705059001	ANDRANGO JOSE ANTONIO CIA LTDA	AV A PEREZ G 10-001	JOSE ANTONIO ANDRANGO CIA LTDA	SOCIEDAD
1791357396001	TRAMACOEXPRESS CIA LTDA	SUCRE 09-066	TRAMACO EXPRESS CIA LTDA	SOCIEDAD
1091718665001	COMP. DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA	L C BORJA 05-71	TAMAYO GUERRERO BYRON GERMAN	SOCIEDAD
1090106879001	TRANSP. DE ENCOMIENDAS Y ENVIOS EXPRESOS TE	OVIEDO 10-37	PEÑAFIEL VACA MARCELO EFRAIN	SOCIEDAD
1090106739001	COMP. DE TRANSP. EN TAXIS POSSO SALGADO	AV 17 DE JULIO FRENTE UTN	COMPANIA DE TRANSPORTE EN TAXIS POSSO	SOCIEDAD
1091712179001	TURISCOLAR C A	EDUARDO ALMEIDA 2-037	JATIVA HERNANDEZ LUIS JORGE WASHINGTON	SOCIEDAD
1091713159001	TRANS SERVICE CONFORT CIA LTDA	SUCRE 29-038	TRANS SERVICE CONFORT CIA LTDA TRANS	SOCIEDAD
1091722352001	COMP. DE TRANSP. ESCOLAR SAN LUIS DEL RETORN	H GONZALEZ DE 06-057	ANDRADE PLASENCIA MIGUEL ANGEL	SOCIEDAD
1091720384001	COMP. DE TRANSP. ESCOLAR OLIVOSCOLAR SOCIEDA	AV 17 DE JULIO 02-196	CARRERA ERAZO ROCIO DEL CARMEN	SOCIEDAD
1090058491001	COOP DE TRANSPORTE DE PASAJEROS LA ESPERANZA	RAFAEL LARREA	COOPERATIVA DE TRANSPORTE LA ESPERANZA	SOCIEDAD
1091710540001	COMPANIA DE TRANSPORTE CATLI S.A.	CAMINO DE LOS GALEANOS SN	ARCINIEGA CALDERON CESAR ALFREDO	SOCIEDAD
1090106720001	TRANSPORTES TRANSFERRO CIA LTDA	AV A PEREZ G S/N Y L.C BORJA	FRANCO TORRES VICTOR HUGO	SOCIEDAD
1091709704001	GLT LOGISTIC EXPRESS S.A.	AV F VACAS G 4-011	GODOY PASPUEL SHOFRE JAVIER	SOCIEDAD
1791823060001	COMPANIA DE TRANSPORTES LA ARMENIA	AV F VACAS G 4-054	PANTOJA BENAVIDES SEGUNDO BOLIVAR	SOCIEDAD
1091710664001	TRANSP. DE MATERIAL IMBAB PARA LA CON S A TRAN	AV E ESPEJO 07-010	GRIJALVA CEVALLOS THELMO ELIAS	SOCIEDAD

1090062111001	COOP DE TRANSP. EN CAMION UNION Y PROG	SANCHEZ Y C Y O MOSQUERA	COOP DE TRANSPORTE DE CARGA EN CAMION	SOCIEDAD
1091702378001	COMP. DE TRANS. RUTAS UNION SALINAS CIA LTD	SALINAS	OÑATE FERIGRA ANA MARIELA	SOCIEDAD
1091712039001	COMPANÍA DE TRANSPORTES EN TAXIS AZAYA S.A.	LATACUNGA Y SANTACRUZ SN	COMPANÍA DE TRANSPORTES EN TAXIS AZAYA S A	SOCIEDAD
1091716735001	TRANSPORTES HERNANDEZ CIA LTDA	B CARRION 01-040	HERNANDEZ MENESES LUIS ROBERTO	SOCIEDAD
1091716352001	TRANSPORTES IMBACARCHI IB S.A	RIO CHINCHIPE 7-195	POSSO LARA LUIS ANTONIO	SOCIEDAD
1790902668001	TRANSPORTES POZO AGUIRRE CL	LUIS VARGAS T 2-05	POZO ZULETA HUGO FERNANDO	SOCIEDAD
1090105678001	COMP. DE TRANS. PESADO INTEG ANDINA TRAPIAN	AV F VACAS G 4-082	HURTADO ARMAS LUIS ALFREDO	SOCIEDAD
1091712519001	COMP. DE TRANS. PESADO LIDERES DEL NORTE IM	AV M ACOSTA 26-112	VALENCIA BENAVIDES GUSTAVO PLUTARCO	SOCIEDAD
1791415124001	TROPI INTERNATIONAL ASSOCIATES S A	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	TELLO NUÑEZ FRANKLIN ALBERTO	SOCIEDAD
1790896269001	TEVECABLE S A	AV M ACOSTA 17-067	SCHWARTZ REBINOVICH JORGE BENITO	SOCIEDAD
1090019798001	UNION DE COOP. AGROPÈCUARIAS DEL NORTE	RAFAEL LARREA 11-29	ESCOBAR RUIZ AURA RUBY	SOCIEDAD
1091708686001	SOLCA IBARRA	AV ATAHUALPA 24-025	MORAN MADERA SILVIO ABELARDO	SOCIEDAD
1091722204001	SISTEMAS DE AUTOMATIZACION Y CONTROL	GRIJALVA 5-70	POLO OBANDO NANCY VIOLETA	SOCIEDAD
1791312813001	URBANO EXPRESS S A RAPIEXX	OVIDEO 10-87	VASCONEZ LUIS FERNANDO	SOCIEDAD
1091715003001	VASSYSTEMS CIA. LTDA.	L BENALCAZAR 03-031	VASQUEZ RIVADENEIRA GUIDO ALFREDO	SOCIEDAD
1091721623001	CORPORACION BENITEZ PROAÑO CIA LTDA	AV M ACOSTA 29-087	BENITEZ ARIAS CESAR RAUL	SOCIEDAD
1091716492001	BRAVO HERRAJES S.C.C.	P RODRIGUEZ 3-035	CAICEDO BRAVO WASHINGTON RAMIRO	SOCIEDAD
1090055980001	ACOSTA DE YEPEZ E HIJOS,RUBY	OVIDEO 06-64	YEPEZ ACOSTA JORGE ALEJANDRO	SOCIEDAD
1090086606001	MAQUIAGRO CIA LTDA	AV C DE TROYA S/N	MAQUIAGRO CIA LTDA	SOCIEDAD
1790040968001	INDUSTRIAL DANEC S A	AV RETORNO 27-013 FRENTE	GUTT BRANDWAYN SALOMON	SOCIEDAD
1090077135001	IMBAUTO S A	AV M ACOSTA 22-008	AMADOR YEPEZ WILSON ERNESTO	SOCIEDAD
1091718606001	PROAÑO TRANSPORTE COMERCIO PROTAC CIA LTDA	ZOILA TAFUR DE PAZ 29-87	PROAÑO LOPEZ JIMY FABRICIO	SOCIEDAD
1790042944001	PANAMERICANA DE TRANSPORTE	AV M ACOSTA 26-051	PANAMERICANA DE TRANSPORTE PANAMERICANA	SOCIEDAD
1091711512001	CARLOSAMA CUASPA JOSE RODRIGO	AV C DE TROYA 04-015	CARLOSAMA CUASPA JOSE RODRIGO	NATURAL
1090084247001	HIDROCOM COMERCIAL HIDROBO CIA LTDA	AV M ACOSTA 20-120	HIDROBO ESTRADA ANGEL PATRICIO	SOCIEDAD
1791287835001	CONSORCIO DEL PICHINCHA S A CONDELPI	AV M ACOSTA 12-055	EGAS SOSA FIDEL ESTEBAN	SOCIEDAD
1091721925001	COMERCIAL ABEGAB CIA LTDA	AV M ACOSTA 11-080	ABEDRABBO TORRES DOMINIQUE	SOCIEDAD
1090088897001	COLEGIO DE ING CIVILES DE IMBA	AV RIVADENEIRA 5-010	MARTINEZ VEGA JACINTO POLO	SOCIEDAD
1091710354001	COMERCIAL YEPEZ CIA LTDA	AV RIVADENEIRA 6-069	COMERCIAL YEPEZ CIA LTDA	SOCIEDAD
1091720112001	VASQUIN CIA LTDA	AV E ESPEJO TERM TERR A 03	VASQUEZ RIVADENEIRA GUIDO ALFREDO	SOCIEDAD
1091701398001	PROSERCOM	SUCRE 10-057	PROSERCOM COOR	SOCIEDAD
1091706004001	ASOC. DE TRABAJADORES AGRICOLAS 28 DE OCT.	CHIRIGUASI	CUASQUE FARINANGO JOSE NICOLAS	SOCIEDAD
1091706004001	ASOC. DE TRABAJADORES AGRICOLAS 28 DE OCT.	CHIRIGUASI	CUASQUE FARINANGO JOSE NICOLAS	SOCIEDAD
1390060757001	DIPAC MANTA CIA LTDA	AV C DE TROYA 06-067	ORTEGA ALBONICO ANTONIO RODRIGO	SOCIEDAD
1091711253001	INMOBILIARIA IMBABIENES S A	GARCIA MORENO 5-68	INMOBILIARIA IMBABIENES S A	SOCIEDAD
1790359417001	ASOC DE GANADEROS SIERRA Y ORI	AV M ACOSTA 23-030	GRIJALVA COBO JUAN PABLO	SOCIEDAD
1091709976001	COMILLANTA JAUSA	AV T GOMEZ 16-09	COMILLANTA JAUSA	SOCIEDAD

1791383974001	COMPAÑIA TECNOHIDRO S.C.C	AV ATAHUALPA 16-136	CEVALLOS CABEZAS MARIA ELIZABETH	SOCIEDAD
1091705547001	SERVIBASIC CIA.LTDA.	CHICA NARVAEZ 02-088	CHIRIBOGA CARRERA RAUL ALFONSO	SOCIEDAD
1091705547001	SERVIBASIC CIA.LTDA.	CHICA NARVAEZ 02-088	CHIRIBOGA CARRERA RAUL ALFONSO	SOCIEDAD
1090105732001	MOTORES INTERNACIONALES MOINSA S A	AV M ACOSTA 22-008	AMADOR YEPEZ WILSON ERNESTO	SOCIEDAD
1091720996001	IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA MB SCC	AV M ACOSTA 15-057	MUÑOZ ANDRADE ANA ISABEL	SOCIEDAD
1090109886001	JARDIN DE PÁZ RUBY DE YEPEZ CIA LTDA	OVIEDO 06-70	YEPEZ ACOSTA JORGE ALEJANDRO	SOCIEDAD
0490001964001	INDUSTRIA LECHERA CARCHI	BOLIVAR 13-065	NUÑEZ MORENO MARCO ALFREDO	SOCIEDAD
1790012158001	EMP. DURINI INDUSTRIA DE MADERA C.A. EDIMCA	AV C DE TROYA 10-156	EMPRESA DURINI INDUSTRIA DE MADERA C A E	SOCIEDAD
1090075574001	AUTOVENTAS WAY W AMADOR Y S.A.	AV M ACOSTA 22-008	AMADOR VILLALBA SANTIAGO FELIPE	SOCIEDAD
1091719548001	DAVILA MARTINEZ CIA LTDA	SANCHEZ Y C 09-54	DAVILA MARTINEZ ANITA LUCIA	SOCIEDAD
1091719459001	MERCANTIL GARZON CIA LTDA	OLMEDO 11-046	GARZON RUALES GUILLERMO GIOVANY	SOCIEDAD
1791890973001	VANTTIVE CIA LTDA	PEDRO MONCAYO 03-53	QUELAL RAMIREZ VERONICA MARGARITA	SOCIEDAD
1090106402001	IMBASEGURIDAD CIA LTDA	VELASCO 7-16 OFC.306	HERRERA GONZALEZ JAIME IVAN MARCELO	SOCIEDAD
1790383466001	INDUSTRIAS METALICAS CANON BAUTISTA C LTDA	AV RIVADENEIRA 3-48	MUÑOZ BELTRAN GLORIA LIBIA	OBLIGADA
1790007790001	WACKENHUT DEL ECUADOR CIA LTDA	AV M ACOSTA 29-065	SANTACRUZ CORONEL GALO PATRICIO	SOCIEDAD
1091716719001	AGENCIA DE VIAJES OPER. INTER. YURIBARR	OVIEDO Y SUCRE	MOROCHO PEÑAFIEL SANDRA DEL ROCIO	SOCIEDAD
1091712101001	ASOCIACION	MERCADO AMAZONAS	ASOCIACION LIBERTAD MERCADO AMAZONAS	SOCIEDAD