



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

### **INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CAPACITACIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA"**

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

**AUTORA:** Nuvia Alexandra Campues Juma

**DIRECTOR:** Ing. Fernando Valenzuela Msc

**MARZO 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

La Empresa de Asesoría y Capacitación Imbabura “EMACI CÍA. LTDA.”, es una organización dedicada a ofertar servicios de asesoría y capacitación en las áreas administrativas financieras, que se ha creado en respuesta a la creciente demanda de este servicio por parte de las empresas públicas y privadas ubicadas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. El propósito fundamental que persigue el desarrollo del presente proyecto es identificar las necesidades de capacitación que tienen las distintas empresas en la ciudad de Ibarra, para de esta manera poder desarrollar programas de capacitación que cubran sus necesidades ayudando a sus empleados a desarrollar habilidades y ampliar o profundizar conocimientos. Los procesos de capacitación pueden considerarse como herramientas que facilitan una adecuada administración del talento humano y por lo tanto le permiten a la empresa involucrarse en programas de mejora continua, logrando así una calidad total dentro de sus procesos técnicos, operativos y administrativos. La EMACI CÍA., al ser una organización que se dedicará a la prestación de los servicios antes señalados, buscará satisfacer las necesidades de sus clientes con contenidos de actualidad en sus programas de capacitación, con personal altamente calificado y con instructores de reconocida experiencia en las áreas que estén bajo su responsabilidad. En el desarrollo del presente proyecto se analiza la factibilidad de que la EMACI CÍA. LTDA. se pueda implementar como un proyecto rentable y de aporte para el desarrollo económico y social de las empresas a las que este proyecto se enfoca, a través de programas de capacitación desarrollados en base a las necesidades del mercado. Para empezar sus operaciones, la empresa requerirá una inversión de USD 14.656,83 los cuales serán financiados con el aporte del dueño del proyecto; quien tendrá una participación del 100%. Al finalizar el primer año, se proyecta una utilidad después de impuestos de USD 13.863,07, para el segundo año de USD 17.183,09, para el tercer año de USD 19.604,41, para el cuarto año de USD 24.250,63 y para el quinto año de USD 28.000,62. El VAN resultante es USD 58.553,54 con una tasa de descuento del 10.55%, con el cual se habrá recuperado la inversión inicial en menos de dos años, lo cual demuestra las bondades de este proyecto.

## ABSTRACT

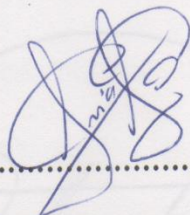
The Company of Consultantship and Training Imbabura "EMACI. CIA. LTDA ", is an organization dedicated to offer training services in the financial administrative areas that it has been created in answer to the growing demand of this service on the part of the companies you publish and private located in the city of Ibarra, county of Imbabura. The fundamental purpose that pursues the development of the present project is to identify the training necessities that have the different companies in the city of Ibarra, for this way to be able to develop training programs that cover its necessities helping its employees to develop abilities, to enlarge or to deepen knowledge. The training processes can considers as tools that facilitate an appropriate administration of the human talent and therefore they allow to the company to be involved in programs of continuous improvement, achieving this way a total quality inside their technical, operative and administrative processes. The EMACI CIA. LTDA., to the being an organization that will be devoted before to the benefit of the services signal, it will look for to satisfy the necessities of their clients with contents of present time in their training programs, with personal highly qualified and with instructors of grateful experience in the areas that are low their responsibility. In the development of the present project the feasibility is analyzed that the EMACI. CIA. LTDA., you can implement as a profitable project and of contribution for the economic and social development of the companies to those that this project is focused, through training programs developed based on the necessities of the market. To begin their operations, the company will require an investment of USD 14.656,83, which will be financed by the contribution of the owner of the project; who will have a participation of 100%. When concluding the first year, he/she is projected an utility retained after taxes of USD 13.863,07, for the second year of USD 17.183,09, for the third year of USD 19.604,41, for the fourth year of USD 24.250,63, and for the fifth year of USD 28.000,62 The one GOES resultant it is USD 58.553,24 with a rate of discount of 12%, with which will have recovered the initial investment in less than one year, that which demonstrates the kindness of this project.

## DECLARACIÓN DE AUTOR

Yo, **Nuvia Alexandra Campues Juma**, portadora de la cedula de ciudadanía No. 100300154-0, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes de información.

Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 21 días del mes de Marzo del 2015.



**Nuvia Campues J.**

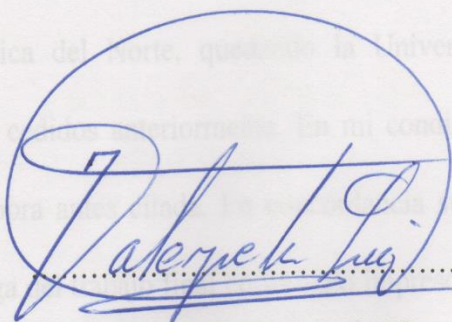
**100300154-0**

Ing. Fernando Valenzuela Msc.

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de del Trabajo de Grado presentado por la egresada Nuvia Alexandra Campues Juma, con cédula de ciudadanía Nro. 100300154-0, para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**, cuyo tema es: "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CAPACITACIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA**", considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 21 días del mes de Marzo del 2015.



Ing. Fernando Valenzuela Msc.

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TRADO**





## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **CAMPUES JUMA NUVIA ALEXANDRA**, con cédula de ciudadanía Nro.100300154-0; manifiesto la voluntad de ceder a la **Universidad Técnica del Norte** los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominada "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE CAPACITACIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA**", que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y ADUITORÍA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nuvia Campues J.

100300154-0

Ibarra a los 21 días del mes de Marzo del 2015



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100300154-0		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Campues Juma Nuvia Alexandra		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Yahuarcacha		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:dulcenuby87@hotmail.com">dulcenuby87@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062 577-041	<b>TELÉFONO MÓVIL :</b>	967857410
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	"Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Servicios de Capacitación Administrativa y Financiera para las Entidades Públicas y Privadas Ubicadas en la Ciudad de Ibarra"		
<b>AUTORA:</b>	Nuvia Alexandra Campues Juma		
<b>FECHA:</b>	21-03-2015		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>	

<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría.
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	Ing. Fernando Valenzuela Msc.

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

Yo, **CAMPUES JUMA NUVIA ALEXANDRA**, con cédula de ciudadanía Nro. 100300154-0; en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, entrego el ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior; Artículo 144.

### 3. CONSTANCIA.

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

Ibarra, Marzo 2015.

#### LA AUTORA:

.....  
 Nuvia A. Campues Juma  
 C.C. 100300154-0



## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento a todas las autoridades y docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas Y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, quienes con su capacidad, dedicación, profesionalismo y amplio sentido de responsabilidad han tenido la paciencia para orientarme en la culminación de esta meta.

Especial agradecimiento a mi Director Ing. Fernando Valenzuela, quien con su apoyo incondicional y su motivación supo guiarme durante el desarrollo del trabajo hasta lograr culminar exitosamente y obtener el anhelo de graduarme.

*Nuby*

## **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto se trata de un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Servicios de Capacitación Administrativa y Financiera para las Entidades Públicas y Privadas Ubicadas en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, está estructurado en siete capítulos los cuales se detallan a continuación:

El primer capítulo, se refiere a la descripción del ámbito del proyecto, en donde se realiza un análisis de la situación geográfica, demográfica y actividades económicas que desarrolla la población económicamente activa (PEA), y además conocer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tiene la nueva organización.

El segundo capítulo, corresponden a los Aspectos Teóricos Científicos que son las bases técnicas que sustentan la investigación del proyecto. Es la etapa en que se reúne información documental para confeccionar el diseño metodológico de la investigación en base al tema propuesto.

El tercer capítulo, contiene indispensable información sobre el segmento de mercado, un análisis de la demanda y oferta de los servicios de capacitación y su proyección, la oferta que se da y el mercadeo y precio de los servicios.

El cuarto capítulo, comprende el tamaño, localización e ingeniería del proyecto, el mismo que determina el sitio de instalación, los equipos, suministros y enseres, el talento humano para el cumplimiento de cada una de las etapas especificadas que corresponden al proceso de los servicios de capacitación administrativa financiera.

El capítulo quinto, comprende el marco legal de funcionamiento, la filosofía empresarial y las funciones de puestos del personal de la pequeña empresa.

El capítulo sexto, determina la viabilidad del Proyecto en base a un análisis económico financiero como son: financiamiento, tasa interna de retorno, valor actual neto, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias y todo lo concerniente al desenvolvimiento económico de la empresa.

El capítulo séptimo, se concluye con un análisis de los impactos en forma técnica que provocara el proyecto de manera directa o indirectamente en las diferentes aéreas.

Además se detallan las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado con la elaboración del proyecto.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
ABSTRACT.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTOR.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
AGRADECIMIENTO .....	viii
PRESENTACIÓN.....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxi
ÍNDICE DE FLUJOGRMAS .....	xxii
INTRODUCCIÓN .....	xxiii
JUSTIFICACIÓN .....	xxiv
OBJETIVOS .....	xxv
GENERAL:.....	xxv
ESPECÍFICOS:.....	xxvi
TIPO DE ESTUDIO .....	xxvi
CAPÍTULO I .....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	27
Antecedentes .....	27
Objetivos del diagnóstico.....	28
Objetivo General.....	28
Objetivos Específicos.....	28
Variables diagnósticas .....	28
Identificación de las Variables.....	28
Indicadores o subaspectos que definen a las variables .....	29
Matriz de la relación diagnóstica .....	30

Análisis de las variables.....	31
Situación Geográfica.....	31
Aspectos Socio - Demográficos.....	31
Actividades económicas.....	34
Diagnóstico externo .....	35
Aliados .....	35
Oponentes .....	35
Oportunidades .....	35
Riesgos.....	36
Construcción de la matriz AOOR.....	36
Determinar la Oportunidad de Inversión .....	37
<b>CAPÍTULO II</b> .....	39
<b>BASES TEÓRICO CIENTÍFICAS</b> .....	39
La empresa.....	39
Definición .....	39
Objetivo.....	39
Importancia .....	39
Clasificación .....	40
La organización.....	41
Definición .....	41
La administración.....	41
Definición .....	41
Contribuyentes .....	41
Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad.....	42
Personas naturales obligadas a llevar contabilidad.....	42
Personas jurídicas.....	42
Registro único de contribuyentes - RUC .....	43
Impuesto al valor agregado - I.V.A. ....	43
Impuesto a la renta .....	43
Normas de información financiera (NIF'S).....	44
Estados financieros .....	45
Estado de resultados.....	47
Estado de evolución patrimonial.....	49
Estado de flujo de efectivo.....	50



Notas a los estados financieros .....	51
Capacitación.....	52
Definición .....	52
Objetivos .....	52
Importancia .....	53
Tipos de capacitación.....	55
Modalidades prácticas de capacitación .....	57
Medios de capacitación.....	58
Pasos de la capacitación.....	60
Finalidad de la capacitación.....	61
Beneficios de la capacitación.....	62
Ventajas de la capacitación .....	63
CAPÍTULO III.....	65
ESTUDIO DE MERCADO .....	65
Presentación .....	65
Objetivos .....	66
Objetivo general.....	66
Objetivos específicos .....	66
Determinación de los servicios de capacitación .....	67
Capacitación en grupos .....	67
Capacitación abierta.....	69
Desarrollo de competencias .....	69
Profesionales calificados.....	70
Equipo y materiales.....	70
Posicionamiento de servicios.....	70
Definición del mercado meta .....	71
Probabilidad de ingresar los servicios de capacitación en el mercado meta.....	71
Segmento de mercado .....	72
Tamaño de la población o universo .....	73
Identificación de la población.....	74
Determinación de la muestra .....	75
Diseño de instrumentos de investigación.....	76
Elaboración y aplicación de las encuestas .....	77
Tabulación de la información obtenida.....	77

Análisis y evaluación de los resultados de la encuesta .....	78
Análisis de la demanda .....	94
Demanda del producto o servicio .....	94
Perfil del consumidor .....	94
Demanda potencial.....	95
Demanda actual del servicio .....	95
Análisis de la oferta .....	98
Objetivo.....	99
Metodología .....	99
Servicios.....	101
Precios.....	101
Cuantificación de la oferta .....	103
Balance oferta demanda .....	104
Demanda insatisfecha total .....	105
Demanda a cubrir por el proyecto.....	105
Estrategia de mercadeo .....	106
Enfoque para el desarrollo de la estrategia de mercadeo .....	106
Programa de mercadeo.....	107
Implementación del programa de mercadeo .....	108
CAPÍTULO IV.....	113
ESTUDIO TÉCNICO .....	113
Introducción .....	113
Tamaño de la empresa .....	113
Factores determinantes del tamaño.....	114
Localización del proyecto .....	115
Macro localización.....	115
Micro localización. ....	116
Factores de la localización .....	116
Ingeniería del proyecto .....	117
Infraestructura física .....	118
Proceso de los servicios de capacitación .....	118
Flujograma del proceso de capacitación .....	119
Tecnología.....	121
Inversiones fijas .....	122

Gastos de constitución .....	125
Capital de trabajo .....	126
Costos y gastos.....	127
Inversión total del proyecto .....	129
CAPÍTULO V .....	130
ESTUDIO ECONÓMICO .....	130
Introducción .....	130
Proyección de ingresos .....	130
Proyección de gastos y costos.....	131
Gastos administrativos y ventas.....	131
Proyección de costos.....	132
Gasto depreciación y amortización.....	133
Gasto financiero .....	134
Estados financieros proforma .....	136
Estado de situación financiera .....	136
Estado de resultados integrales .....	137
Estado de flujo de caja proyectado .....	138
Evaluación financiera.....	138
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento.....	138
Cálculo del valor actual neto (VAN) .....	139
Período de recuperación del capital .....	140
Índice de rendimiento financiero .....	141
CAPÍTULO VI.....	142
ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA .....	142
Tipo de empresa.....	142
Razón social.....	143
Elementos estratégicos.....	143
Valores corporativos .....	144
Estructura organizativa de la empresa .....	145
Estructura funcional.....	147
Niveles estructurales .....	148
Manual de funciones.....	149
Aspecto legal para la creación de la empresa .....	156
Plan de cuentas.....	162

CAPÍTULO VII .....	166
ANÁLISIS DE IMPACTOS .....	166
Sistema de impactos.....	166
Impacto social .....	167
Impacto económico .....	168
Impacto educativo .....	169
Impacto ambiental.....	170
Impacto empresarial.....	171
Impacto general del proyecto.....	172
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	174
CONCLUSIONES: .....	174
RECOMENDACIONES:.....	177
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS .....	179
LINKOGRAFÍA .....	180
ANEXOS .....	181
ANEXO 1 Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Ibarra. .....	182
ANEXO 2 Listados de las empresas públicas y privadas .....	187

## ÍNDICE DE CUADROS

1. Población de la ciudad de Ibarra .....	32
2. Población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Ibarra .....	33
3. Población económicamente activa según ramas de actividad.....	34
4. Población económicamente activa según grupos de ocupación .....	35
5. Matriz AOOD de la empresa de capacitación administrativa financiera. ....	37
6. Aceptación de los servicios de capacitación .....	72
7. Segmento de mercado .....	73
8. Población económicamente activa por ramas de actividad.....	73
9. Empresas públicas y privadas ubicadas en la ciudad de Ibarra .....	75
10. Porcentaje de las encuestas realizadas a directivos, administrativos, obreros y otros (PEA) .....	77
11. Género de personas encuestadas .....	78
12. Cargo actual de las personas entrevistadas .....	79
13. Número de empleados de las entidades .....	80
14. Empresas por sector productivo.....	81
15. Opinión de las empresas (potenciar las capacidades de los empleados) .....	82
16. Aéreas de capacitación acorde a las necesidades.....	83
17. Factores determinantes de la capacitación .....	84
18. Tendencia de consumo de servicios capacitación.....	85
19. Rubro específico para capacitación .....	86
20. Preferencia de horarios para jornadas de capacitación .....	87
21. Empresas de capacitación que contrataron .....	88
22. Frecuencia de capacitación .....	89
23. Nivel de inversión en la última capacitación .....	90
24. Frecuencia de personas que asisten a cursos.....	91
25. Problemas en el actual servicio de capacitación .....	92
26. Aceptación de una nueva empresa de capacitación .....	93
27. Población económicamente activa (PEA).....	94
28. Demanda aparente de capacitaciones en número de empresas .....	95
29. Demanda real de acuerdo al monto a invertir .....	96
30. Demanda real en número de capacitaciones .....	96
31. Producto interno bruto (PIB) .....	97



32. Proyección total de la demanda .....	98
33. Estructura curricular.....	102
34. Cursos ofertados.....	103
35. Proyección total de la oferta .....	104
36. Balance oferta – demanda.....	105
37. Programa de mercadeo.....	107
38. Capacidad según demanda potencial. ....	115
39. Factores de localización .....	117
40. Equipos tecnológicos para capacitación .....	122
41. Muebles y enseres .....	122
42. Equipos de oficina.....	123
43. Equipos de cómputo.....	123
44. Suministros e insumos .....	124
45. Gasto arriendo.....	125
46. Gastos de constitución .....	125
47. Capital de trabajo .....	126
48. Resumen de inversiones.....	127
49. Costo de los cursos.....	127
50. Listado de cursos.....	127
51. Proyección de los costos de los cursos .....	128
52. Remuneraciones.....	128
53. Proyección de las remuneraciones .....	128
54. Resumen de los costos y gastos .....	129
55. Inversión del proyecto.....	129
56. Capacidad potencial .....	131
57. Proyección de ingresos .....	131
58. Proyección de gastos.....	132
59. Proyección de costos.....	132
60. Depreciación activos .....	133
61. Gastos de constitución .....	134
62. Descripción del capital.....	134
63. Tabla de amortización.....	135
64. Estado de situación financiera .....	136
65. Estado de resultados.....	137

66. Flujo de caja.....	138
67. Costo de oportunidad.....	139
68. Recuperación de la inversión.....	140
69. Índice de rendimiento financiero.....	141
70. Nómina de socios.....	160
71. Matriz de valoración de impactos.....	166
72. Matriz de impacto social.....	167
73. Matriz de impacto económico.....	168
74. Matriz de impacto educativo.....	169
75. Matriz impacto ambiental.....	170
76. Matriz de impacto empresarial.....	171
77. Matriz de impacto general.....	172

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

1. Ramas de actividad .....	74
2. Género de personas encuestadas .....	78
3. Cargo actual de las personas entrevistadas .....	79
4. Número de empleados de las entidades .....	80
5. Empresas por sector productivo .....	81
6. Potenciar capacidades de los empleados.....	82
7. Áreas de capacitación acorde a las necesidades.....	83
8. Factores determinantes de la capacitación .....	84
9. Tendencia de consumo de servicios capacitación.....	85
10. Rubro específico para capacitación .....	86
11. Preferencia de horarios para jornadas de capacitación .....	87
12. Empresas de capacitación que contrataron .....	88
13. Frecuencia de capacitación .....	89
14. Nivel de inversión en la última capacitación .....	90
15. Frecuencia de personas que asisten a cursos.....	91
16. Problemas en el actual servicio de capacitación .....	92
17. Aceptación de una nueva empresa de capacitación .....	93
18. Mapa de la provincia de Imbabura.....	116
19. Distribución de oficinas administrativa y técnica .....	118

**ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS**

1. Proceso de cursos.....	120
2. Proceso de inscripciones.....	121
3. Organigrama estructural.....	146
4. Organigrama funcional.....	147

## INTRODUCCIÓN

San Miguel de Ibarra, conocida como la Ciudad Blanca, fue fundada el 28 de septiembre de 1606 por el capitán Cristóbal de Troya y reconocida como capital de la provincia de Imbabura el 2 de noviembre del año 1829.

Ibarra cuenta con: una población de 181.175 habitantes según el censo del 2010; una diversidad étnica de afro ecuatoriana, indígena y mestizos; un patrimonio cultural y natural abundante. Es una ciudad en constante crecimiento y desarrollo representada por varios sectores económicamente activos como es el turismo, los servicios, el comercio, entre otros.

Según el diagnóstico y análisis realizado, se determina que el problema central para que Ibarra avance hacia un desarrollo socioeconómico sostenible y sustentable, es porque no se le da mayor importancia al sector productivo que permita fortalecer la identidad cantonal y regional.

Esto se debe a la débil organización y participación que existe en el sector urbano, la incipiente estructura y coordinación institucional, la falta de programas de capacitación y formación técnica en la parte administrativa y operativa, contable y financiera, sistemas de calidad y planificación y de investigación de mercados. Ya que todavía a la capacitación no se le considera como una inversión para ser más productivos y eficientes y no se promueve el trabajo en equipo.

En la actualidad los avances científicos y el constante desarrollo de la tecnología, impulsan a las 387 pequeñas y medianas empresas ubicadas en la ciudad de Ibarra a generar programas que posibiliten a su personal, profundizar los conocimientos, desarrollar habilidades y adecuar comportamientos, con el objetivo de mejorar el desempeño y por lo tanto incrementar en forma progresiva los niveles de productividad empresariales en un mercado cada vez más competitivo.



La preocupación por atraer y retener talentos humanos es una actividad incesante de las empresas, sin embargo no se ha abordado el tema con actividades que reflejen dicha preocupación.

Los niveles de competitividad son una constante a la que tienen que enfrentarse día a día las empresas, por lo que el desafío actual es contar con estrategias sólidas que permitan fortalecer las capacidades organizativas para enfrentar los retos del futuro.

En el ámbito de estos planteamientos, el propósito del proyecto es el de crear una empresa que oferte programas de capacitación administrativa y financiera de alto nivel para mejorar las competencias del personal ejecutivo y operativo, a fin de que los resultados de la gestión institucional, respondan a las exigencias del mercado.

### **JUSTIFICACIÓN**

Desde el punto de vista de gestión institucional, la creación de la empresa es para ofertar servicios de capacitación administrativa y financiera, en respuesta a la creciente demanda de este servicio por parte de las empresas públicas y privadas ubicadas en la ciudad de Ibarra, con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes a través de contenidos innovadores en sus programas de capacitación y la participación de instructores calificados y de reconocida experiencia en las áreas que estén bajo su responsabilidad.

Los procesos de capacitación se consideran como herramientas que facilitan una adecuada administración del talento humano y por lo tanto le permiten a la empresa involucrarse en programas de mejora continua, logrando así una calidad total dentro de sus procesos técnicos, operativos y administrativos.

Si bien es cierto, en la actualidad existe un sin número de emprendedores que desconocen de temas relevantes relacionados con su entorno profesional, debido a ello se realizan decisiones

sin tomar en cuenta factores importantes en el desarrollo de ciertas actividades administrativas y financieras de la empresa en donde trabajan.

Ante esta problemática, se plantea la creación de una empresa de servicios de capacitación administrativa y financiera, cuyo propósito fundamental del presente proyecto es identificar las necesidades de capacitación técnica que tienen las distintas empresas de Ibarra y, de esta manera desarrollar propuestas con programas de capacitación que cubran sus necesidades, ayudando así a sus inversionistas y empleados a desarrollar habilidades y a ampliar o profundizar sus conocimientos.

El presente trabajo de investigación es factible llevarlo a la práctica por la necesidad que presentan las estructuras institucionales en cuanto a la organización, administración y manejo financiero.

Además para realizar la investigación, existen las fuentes bibliográficas y documentos muy importantes sobre modelos de administración, planes financieros, con lo cual se podrá estructurar un marco teórico muy bien sustentado. Y sobre todo se cuenta con el asesoramiento técnico y metodológico de expertos tanto de la Universidad Técnica del Norte como del Colegio de Contadores de Imbabura.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL:**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de capacitación administrativa y financiera, para mejorar la eficiencia y eficacia, que responda a la demanda de las empresas públicas y privadas ubicadas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

**ESPECÍFICOS:**

- Realizar un diagnóstico técnico de la situación actual en la zona de influencia del proyecto, para conocer las fortalezas y debilidades, que permitan la creación de la empresa de servicios de capacitación administrativa y financiera en la ciudad de Ibarra.
- Establecer las bases teórico científicas que sustente el desarrollo del proyecto, mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda, a través de la investigación de campo en el ámbito del proyecto.
- Establecer la viabilidad técnica y financiera, vinculando los objetivos del proyecto con los demandados del mercado local, las condiciones de la competencia, los requerimientos de los proveedores y las expectativas del personal.
- Diseñar el sistema organizacional para la empresa de servicios de capacitación.
- Determinar técnicamente los impactos que generará la implementación del proyecto en el ámbito económico, educativo, tecnológico, ambiental y empresarial, para evaluar el efecto generado por el proyecto.

**TIPO DE ESTUDIO**

Se realizará un estudio cualitativo sin perder el rigor científico, a través del análisis e interpretación de datos y hechos suscitados en el transcurso de la realización del trabajo de investigación, esta metodología permite comprender resultados que expliquen los hechos sin cuantificarlos.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1. 1. Antecedentes**

La ciudad de Ibarra ha crecido rápidamente en el campo económico, comercial, cultural y educativo, además sus habitantes se han caracterizado por ser personas emprendedoras que buscan su bienestar personal y el desarrollo del cantón.

El aumento de pequeñas y medianas empresas tanto públicas como privadas en Ibarra, ha hecho que cada vez exista una moderada demanda y oferta de empleo, que con los avances tecnológicos son en algunos casos indispensables en el medio en el que se desarrolla una sociedad.

En la actualidad es importante aprovechar al máximo los recursos que disponemos, por este motivo se determinará la factibilidad de crear una empresa de capacitación administrativa y financiera para ofertar servicios a las demandas de las empresas y sectores económicamente activos.

El presente diagnóstico se realizó en la ciudad de Ibarra, mediante una Investigación de Campo efectuada a las pequeñas y medianas empresas públicas y privadas, a fin de conocer y analizar las variables propuestas en los objetivos.

Para tal efecto se realizó entrevistas a directivos y encuestas dirigidas al personal administrativo y operativo de las empresas, obteniéndose la información necesaria para su análisis e interpretación.

Ibarra, actualmente está representada por organismos públicos y privados que desarrollan actividades en diferentes campos, para lo cual se ha investigado el grado de beneficio que éstos han proporcionado al personal que labora en la empresa, empleando una investigación descriptiva y de observación, a fin de establecer el nivel de alcance que ha tenido dentro del sector empresarial.

## **1.2 Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1 Objetivo General**

Realizar un diagnóstico de la situación actual en la zona de influencia del proyecto, para conocer las fortalezas y debilidades que permita la creación de la empresa de servicios de capacitación administrativa y financiera en la ciudad de Ibarra.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la situación geográfica de Ibarra.
- Analizar la situación socio – demográfica de Ibarra.
- Establecer las actividades económicas a las cuales se dedica la Población Económicamente Activa de Ibarra.

## **1.3 Variables diagnósticas**

### **1.3.1 Identificación de las Variables**

Para operativizar los objetivos planteados, se ha determinado las siguientes variables diagnosticas:

- Situación geográfica
- Datos socio – demográficos

- Actividades económicas

#### **1.4 Indicadores o subaspectos que definen a las variables**

Una vez planteadas las variables diagnósticas, se determinó los indicadores o subaspectos de cada una de las variables con la finalidad de poder captar información puntual y real; los indicadores en mención son:

##### **a) Situación geográfica**

- Ubicación
- Límites
- Superficie
- Clima

##### **b) Datos socio – demográficos**

- Población
- Niveles de instrucción
- Calidad de vida
- Organización

##### **c) Actividades económicas**

- Ramas de actividad
- Grupos de ocupación
- Servicios de capacitación

### 1.5 Matriz de la relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS
1. Determinar la situación geográfica de la ciudad de Ibarra.	Situación geográfica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Límites</li> <li>• Superficie</li> <li>• Clima</li> </ul>	Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Documental Documental Documental Documental
2. Analizar la situación socio – demográfica de Ibarra.	Datos socio – geográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población</li> <li>• Niveles de instrucción</li> <li>• Calidad de vida</li> <li>• Organización</li> </ul>	Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Documental Documental Documental Documental
3. Establecer las actividades económicas a las cuales se dedica la Población Económicamente Activa de Ibarra.	Ramas de actividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ramas de actividad</li> <li>• Grupos de ocupación</li> <li>• Servicios de capacitación</li> </ul>	Secundaria Secundaria Secundaria	Documental Documental Documental

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** La Autora

## **1.6 Análisis de las variables**

### **1.6.1. Situación Geográfica**

Ibarra es uno de los cantones de la provincia de Imbabura, se encuentra ubicado en la parte norte del Ecuador, tiene una superficie de 1.111,27 Km<sup>2</sup>. De la cual la zona urbana del cantón cubre 47,45 Km<sup>2</sup>. La densidad poblacional es de 138,24 hab. /km<sup>2</sup> en el cantón.

Los límites del Cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha. La localización geográfica del Cantón Ibarra en UMT de 10'041.000 norte, 820.000 oeste tomando como punto de referencia el centro de la ciudad de Ibarra.

Dentro de los principales sitios naturales de índole turística, se encuentra la laguna de Yahuarcocha, el Volcán Imbabura con 4.500m. de altitud, la loma de Guayabilla, los cuales están siendo protegidos en beneficio turístico y ambiental.

### **1.6.2 Aspectos Socio - Demográficos**

La población de la ciudad de Ibarra de acuerdo a INEC y al último censo del 2010, corresponde a 139.721 habitantes distribuidos en un 70,8% en el área urbana y el 29,2% en el sector rural.



**Cuadro N° 1****Población de la ciudad de Ibarra**

ÁREA	SEXO		TOTAL	
	Hombre	Mujer	Total	%
Área Urbana	67.165	72.556	139.721	75,8
Área Rural	22.321	22,400	44,721	24,2
<b>TOTAL</b>	<b>89,486</b>	<b>94,956</b>	<b>184,442</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos, 2010

Elaborado por: La Autora

Un elemento a considerar es la tasa de crecimiento poblacional que a nivel del cantón es de + 3,3%; sin embargo en el nivel urbano la tasa de crecimiento se mantiene en el + 3,3 en comparación de aquella a nivel rural que es de -1.11%; especialmente observada en la parroquia rural de Angochahua.

La población de la ciudad de Ibarra se encuentra conformada por varias etnias como la mestiza, indígena, afroamericanos, mulatos y blancos.

En Ibarra la mayor parte de la población posee algún nivel de educación, así:

- Educación primaria: 41%,
- Educación secundaria: 21%
- Educación superior: 12%

De acuerdo a datos del INEC 2010, la población económicamente activa (PEA), en la ciudad de Ibarra representan el 39.2% del total de la población. La distribución de acuerdo a sexo es la siguiente: 65% de la PEA corresponde a hombres y el 35% a mujeres. La Población Económicamente Activa en cada una de las parroquias y su distribución por sexo se encuentra en la siguiente tabla.

**Cuadro N° 2****Población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Ibarra**

CIUDAD	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)			
	Hombres	Mujeres	Total	%
Ibarra	29.257	17.302	46.559	77,5
<b>TOTAL</b>	<b>29.257</b>	<b>17.302</b>	<b>46.559</b>	<b>77,5</b>

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos, 2010

Elaborado por: La Autora

En Ibarra existen instituciones que garantizan el bienestar social y la seguridad de los habitantes como son: Municipio, Gobierno Provincial, Hospital del IESS y San Vicente de Paúl, Centros y Subcentros de Salud, Dirección de Turismo, Universidades, Colegios, Institutos Tecnológicos, Casa de la Cultura, Registro Civil, etc., Empresa Eléctrica Regional del Norte (Emelnorte), Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado (EMAPA), Cuerpo de Bomberos, Entidades financieras, Estaciones de Radio, Canales de televisión, Cámara de Comercio, entre otras.

En la ciudad de Ibarra la participación de la mujer en la vida social y productiva está teniendo un fuerte impulso ya que se ha integrado a diversas actividades, contribuyendo así al desarrollo social, económico, cultural. Debido a la actual situación económica la mujer ya no solo se dedica a los quehaceres domésticos del hogar sino que ha buscado maneras de contribuir económicamente realizando actividades artesanales, comerciales y según su instrucción académica tiene mejores posiciones laborales en distintas instituciones ya sea públicas o privadas.

En cuanto a los servicios básicos en Ibarra, están acorde con el crecimiento, desarrollo y la calidad de vida de la población. La recolección y eliminación de la basura está a cargo de la municipalidad quien realiza un tratamiento de descomposición en el relleno sanitario.

La infraestructura vial con la que cuenta la ciudad, es la panamericana norte como vía de primer orden que atraviesa la misma, en cuanto a la infraestructura vial interna de la ciudad, está casi en su totalidad adoquinado.

Mediante la Asamblea Cantonal de Ibarra, demanda de la población organización y participación, que ayuda a identificar los aspectos positivos o negativos y los principales problemas que aquejan a la ciudad por la falta de organización, pérdida de identidad, inequidad social y debilidad para afrontar nuevos desafíos.

### 1.6.3 Actividades económicas

En la ciudad, la actividad comercial ha tomado un impulso significativo, ya que las familias optan por instalar su propio negocio e independizarse económicamente. Otras actividades desarrolladas por la población son: la enseñanza, la manufactura y la construcción. En relación a ocupación las personas laboran como: Miembros profesionales, Técnicos, Empleados de oficinas, Trabajadores de servicios, Operarios y Operadores de máquinas, así como también hay personal no calificado.

#### *Cuadro N° 3*

##### *Población económicamente activa según ramas de actividad*

<b>RAMAS DE ACTIVIDAD</b>	<b>% (PEA)</b>
Agricultura y Ganadería	51
Manufactura	7
Construcción	4
Comercio	10
Enseñanza	7
Otras actividades	22

**Fuente:** Instituto de Estadísticas y Censos, 2010

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro N° 4*****Población económicamente activa según grupos de ocupación***

<b>GRUPOS DE OCUPACIÓN</b>	<b>% (PEA)</b>
Miembros profesionales, técnicos	8
Empleados de oficina	3
Trabajadores de los servicios	7
Operarios y operadores de maquinas	18
Trabajadores no calificados	48
Otros	7

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos, 2010

Elaborado por: La Autora

**1.7 Diagnóstico externo****1.7.1 Aliados**

- La nueva legislación vigente.
- Las empresas que se quieren modernizar.
- La globalización.
- El crecimiento económico de las empresas.

**1.7.2 Oponentes**

- Empresas de capacitación existentes.
- Las Cámaras de Comercio, Turismos, Industrias, etc.
- Los Colegios Profesionales.
- Los Organismos públicos de capacitación.
- Centros de educación.

**1.7.3 Oportunidades**

- Crecimiento del sector económico.

- Los profesionales y trabajadores que buscan capacitarse.
- Las empresas que quieren mejorar sus servicios.
- Los nuevos profesionales.
- Nuevas tecnologías.

#### **1.7.4 Riesgos**

- La inflación por los crecimientos de los costos de los bienes y servicios.
- Nuevos impuestos y tasas
- Incertidumbre laboral por las nuevas políticas del Gobierno.
- Crisis política y económica en el país.
- Ingreso de nuevas empresas de capacitación al mercado.

#### **1.8 Construcción de la matriz AOR**

Con los resultados de la información obtenida de las encuestas y entrevistas, se procedió a construir la matriz AOR.

**Cuadro N° 5****Matriz AOOD de la empresa de capacitación administrativa financiera.**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La nueva legislación vigente.</li> <li>• Las empresas que se quieren modernizar.</li> <li>• La globalización.</li> <li>• El crecimiento económico de las empresas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas de capacitación existentes.</li> <li>• Las Cámaras de Comercio, Turismos, Industrias, entre otros.</li> <li>• Los Colegios Profesionales.</li> <li>• Los organismos públicos de capacitación.</li> <li>• Los centros de educación.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento del sector económico.</li> <li>• Los profesionales y trabajadores que buscan capacitarse.</li> <li>• Las empresas que quieren mejorar sus servicios.</li> <li>• Los nuevos profesionales.</li> <li>• Nuevas tecnologías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La inflación por los crecimientos de los costos de los bienes y servicios.</li> <li>• Nuevos impuestos y tasas</li> <li>• Incertidumbre laboral por las nuevas políticas del Gobierno.</li> <li>• Crisis política y económica en el país.</li> <li>• Ingreso de nuevas empresas de capacitación al mercado.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**1.9 Determinar la Oportunidad de Inversión**

El problema central que tienen las empresas públicas y privadas en la ciudad de Ibarra, es la débil conducción y administración del talento humano por la falta programas de enseñanza que permita el fortalecimiento de las capacidades del personal con que cuentan las empresa.

Por lo tanto según el diagnóstico de la situación actual realizado, la ciudad de Ibarra, cuenta con las condiciones suficientes y adecuadas para la creación de **La Empresa de Capacitación Administrativa Financiera**, ya que posee un potencial mercado que garantiza la sostenibilidad de la organización en el futuro.

## **CAPÍTULO II**

### **2. BASES TEÓRICO CIENTÍFICAS**

#### **2.1. La empresa**

##### **2.1.1. Definición**

ZAPATA P. (2005) manifiesta que: *“Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes y/o servicios que al ser vendidos, producirán una renta que beneficie al empresario, a los Estados y a la sociedad en general”*. (Pág. 14)

La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.

##### **2.1.2. Objetivo**

Para ZAPATA P. (2005) en lo referente al objetivo de las empresas manifiesta lo siguiente:

El objetivo fundamental es obtener utilidad, rentabilidad o ganancia minimizando sus costos y gastos.

##### **2.1.3. Importancia**

En lo referente a la importancia ZAPATA P. (2005) señala lo siguiente:



La empresa en cualquier sistema económico será el motor que mueva la economía de un país; la importancia radica en su capacidad generadora de riqueza, que al ser distribuida equitativamente propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo.

#### 2.1.4. Clasificación

Las empresas que existen en el Ecuador, y que se pueden formar son las siguientes:

- Sociedad anónima.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedades en nombre colectivo.
- Sociedad comandita simple y dividida por acciones.
- Sociedades de cuentas en participación.
- Sociedades de economía mixta.

Según el tamaño de la empresa se pueden diferenciar en tres grupos:

- Pequeña empresa.
- Mediana empresa.
- Gran empresa.

Por sectores económicos

- **Extractivas:** Dedicadas a explotar recursos naturales.
- **Servicios:** Entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad.
- **Comercial:** Desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica.
- **Agropecuaria:** Explotación del campo y sus recursos.
- **Industrial:** Transforma la materia prima en un producto terminado.

## **2.2 La organización**

### **2.2.1 Definición**

www.promonegocios.net/empresa; (2008) manifiesta que: *“Una organización es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no.”*

Organización es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social.

## **2.3 La administración**

### **2.3.1 Definición**

THOMPSON, Iván (2009). Pág. 1, manifiesta: *“La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz”*

La administración consiste en diseñar una serie de procesos, que permiten alcanzar los objetivos planteados.

## **2.4 Contribuyentes**

El Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), señala:

Son todos los ciudadanos y ciudadanas nacionales o extranjeros que realicen actividades económicas son contribuyentes y tienen obligaciones tributarias, existen tres tipos de contribuyentes:

#### **2.4.1 Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad**

El Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), manifiesta:

Son todos los individuos nacionales o extranjeros que realicen actividades económicas en nuestro país y cuyos ingresos o capital son menores a los establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

#### **2.4.2 Personas naturales obligadas a llevar contabilidad.**

El Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), menciona:

Son todos los individuos nacionales y extranjeros que realizan actividades económicas en nuestro país, y a partir de enero del 2015, sus ingresos son mayores a \$162.000 al año, o su capital de trabajo sea mayor a los \$97.200, o los costos y gastos anuales hayan sido superiores a \$ 129.600 montos establecidos en la ley de Régimen Tributario Interno.

#### **2.4.3 Personas jurídicas**

El Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), señala:

A este grupo pertenecen las sociedades; las Instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de la Súper Intendencia de Compañías y de bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

## **2.5 Registro único de contribuyentes - RUC**

El Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), puntualiza:

Es el (registro único de contribuyentes) es el padrón se encuentran registrados todos los contribuyentes y contiene los siguientes datos:

- Nombre o razón social
- Domicilio fiscal.
- Actividad económica.
- Números de teléfonos.
- Fecha de inicio de actividades.
- Responsables del cumplimiento de las obligaciones tributarias.
- Otros.

## **2.6 Impuesto al valor agregado - I.V.A.**

### **Impuesto al valor agregado - I.V.A.**

El Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), señala:

Es un Impuesto sobre el Valor Agregado, es un tributo de naturaleza indirecta que recae sobre el consumidor final y grava las adquisiciones de bienes y servicios efectuados por empresarios y profesionales; en nuestro país las tarifas establecidas son 12% y 0% y se declara mensualmente de acuerdo al noveno dígito del RUC (tarifa 12%) y cada seis meses (tarifa 0%).

## **2.7 Impuesto a la renta**

El Servicio de Rentas Internas (S.R.I.), manifiesta:

Es el impuesto que se debe cancelar sobre los ingresos, producto de actividades personales, comerciales, industriales, agrícolas, en general, actividades económicas durante un año, luego de descontar los costos y gastos incurridos en un periodo determinado y se declara en el año siguiente en el primer trimestre.

## **2.8 Normas de información financiera (NIF'S)**

Según las NIIFS Para las PYMES (2009) manifiesta lo siguiente:

Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), también conocidas por sus siglas en inglés como IFRS (International Financial Reporting Standard), son unas normas contables adoptadas por el IASB, institución privada con sede en Londres. Constituyen los Estándares Internacionales o normas internacionales en el desarrollo de la actividad contable y suponen un manual contable, ya que en ellas la contabilidad de la forma como es aceptable en el mundo.

Las NIIF son emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés), un consejo del IASCF, con sede en Londres. Entre sus miembros constan la Asociación Interamericana de Contabilidad – AIC y la Federación Internacional de Contadores (IFAC, siglas en inglés), Instituciones de las cuales Ecuador es país signatario a través de la Federación Nacional de Contadores del Ecuador.

Las Normas Internacionales de Información Financiera, comprenden las NIIF, NIC e Interpretaciones del CINIIF o de su predecesor, el antiguo Comité de Interpretaciones SIC; todas estas normas son de propiedad de la Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASCF, siglas en inglés) entidad sin fines de lucro; el texto original de aprobación es en el idioma inglés y los derechos de copia de la traducción al español son de la IASCF.

La cesión de derechos de propiedad y copia, debe formalizarse mediante suscripción de un “Acuerdo de Renuncia de los Derechos de Propiedad Intelectual dentro de los límites Territoriales” entre el IASCF y el país o jurisdicción adoptante, y el pago de una contribución anual. Según la IASCF, los ingresos provenientes de las contribuciones de los países adoptantes y de la venta de documentos oficiales del IASB y otros productos NIIF, cubren apenas el 20% del costo total de la emisión de las normas, por lo que la Fundación depende de las aportaciones provenientes de fuentes públicas y privadas.

Estas normas se crean con la finalidad de proporcionar una información fidedigna con un margen de error mínimo y que sirva para hacer una respectiva comparación de estados financieros de periodos diferente o entidades externas.

### **2.8.1. Estados financieros**

Según las NIIFS Para las PYMES (2009) manifiesta lo siguiente:

La situación financiera de una entidad es la relación entre los activos, los pasivos y el patrimonio en una fecha concreta. Estos se definen como sigue:

#### **Objetivos**

- Proporcionar información sobre la Situación Financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de la entidad que sea útil para la toma de decisiones económicas.
- Muestran los resultados de la administración llevada a cabo por la gerencia: dan cuenta de la responsabilidad de la gestión de los recursos confiados a la misma.

Los estados financieros están compuestos de la siguiente forma:

**Activo.-** Es un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.

Los beneficios económicos futuros de un activo son su potencial para contribuir directa o indirectamente, a los flujos de efectivo y de equivalentes al efectivo de la entidad. Esos flujos de efectivo pueden proceder de la utilización del activo o de su disposición.

Muchos activos, como por ejemplo las propiedades, planta y equipo, son elementos tangibles. Sin embargo, la tangibilidad no es esencial para la existencia del activo. Algunos activos son intangibles.

Al determinar la existencia de un activo, el derecho de propiedad no es esencial. Así, por ejemplo, una propiedad mantenida en arrendamiento es un activo si la entidad controla los beneficios que se espera que fluyan de la propiedad.

**Pasivo.-** es una obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, espera desprenderse de recursos que incorpora beneficios económicos.

Una característica esencial de un pasivo es que la entidad tiene una obligación presente de actuar de una forma determinada. La obligación puede ser una obligación legal o una obligación implícita. Una obligación legal es exigible legalmente como consecuencia de la ejecución de un contrato vinculante o de una norma legal. Una obligación implícita es aquella que se deriva de las actuaciones de la entidad, cuando:

- Debido a un patrón establecido de comportamiento en el pasado, a políticas de la entidad que son de dominio público o a una declaración actual suficientemente específica, la entidad haya puesto de manifiesto ante terceros que está dispuesta a aceptar cierto tipo de responsabilidades; y,
- Como consecuencia de lo anterior, la entidad haya creado una expectativa válida, ante aquellos terceros con los que debe cumplir sus compromisos o responsabilidades. La cancelación de una obligación presente implica habitualmente el pago de efectivo, la

transferencia de otros activos, la prestación de servicios, la sustitución de esa obligación por otra o la conversión de la obligación en patrimonio. Una obligación puede cancelarse también por otros medios, tales como la renuncia o la pérdida de los derechos por parte del acreedor

**Patrimonio.**-es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos.

El Patrimonio es el residuo de los activos reconocidos menos los pasivos reconocidos. Se puede sub clasificar en el estado de situación financiera. Por ejemplo, en una sociedad por acciones, las sub clasificaciones pueden incluir fondos aportados por los accionistas, las ganancias acumuladas y ganancias o pérdidas reconocidas directamente en patrimonio.

### **2.8.2. Estado de resultados**

Según las NIIFS para las PYMES (2009), señala lo siguiente:

Una entidad presentará su resultado integral total para un periodo:

- En un único estado del resultado integral, en cuyo caso el estado del resultado integral presentará todas las partidas de ingreso y gasto reconocidas en el periodo.
- En dos estados un estado de resultados y un estado del resultado integral, en cuyo caso el estado de resultados presentará todas las partidas de ingreso y gasto reconocidas en el periodo excepto las que estén reconocidas en el resultado integral total fuera del resultado, tal y como permite o requiere esta NIIF. Está compuesto por :

**Ingresos.**- son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a largo del periodo sobre el que se informa, en forma de entradas o incremento de valor de activos, o bien



como decremento de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio, distintas de las relacionadas con las aportaciones de inversiones de patrimonio.

Los ingresos incluyen tanto ingresos de actividades ordinarias como a las ganancias:

- Los **ingresos de actividades ordinarias** surgen el curso de las actividades ordinarias de una entidad y adoptan una gran variedad de nombre, tales como ventas, comisiones, intereses, dividendos, regalías y alquileres.
- **Ganancias** son otras partidas que satisfacen la definición de ingresos pero que no son ingresos de actividades ordinarias. Cuando las ganancias se reconocen en el estado de resultados integral, es usual presentarse por separados, puesto que el mismo es útil para la toma de decisiones.

**Gastos.-** son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio distintos de los relacionados con las distribuciones realizadas a los inversores de patrimonio.

- Los **gastos** que surgen de la actividad ordinaria incluyen. Por ejemplo el costo de ventas, los salarios y la depreciación. Usualmente, toman la forma de una salida o una disminución del valor de los activos, tales como efectivo y equivalentes al efectivo, inventarios o propiedades, plante y equipo.
- Las **pérdidas** son otras partidas que cumplen la definición de gastos, y que pueden surgir en el curso de las actividades ordinarias de la entidad. Si las pérdidas se reconocen en el estado de resultados integral, habitualmente se presentan por separado, puesto que el conocimiento de las mismas es útil para la toma de decisiones económicas.

### 2.8.3. Estado de evolución patrimonial

Según las NIIFS para las PYMES (2009), señala lo siguiente:

El estado de evolución de patrimonio neto, también denominado Estado de cambio en el patrimonio neto, es el estado que suministra información acerca de la cuantía del patrimonio neto de la institución y de cómo este varía a lo largo del ejercicio contable como consecuencia de: transacciones con los propietarios y el resultado del período.

#### Objetivo

El estado de cambios en el patrimonio presenta el resultado del periodo sobre el que se informa de una entidad, las partidas de ingresos y gastos reconocidas en el otro resultado integral para el periodo, los efectos de los cambios en políticas contables y las correcciones de errores reconocidos en el periodo, y los importes de las inversiones hechas, y los dividendos y otras distribuciones recibidas, durante el periodo por los inversores en patrimonio.

Una entidad presentara en estado de cambios en el patrimonio que muestre:

- El resultado integral total del periodo, mostrando de forma separada los importes totales atribuibles a los propietarios de la controladora y a las participaciones no controladoras.
- Para cada componente de patrimonio, los efectos de la aplicación retroactiva o la reexpresión retroactiva reconocidos según la Sección 10 Políticas Contables, Estimaciones y Errores.
- Para cada componente del patrimonio, una conciliación entre los importes en libros, al comienzo y al final del periodo, revelando por separado los cambios procedentes de:
  - a) El resultado del periodo.
  - b) Cada partida de otro resultado integral.

- c) Los importes de las inversiones por los propietarios y de los dividendos y otras distribuciones hechas a éstos, mostrando por separado las emisiones de acciones, las transacciones de acciones propias en cartera, los dividendos y otras distribuciones a los propietarios, y los cambios en las participaciones en la propiedad en subsidiarias que no den lugar a una pérdida de control.

#### **2.8.4. Estado de flujo de efectivo**

Según las NIIFs para las PYMES (2009), señala lo siguiente:

El estado de flujos de efectivo proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo, de una entidad durante el periodo sobre el que se informa, mostrando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación.

Los **equivalentes al efectivo** son inversiones a corto plazo de gran liquidez que se mantienen para cumplir con los compromisos de pago a corto plazo más que para propósitos de inversión u otros. Por tanto, una inversión cumplirá las condiciones de equivalente al efectivo solo cuando tenga vencimiento próximo, por ejemplo de tres meses o menos desde la fecha de adquisición. Los sobregiros bancarios se consideran normalmente actividades de financiación similares a los préstamos. Sin embargo, si son reembolsables a petición de la otra parte y forman una parte integral de la gestión de efectivo de una entidad, los sobregiros bancarios son componentes del efectivo y equivalentes al efectivo.

#### **Información a presentar en el estado de flujo de efectivo**

Una entidad presentará un estado de flujos de efectivo que muestre los flujos de efectivo habidos durante el periodo sobre el que se informa, clasificados por actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación.

**Las actividades de operación** son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos de actividades ordinarias de la entidad. Por ello, los flujos de efectivo de actividades de operación generalmente proceden de las transacciones y otros sucesos y condiciones que entran en la determinación del resultado.

**Actividades de inversión** son las de adquisición y disposición de activos a largo plazo, y otras inversiones no incluidas en equivalentes al efectivo

### **2.8.5. Notas a los estados financieros**

Según las NIIFs para las PYMES (2009), señala lo siguiente:

Las notas proporcionan descripciones narrativas o desagregaciones de partidas presentadas en esos estados e información sobre partidas que no cumplen las condiciones para ser reconocidas en ellos. Además de los requerimientos de esta sección, casi todas las demás secciones de esta NIIF requieren información a revelar que normalmente se presenta en las notas.

#### **Estructura de las notas**

- a) Se presentarán información sobre las bases para la preparación de los estados financieros, y sobre las políticas contables específicas utilizadas,
- b) Se revelarán la información requerida por esta NIIF que no se presente en otro lugar de los estados financieros; y
- c) Se proporcionarán información adicional que no se presenta en ninguno de los estados financieros, pero que es relevante para la comprensión de cualquiera de ellos.

#### **Información a revelar sobre políticas contables**

Una entidad revelará lo siguiente, en el resumen de políticas contables significativas:

- a) La base (o bases) de medición utilizada(s) para la elaboración de los estados financieros.
- b) Las demás políticas contables utilizadas que sean relevantes para la comprensión de los estados financieros.

## **2.9 Capacitación**

### **2.9.1 Definición**

*<http://www.wikilearning.com>; (2009) manifiesta que: “La capacitación es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales. Puede ser interna o externa, de acuerdo a un programa permanente, aprobado y que pueda brindar aportes a la institución”.*

*La capacitación es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual los colaboradores adquieren o desarrollan conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a los quehaceres de la organización, el puesto o el ambiente laboral.*

### **2.9.2 Objetivos**

Según la página web. <http://psicologiayempresa.com>, los objetivos principales de la capacitación son los siguientes:

- Preparar al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.
- Proporcionar oportunidades para el desarrollo personal continuo, no solo en su cargo actual, sino también en otras funciones en las cuales puede ser considerada la persona.
- Cambiar la actitud de las personas, bien sea para crear un clima más satisfactorio entre los empleados, aumentar su motivación o hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

- Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.
- Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.
- Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología.
- Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

### **2.9.3 Importancia**

Según Adriana Díaz Palacios (2011) señala que la importancia de la capacitación tiene incidencia en varios aspectos como:

#### **Productividad**

Las actividades de capacitación no solo deberían aplicarse a los empleados nuevos sino también a los trabajadores con experiencia. Ya que capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño óptimo. Las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias.

#### **Calidad**

Los programas de capacitación y desarrollo apropiadamente diseñados e implantados, también contribuyen a elevar la calidad de la producción de la fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores están mejor informados acerca de los deberes y responsabilidades de sus trabajos,

cuando tienen los conocimientos y habilidades labores necesarios, son menos propensos a cometer errores costosos en el trabajo.

### **Desarrollo personal**

No todos los beneficios de capacitación se reflejan en la misma empresa. En el ámbito personal los empleados también se benefician de los programas de desarrollo administrativo, les dan a los participantes una gama más amplia de conocimientos, mayor sensación de competencia y un sentido de conciencia; un repertorio más grande de habilidades y otras consideraciones son indicativas del mayor desarrollo personal

### **Dimensión psicológica**

La capacitación genera un cambio de actitud, tanto para sus relaciones personales como laborales, además, mejora su grado de motivación, de seguridad en sí mismo, el nivel de autoestima, entre otros.

### **Prevención de la obsolescencia**

La capacitación continua es necesaria para mantener actualizados a los trabajadores de los avances en sus campos laborales respectivos, en este sentido la obsolescencia puede controlarse mediante una atención constante al pronóstico de las necesidades de recursos humanos, el control de cambios tecnológicos y la adaptación de los individuos a las oportunidades, así como los riesgos del cambio tecnológico. Las capacidades individuales están siendo transformadas en capacidades de la organización. Los gerentes y profesionales de Recursos Humanos deberán desarrollar constantemente las capacidades necesarias para el éxito

### **Salud y seguridad**

Una adecuada capacitación ayuda a prevenir accidentes industriales, mientras que en un ambiente laboral seguro puede conducir actividades más estables por parte del empleado.

## **Planeación de los Recursos Humanos**

Las necesidades futuras de personal dependerán en gran medida de la capacitación, y desarrollo del empleado.

### **Supervivencia**

La capacitación bien administrada, influye en la eficiencia de las organizaciones, porque se representa de manera directa en los subsistemas, (tecnología, administrativo, y el social-humano).

#### **2.9.4. Tipos de capacitación**

Según la página web <http://nature.berkeley.edu> los tipos de capacitación son los siguientes

##### **a) Por su formalidad**

###### **Capacitación Informal**

Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos, muchas de las funciones de un contador incluyen algún tipo de capacitación.

Una retroalimentación constructiva puede mejorar el desempeño de un colaborador de una manera más efectiva que la capacitación formal.

###### **Capacitación formal**

Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica, pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, entre otros.



**b) Por su naturaleza**

- **Capacitación de orientación**

Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización.

- **Capacitación vestibular**

Es un sistema simulado, en el trabajo mismo.

- **Capacitación en el trabajo**

Práctica en el trabajo.

- **Entrenamiento de aprendices**

Período formal de aprendizaje de un oficio.

- **Entrenamiento técnico**

Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo

- **Capacitación de supervisores**

Se prepara al personal de supervisión, para el desempeño de funciones gerenciales.

**c) Por su nivel ocupacional**

- Capacitación de Operarios,
- Capacitación de Obreros Calificados;
- Capacitación de Supervisores;
- Capacitación de Jefes de Línea,
- Capacitación de Gerentes

### **2.9.5. Modalidades prácticas de capacitación**

Según la página web [www.rrhh-web.com/capacitacion](http://www.rrhh-web.com/capacitacion) las modalidades de capacitación son las siguientes:

El Plan de capacitación podrá usar otras modalidades que se incorporen según las necesidades de la empresa, entre las cuales pueden ser: Inducción, Capacitación en el puesto de trabajo, Cursos internos, Seminarios y talleres, Cursos de actualización.

#### **Inducción**

Su objeto es la ambientación inicial al medio social y físico donde trabaja y se programa para todo colaborador nuevo. Será ejecutada de preferencia por el Jefe Inmediato.

El contenido del programa versará como mínimo lo siguiente:

- La Empresa, visión, misión, su organización y objetivo social.
- Los derechos y deberes del personal de acuerdo con el Reglamento Interno de Trabajo.
- Las Normas, Reglamento y Controles.
- El cargo que va a ocupar, sus funciones y responsabilidades.

Otros asuntos relacionados con su cargo.

#### **Capacitación en el puesto de trabajo**

Se desarrollara en el propio puesto de trabajo y mientras el interesado ejecuta sus tareas. La ejecutara el Jefe Inmediato, la instrucción se hará individual o en grupos.

#### **Cursos internos**

Consistirían en eventos de capacitación sobre técnicas y/o temas académicos, científicos, tecnología, u otro tema de interés empresarial, los mismos que se organizarán en

la Sede Central de la empresa, con la participación en algunos casos de las Sucursales. Entiéndase que para denominarlos como tal debe tener como mínimo 40 horas de duración.

### **Seminarios / talleres**

Son eventos de corta duración, alrededor de 14 horas en tres fechas y sobre temas puntuales que sirvan para reforzar o difundir aspectos técnicos o administrativos, en otros eventos generalmente concurrirán funcionarios de la Sede Central.

### **Cursos de actualización**

Los cursos de actualización generalmente se programan o se realizan en universidades, escuelas especializadas, institutos y otras instituciones comprometidas con la actualización, y desarrollo permanente de conocimientos de los colaboradores, estos eventos más recomendados son los seminarios y talleres en los que se dictan técnicas nuevas para personal de nivel jerárquico de la empresa.

### **2.9.6 Medios de capacitación**

Según la página web [www.rrhh-web.com/capacitacion](http://www.rrhh-web.com/capacitacion) manifiesta lo siguiente sobre los medios de capacitación:

Se refiere a las técnicas, instrumentos y metodologías que coadyuvan al cumplimiento de las actividades y objetivos de la capacitación. Dentro de los más principales tenemos Conferencia, Manuales de Capacitación, Videos, Simuladores, Realización efectiva del trabajo, Discusión de grupos e interacción social, Entrevistas para la solución de problemas, Técnicas grupales.

## **Conferencia**

Permite llegar a una gran cantidad de personas y transmitir un amplio contenido de información o enseñanza. Se puede emplear como explicación preliminar antes de demostraciones prácticas. Por ejemplo, es útil al impartir las medidas de seguridad, organización de planta, etc.

## **Manuales de capacitación**

Manuales de capacitación u otros impresos, diagramas que permiten la exposición repetida, es útil aplicación de secuencias largas o procedimientos complicados que no pueden retenerse en una sola presentación. Pueden combinarse con conferencias y prácticas de tareas reales.

## **Videos**

Puede sustituir a las conferencias o demostraciones formales, permite la máxima utilización de instructores más capaces. Los cortes, empalmes o en la cámara lenta son útiles para incidir en demostraciones de realidad. La grabación y proyección en videos de los colaboradores sujetos a capacitación, son un medio muy eficaz, sobre todo cuando se trata de mejorar la calidad del servicio.

## **Discusión de grupos e interacción social**

Comprende el desarrollo de habilidades interpersonales requeridas por tareas ejecutivas y de supervisión como vías de solución de problemas mediante grupos de discusión, dirección de debates y contratos con personas para el manejo directivo de problemas reales de supervisión. Se usa mayormente en formación de ejecutivos.

## **Entrevistas para la solución de problemas**

Se orienta básicamente al asesoramiento de colaboradores. Los supervisores encargados de capacitación mantienen periódicamente estas estrategias para mejorar la eficiencia en el trabajo de cada individuo. Se usa generalmente en la capacitación de directivos.

## **Simuladores**

Dan al aprendiz la posibilidad de participación y práctica repetida mediante la adquisición de habilidades necesarias en el trabajo real, se usan también sustitutos del equipo real. Pueden aislar y combinar las diferentes partes críticas o peligrosas del trabajo.

## **Técnicas grupales**

Consiste en ejercicios vivenciales, dinámicas grupales como los juegos de roles, psicodramas, Phillips 66, lluvias de ideas, y otros que pueden ser valiosos elementos para llevar a cabo la capacitación de acuerdo a los objetivos planteados.

### **2.9.7 Pasos de la capacitación**

Según la página web [www.rrhh-web.com/capacitacion](http://www.rrhh-web.com/capacitacion) los pasos para la capacitación son:

- **Analizar las necesidades.** Identifica habilidades y necesidades de los conocimientos y desempeño.
- **Diseñar la forma de enseñanza:** Aquí se elabora el contenido del programa folletos, libros, actividades. Etc.
- **Validación:** Aquí se eliminan los defectos del programa y solo se presenta a unos cuantos pero que sean representativos.
- **Aplicación:** Aquí se aplica el programa de capacitación.

- **Evaluación:** Se determina el éxito o fracaso del programa.

### **2.9.8 Finalidad de la capacitación**

Según la página web [www.rrhh-web.com/capacitacion](http://www.rrhh-web.com/capacitacion) la finalidad de capacitación constituye lo siguiente:

Todo plan de modernización de las empresas, debe sustentarse en una alta inversión en recursos humanos. La capacitación sirve para el desarrollo de las capacidades y habilidades del personal.

Hoy son los propios colaboradores quiénes están demandando capacitación en áreas y temas específicos; han asimilado la necesidad de mejorar para incrementar el valor transferido a los clientes.

Un desarrollo de recursos humanos efectivo en una empresa implica planeamiento, estructuración, educación, capacitación para así brindar conocimiento, destrezas y compromiso en los miembros y personal al máximo y utilizarlos creativamente como herramientas para brindar poder.

Hay muchas formas de impartir capacitación, desde sugerir lecturas hasta talleres vivenciales, todos los métodos son buenos, hasta cierto punto, pero los más eficaces parecen ser aquellos que dramatizan modelos para que la persona identifique y practique los comportamientos de quienes son eficientes y tienen éxito en determinado trabajo.

La capacitación facilita el aprendizaje de comportamientos relacionados con el trabajo, por ello, el contenido del programa debe ajustarse al trabajo. La ayuda de los expertos permite identificar los conocimientos, destrezas y las características personales que los instructores puedan enseñar y que sean válidos para el objetivo final.

La capacitación hará que el colaborador sea más competente y hábil. Generalmente, es más costoso contratar y capacitar nuevo personal, aun cuando éste tenga los requisitos para la nueva posición, que desarrollar las habilidades del personal existente.

Además, al utilizar y desarrollar las habilidades del colaborador, la organización entera se vuelve más fuerte, productiva y rentable.

### **2.9.9 Beneficios de la capacitación**

Según la página web [www.rrhh-web.com/capacitacion](http://www.rrhh-web.com/capacitacion) los beneficios de la capacitación son los siguientes:

#### **a) Como beneficia la capacitación a las organizaciones:**

- Conduce a rentabilidad más alta y a actitudes más positivas.
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la organización.
- Crea mejor imagen.
- Mejora la relación jefes-subordinados.
- Es un auxiliar para la comprensión y adopción de políticas
- Se agiliza la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Promueve al desarrollo con vistas a la promoción.
- Contribuye a la formación de líderes y dirigentes..
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- Ayuda a mantener bajos los costos.
- Elimina los costos de recurrir a consultores externos.

**b) Beneficios en relaciones humanas, relaciones internas y externas, y adopción de políticas:**

Mejora la comunicación entre grupos y entre individuos.

- Ayuda en la orientación de nuevos colaboradores.
- Proporciona información sobre disposiciones oficiales.
- Hace viables las políticas de la organización.
- Alienta la cohesión de grupos.
- Proporciona una buena atmósfera para el aprendizaje.
- Convierte a la empresa en un entorno de mejor calidad para trabajar.

**2.9.10 Ventajas de la capacitación**

Según la página web [www.rh-web.com/capacitacion](http://www.rh-web.com/capacitacion) las ventajas de la capacitación son las siguientes:

**a) Para la empresa:**

- Trabaja más organizada internamente.
- Conlleva a maximizar los resultados
- Fortalece su administración.
- Mayores niveles de rentabilidad

**b) Para el colaborador**

- Los colaboradores se sienten más a gusto.
- Da mayor seguridad, evitando accidentes.
- Posibilita desarrollarse personal y profesionalmente.
- Mayores habilidades y destrezas para el desempeño
- Consolidación en la integración de los miembros de la organización.



- Mayor identificación con la cultura organizacional.
- Disposición desinteresada por el logro de la misión empresarial.
- Entrega total de esfuerzo por llegar a cumplir con las tareas y actividades.
- Mayor retorno de la inversión.
- Alta productividad.
- Promueve la creatividad, innovación y disposición para el trabajo.
- Mejora el desempeño de los trabajadores.
- Desarrollo de una mejor comunicación entre los miembros de una organización.

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1 Presentación**

La capacitación ha constituido en la vida empresarial uno de sus objetivos primordiales, y ha estado encaminada a preparar y mantener actualizado a su personal técnico y operativo con los últimos adelantos tecnológicos en las áreas de su especialidad, al personal directivo en cuanto al conocimiento de normas que rigen la administración pública y privada; y, al personal administrativo, en la preparación necesaria para el cumplimiento de sus labores de apoyo.

Esto expresa que la capacitación, es incuestionablemente útil para mejorar el cumplimiento de las funciones del personal administrativo y operativo que labora en cada empresa, puesto que, en general permite disponer de talento humano debidamente competentes que garanticen la gestión interna y la calidad en la prestación de servicios hacia el exterior.

En la actualidad ofrecer capacitación, no se sustenta en dar simplemente seminarios o cursos de capacitación a un grupo de personas dentro de una empresa, sino lograr mediante un proceso eficaz y consciente formar equipos de trabajo más profesionales y técnicos en sus respectivas áreas, con el fin de dirigir a la empresa donde laboran a un desarrollo sostenible y duradero de acuerdo a las expectativas que la actualidad amerita

Por tal razón, la “Empresa de Asesoría y Capacitación Imbabura – EMACI CÍA. LTDA.”, tiene como prioridad contribuir al desarrollo del capital humano a todo nivel mediante la capacitación, formación técnica y formación profesional, con el fin de mejorar la

productividad de la persona y la empresa, con asesorías, programas y seminarios talleres específicos personalizados basados en la calidad y la excelencia.

Para la consecución de este objetivo, se realizara un Estudio de Mercado dentro del ámbito del proyecto, ya que es considerado como la parte técnica más importante de todo plan de negocios.

El Estudio de Mercado será aplicado dentro de la ciudad de Ibarra, con el fin de recabar información y de acuerdo a la opinión que emitan los encuestados tomar decisiones correctas sobre lo que se está suscitando.

## **3.2 Objetivos**

### **3.2.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta, a través de la investigación de campo en el ámbito del proyecto.

### **3.2.2 Objetivos específicos**

- Determinar los servicios de capacitación.
- Definir el segmento de mercado objetivo.
- Analizar la demanda existente en el mercado.
- Analizar la oferta del servicio de capacitación.
- Determinar la propuesta de mercadeo.

Dentro de este estudio se consideran cinco elementos: la identificación del producto o los servicios de capacitación, la segmentación del mercado objetivo, la demanda existente, la oferta y las estrategias de mercadeo, que son los componentes importantes del mercado.

### **3.3 Determinación de los servicios de capacitación**

El servicio de la empresa “EMACI CÍA. LTDA.” Comprende; capacitación en grupos y capacitación abierta o individual.

#### **3.3.1 Capacitación en grupos**

Este servicio de capacitación se desarrollará de acuerdo a los requerimientos de los clientes, y puede comprender los siguientes aspectos:

##### **a) Detectar las necesidades de capacitación**

Cuyo objetivo, es la de identificar las necesidades de capacitación en cada una de las áreas de trabajo para cumplir con su misión, para el desempeño de sus funciones o para el desarrollo de los proyectos en los cuales participa.

Por lo tanto, el diagnóstico de necesidades de capacitación de las empresas, consolidado por el jefe del área de recursos humanos y/o jefe de capacitación será producto de la identificación de necesidades de cada una de las áreas efectuada por los jefes inmediatos quienes deberán programarla y realizarla conjuntamente con su grupo de trabajo.

Los pasos importantes para detectar las necesidades de capacitación son:

- Análisis de debilidades de cada área frente a proyectos presentes y futuros.
- Identificación de las necesidades de cada área o dependencia de trabajo
- Identificación de las necesidades individuales.
- Consolidación de las necesidades de capacitación por dependencias.
- Consolidación de las necesidades de capacitación de la empresa a instruirse.

Una vez realizado el diagnostico, el servicio de capacitación se orientara a determinar a nivel individual de grupos o de áreas los aspectos o temas en los cuales se debe realizar

capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores o para que estos tengan las competencias técnicas requeridas para asumir cargos de mayor jerarquía y responsabilidad. Esta actividad se realiza conjuntamente con un equipo contraparte de la empresa cliente.

#### **b) Planificación y programación de la capacitación**

En esta fase, se determinara los programas de capacitación a ser impartidos durante un periodo generalmente de doce meses o de acuerdo al requerimiento de la empresa cliente.

La programación comprenderá la especificación del contenido de cada uno de los programas que contendrá: nombre del evento, objetivos generales y específicos, temario, metodología de enseñanza aprendizaje, formas de evaluación, duración, horario, fechas de ejecución e instructores.

#### **c) Ejecución y evaluación de la capacitación**

En lo que se refiere a la ejecución, el servicio de evaluación comprende, el control de la aplicación del desarrollo de los eventos de capacitación, de acuerdo con su correspondiente programa, así como la vigilancia concerniente a la calidad de salones, equipos, ayudas didácticas y refrigerios.

El servicio de evaluación puede estar orientado a evaluar cada evento en particular o a evaluar el plan de capacitación.

La evaluación de los eventos comprenderá la asesoría a los instructores o facilitadores para calificar los participantes, la valoración de la calidad de los instructores y la evaluación de la logística implementada para la ejecución.

La evaluación del plan posibilita determinar el nivel de impacto de la capacitación en la gestión de la empresa.

Además la importancia de éste producto dentro de la capacitación es que le permitirá a la “EMACI CÍA. LTDA” como centro y a la empresa que recibe la capacitación medir en términos reales del impacto de la misma y tomar las medidas necesarias para corregir aquellos puntos importantes.

### **3.3.2 Capacitación abierta**

Este servicio de capacitación comprenderá la oferta de programas de capacitación (cursos, seminarios, talleres) al mercado en función de lo cual los potenciales clientes soliciten participar en los mismos. Dentro del mercado de la capacitación existen muchas empresas que ofrecen cursos cerrados, es decir con solo el personal de una empresa.

Por esta razón la “EMACI CÍA. LTDA.” profundizara en dicho campo al no solamente dictar cursos al personal de una sola empresa, sino que cada uno de los seminarios o cursos serán planificados para cubrir cada una de las necesidades planteadas tanto en los estudios de diagnóstico realizados así como en las conversaciones con los directivos y administrativos de la empresa.

### **3.3.3 Desarrollo de competencias**

Otro punto fundamental que la Empresa de Asesoría y Capacitación Imbabura “EMACI CÍA. LTDA.” entregara a sus clientes, es una capacitación integral que ayudara directamente a crear y fomentar las competencias necesarias para cada uno de los cargos, es decir que el escogimiento de los seminarios y talleres se realizan para alcanzar una formación completa de cada uno de sus trabajadores, tanto para que se desenvuelvan de la mejor manera en el cargo a ellos asignado en el presente así como en la proyección de futuro.

### **3.3.4 Profesionales calificados**

Otro producto que la “EMACI CÍA. LTDA.” ofrecerá a los clientes, será un equipo de instructores o facilitadores calificados no solamente en las áreas de capacitación sino en todo el proceso, es decir que cada persona con la cual la empresa tenga algún contacto real o abstracto le brindará el mejor servicio profesional, para que el programa de capacitación tenga el éxito requerido; por ello se contara con un personal capacitado en cada una de los procesos requeridos para la capacitación en todas sus etapas.

### **3.3.5 Equipo y materiales**

Otro aspecto importante dentro de los servicios, es la tecnología de los equipos y materiales, que se utilizara dentro de la capacitación, por lo que en el área de informática se contara con un grupo de computadoras portátiles de última tecnología que al no encontrarse fijas nos permitirán trasladarlas al lugar que se requieren y armar una capacitación donde la empresa lo necesite.

Dentro de éste negocio la oportunidad de expansión siempre se encuentra presente por medio de la tecnología de las comunicaciones, en el mediano plazo se buscara llegar a otros lugares sin que necesariamente se encuentre el instructor físicamente sino mediante videoconferencia lograr juntar distintas sucursales de una misma empresa al mismo tiempo evitando con ello la movilización del personal de la empresa.

### **3.3.6 Posicionamiento de servicios**

Para posesionar a la nueva Empresa de Capacitación, el objetivo principal es la de motivar a los clientes potenciales de la ciudad de Ibarra a través de nuestros servicios de calidad brindados en cada uno de nuestras líneas y personal administrativo, consultores y demás con

el único fin de brindarles siempre un valor agregado al término de cada uno de los seminarios dictados.

### **3.4 Definición del mercado meta**

El mercado objetivo que tendrá la “EMACI CÍA. LTDA.”, será la población económicamente activa (PEA) del cantón Ibarra. El mercado meta serán los clientes insatisfechos de los actuales servicios de capacitación, que se comercializan en las diferentes empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra como meta inicial, y en el mediano plazo a nivel provincial y regional.

Lo que se pretende es que la empresa logre cubrir una parte de las necesidades de capacitación administrativa y financiera, requeridas por el personal directivo, administrativo y operativo de las entidades.

#### **3.4.1 Probabilidad de ingresar los servicios de capacitación en el mercado meta.**

Según el estudio diagnóstico realizado, para medir el grado de aceptación, y las probabilidades de ingresar en el mercado meta los servicios de capacitación y asesoría por parte de la “EMACI CÍA. LTDA.”, para profundizar los conocimientos, y habilidades del talento humano que trabajan en las organizaciones, se usó la encuesta como herramienta de trabajo, para obtener información, y evaluar el nivel de aceptación del servicio que ofrecerá la nueva empresa.



## ¿Su empresa necesita de los servicios de capacitación para su personal de trabajo?

### Cuadro N° 6

#### Aceptación de los servicios de capacitación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	62	81
No	15	19
TOTAL	77	100

**Fuente:** Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

**Elaboración:** La Autora

**Análisis:** Según el estudio diagnóstico, realizado a los trabajadores de las diferentes empresas existentes en la ciudad de Ibarra, se puede observar los siguientes resultados, el 81% de los encuestados si adquirirán los servicios de capacitación que ofertara la “EMACI CIA. LTDA.”, para mejorar las capacidades del personal de las empresas y el 19% no adquirirán sus servicios.

### 3.5 Segmento de mercado

Para realizar adecuadamente la segmentación, se manejó un Sistema de Información de Marketing (SIM), ya que a través de este se pudo conocer las percepciones de los potenciales clientes, así como también las oportunidades y los problemas que tiene el mercado, de esta manera fue posible posteriormente plantear una serie de estrategias y encontrar una fuente potencial de ventaja competitiva que nos permita actuar y competir exitosamente dentro del mercado. Para definir la segmentación hemos considerado los siguientes aspectos como se indica en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 7****Segmento de mercado**

<b>CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN</b>	<b>SEGMENTOS TIPOS DEL MERCADO</b>
Variable Geográfica	Ciudad de Ibarra
Variable Demográfica	387 empresas públicas y privadas
Variable por Beneficios	Beneficios que esperan los clientes

**Fuente:** I Cámara de comercio de Ibarra y Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), 2014

**Elaborado por:** La Autora

**3.5.1 Tamaño de la población o universo**

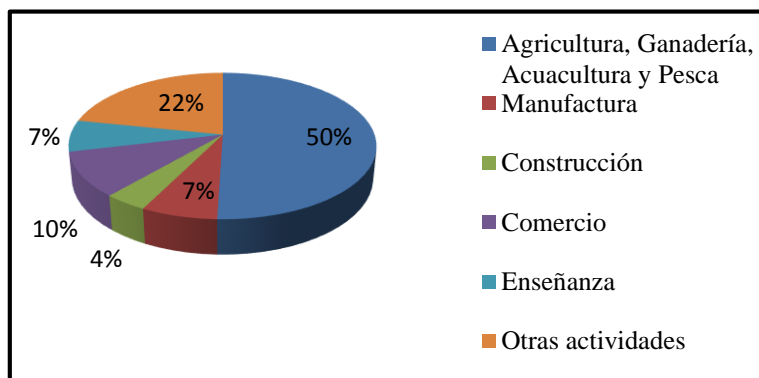
La unidad de análisis para la investigación son la Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Ibarra, distribuidos en las diferentes empresas existentes.

**Cuadro N° 8****Población económicamente activa por ramas de actividad**

<b>RAMAS DE ACTIVIDAD</b>	<b>% (PEA)</b>
Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca	50
Manufactura	7
Construcción	4
Comercio	10
Enseñanza	7
Otras actividades	22

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010

**Elaborado por:** La Autora

**Gráfico N° 1****Ramas de actividad**

**Análisis:** De acuerdo al cuadro, el 51% de la Población Económicamente Activa corresponde a la actividad agrícola, seguida con el 22% de otras actividades y con el 10% la actividad de comercio.

Para la realización del Estudio de Mercado, se aplicaron los siguientes procedimientos que son:

**3.5.2 Identificación de la población**

La población o universo objeto de la presente investigación que permitió recolectar toda la información, fueron proporcionados por los directivos, administrativos y operadores de las empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra.

Según la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) de la Zona 1, la ciudad de Ibarra cuenta con 40 empresas públicas y, según la Cámara de Comercio de Imbabura, con 347 empresas privadas registradas hasta el año del 2014.

**Cuadro N° 9****Empresas públicas y privadas ubicadas en la ciudad de Ibarra**

<b>EMPRESAS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Públicas	40	10
Privadas	347	90
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

Fuente: SENPLADES – Zona 1 y Cámara de Comercio Imbabura, 2014

Elaboración: La Autora

Por lo tanto la población para realizar el presente estudio de factibilidad para la creación de la empresa de Capacitación Administrativa y Financiera, se considerará a las 387 empresas tanto públicas como privadas, de las cuales se calculará la muestra con quienes se realizará la investigación diagnóstica y de mercado.

Para la aplicación del número de las de las encuestas de cada grupo de estudio, se tomara en forma proporcional el porcentaje de cada grupo, según se muestra en el *Cuadro N° 9*.

**3.5.3 Determinación de la muestra**

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

Para determinar la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

Dónde:

N = Población o Universo

n = Tamaño de la muestra a investigarse

$\delta^2$  = Varianza, valor constante = 0,25

Z = Nivel de confianza, equivalente a 1,96

e = Nivel de error (5% = 0,05)

Intervalo de Confianza = 95%

Reemplazando valores:

$$n = \frac{(387) (0,25)^2 (1,96)^2}{(0,05)^2(387 - 1) + (0,25)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{92,9187}{1,2051}$$

$$n = 77,10$$

$$n = 77$$

Este resultado refleja el número de encuestas a ser aplicadas para tener criterios reales sobre las necesidades de quien requiere este servicio. Con este Tamaño de Muestra se procede a obtener la información relevante aplicando el formulario de encuesta.

### 3.6 Diseño de instrumentos de investigación

En la presente investigación se utilizaron tres instrumentos que son los siguientes:

- Observación
- Encuesta

Los cuales son considerados esenciales para la investigación. Para el diseño de estos instrumentos de investigación se utilizaron como base:

#### a) La observación

Es una técnica que se utiliza en el desarrollo de la investigación, que permite conocer, descubrir y clasificar de manera consecuente cada una de los movimientos que se presentan en todo el personal que labora en la empresa objeto de la presente investigación; esta observación además, permite identificar las verdaderas necesidades y aspiraciones de estas.

### b) Encuestas dirigida a directivos, administrativos y obreros

Esta encuesta se aplica mediante un cuestionario, para la captación de la información del proyecto sobre los servicios de capacitación. Con esta herramienta se realizó las encuestas personalmente, se lo utilizó porque es un instrumento que facilita recolectar la información con mayor rapidez, menor costo, y con mayor veracidad en los resultados.

#### 3.6.1 Elaboración y aplicación de las encuestas

Para la investigación de campo, se utilizó como herramienta las encuestas que fueron diseñadas mediante un cuestionario de 16 preguntas cerradas y de ordenamiento en rangos. Para lo cual se realizaron 77 investigaciones en la ciudad de Ibarra.

#### 3.6.2 Tabulación de la información obtenida

En esta fase se procedió a procesar la información a través del programa EXCEL, la misma que es cuantificada por ítems y agrupada por variables, esto permite la presentación de la información en tablas y gráficos, para su posterior análisis.

#### *Cuadro N° 10*

#### *Porcentaje de las encuestas realizadas a directivos, administrativos, obreros y otros (PEA)*

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Directivos	20	26
Administrativos	32	42
Obreros	15	19
Otros (PEA)	10	13
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

**Elaborado por:** La Autora

### 3.6.3 Análisis y evaluación de los resultados de la encuesta

#### 1. Sexo de personas encuestadas

##### *Cuadro N° 11*

##### *Género de personas encuestadas*

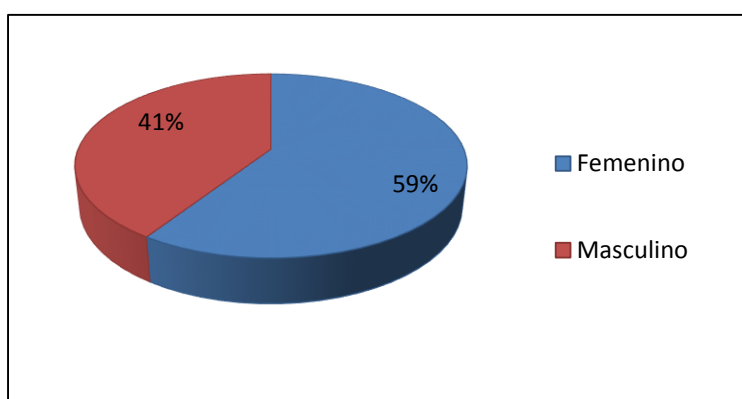
<b>GÉNERO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Femenino	45	59
Masculino	32	41
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

**Elaboración:** La Autora

##### *Gráfico N° 2*

##### *Género de personas encuestadas*



**Análisis:** De acuerdo al cuadro, el 59% de los encuestados fueron de sexo femenino y un 41 % fueron masculinos. Lo que se demuestra que en su mayoría las jefaturas de Talento Humano o de Gerencia en las empresas de la ciudad de Ibarra que se encargan del área de capacitación son de predominio femenino.

Debemos considerar este predominio dentro de nuestras estrategias del plan de marketing.

## 2 ¿Cuál es su cargo actual en la empresa donde labora?

### Cuadro N° 12

#### Cargo actual de las personas entrevistadas

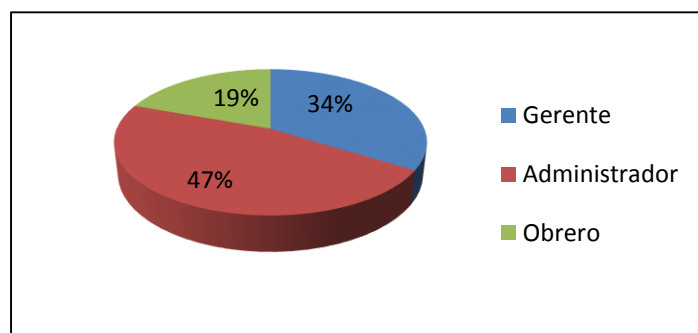
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Gerente	26	34
Administrador	36	47
Obrero	15	19
TOTAL	77	100

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

Elaboración: La Autora

### Gráfico N° 3

#### Cargo actual de las personas entrevistadas



**Análisis:** De acuerdo con la información proporcionada de la encuesta indica que el 48% corresponden a Administradores en su mayoría pertenecen a empresas del área de comercio, luego un 34% fue atendida por los Gerentes Propietarios de las diferentes empresas y finalmente un 19% a los obreros los cuales pertenecen ya a empresas mediana y grandes.



### 3 ¿Cuántos empleados tiene su empresa?

*Cuadro N° 13*

*Número de empleados de las entidades*

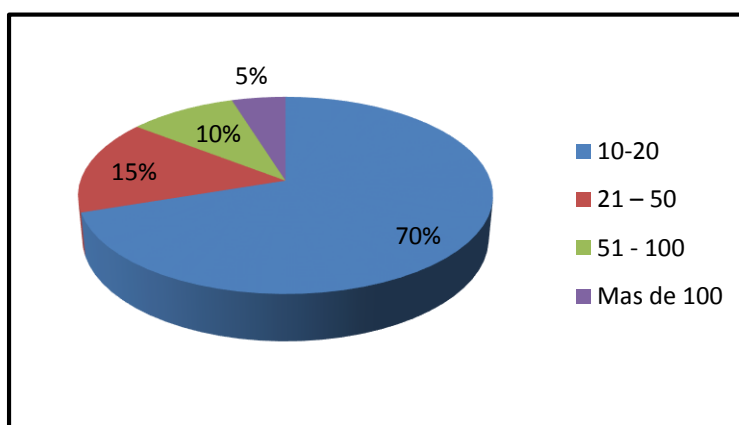
RANGO	CANTIDAD	%
10 - 20	54	70
21 – 50	12	15
51 - 100	7	10
Más de 100	4	5
TOTAL	77	100

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

Elaboración: La Autora

*Gráfico N° 4*

*Número de empleados de las entidades*



**Análisis:** De las personas encuestados, un 70% están dentro de la empresas denominadas PYMES, seguido tenemos un 15% en empresa de 21 a 50 empleados los cuales según nuevas reformas ya nos permite desarrollar un mayor número de cursos por persona, luego tenemos un 10% de 51 a 100 empleados y finalmente en un 5% más de 100 empleados que sigue dentro de la denominación de PYMES.

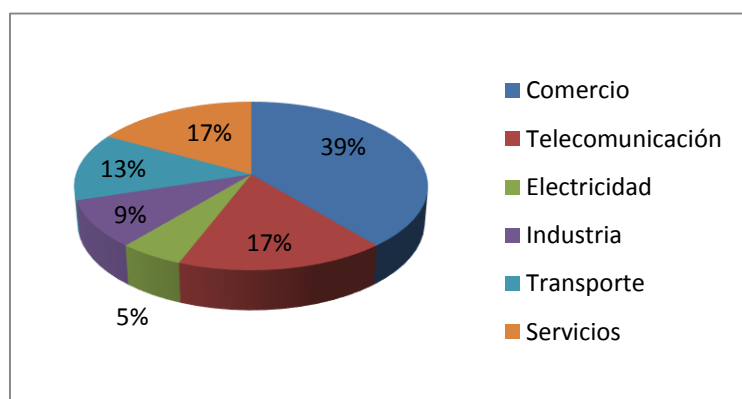
## 4. ¿A qué sector productivo pertenece su empresa?

**Cuadro N° 14****Empresas por sector productivo**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Comercio	30	39
Telecomunicación	13	17
Electricidad	4	5
Industria	7	9
Transporte	10	13
Servicios	13	17
TOTAL	77	100

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 5****Empresas por sector productivo**

**Análisis:** De las personas encuestas, el 39% representa a las empresas que desarrollan actividades de comercio; el 17% corresponden a cada una de las actividades de servicios y telecomunicaciones; el 13% realizan actividades de transporte; el 9% a la actividad de la industria; y el 5% a actividades de electricidad.

De acuerdo con los datos de mercado estaría direccionado hacia las empresas cuyas actividades se refieren a comercio, servicios, telecomunicación, transporte, electricidad e industrias.

## 5 ¿Considera que la capacitación mejora el desarrollo de la empresa?

### Cuadro N° 15

#### Opinión de las empresas (potenciar las capacidades de los empleados)

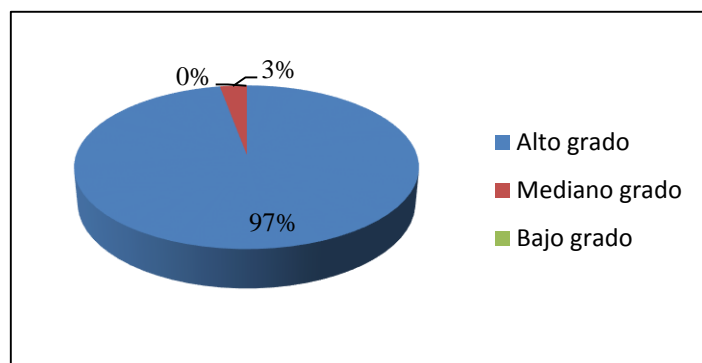
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alto grado	75	97
Mediano grado	2	3
Bajo grado	0	0
TOTAL	77	100

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

Elaboración: La Autora

### Gráfico N° 6

#### Potenciar capacidades de los empleados



**Análisis:** De acuerdo a la información se deduce que el 97% opinan positivamente sobre los efectos de la capacitación que es en alto grado y el 3% opinan que la productividad individual por efectos de la capacitación, se incrementa en mediano grado.

Este resultado refleja la confianza que tienen las distintas empresas respecto de la incidencia de la capacitación en las capacidades de los empleados.

## 6 ¿La empresa realiza capacitación según prioridad de las necesidades en?

### Cuadro N° 16

#### *Aéreas de capacitación acorde a las necesidades*

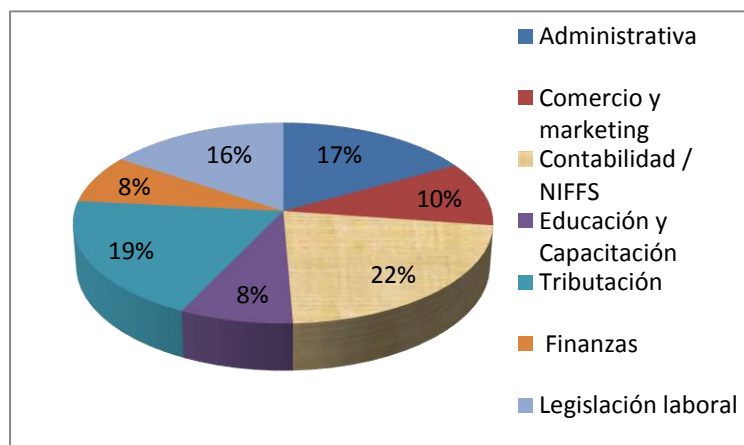
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Administrativa	13	17
Comercio y marketing	8	10
Contabilidad / NIIF	17	22
Educación y Capacitación	6	8
Tributación	15	19
Comercio y Finanzas	6	8
Legislación laboral	12	16
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

Elaboración: La Autora

### Gráfico N° 7

#### *Aéreas de capacitación acorde a las necesidades*



**Análisis:** Del total de las personas encuestados, un 22% opino que acorde a las necesidades de capacitación de sus empresas optan por seminarios en Contabilidad; el 19% en tributación; seguido de un 17% en seminarios en el área de administración, un 16% resalta el área de legislación laboral, un 10% en comercio y marketing y un 8% en educación y finanzas, siendo las cuatro primeras áreas las más relevantes, haciendo hincapié que el área de contabilidad se resalta más en el sector de comercio.

**7 ¿Los aspectos más importantes que considera la empresa para contratar los servicios de capacitación son?**

**Cuadro N° 17**

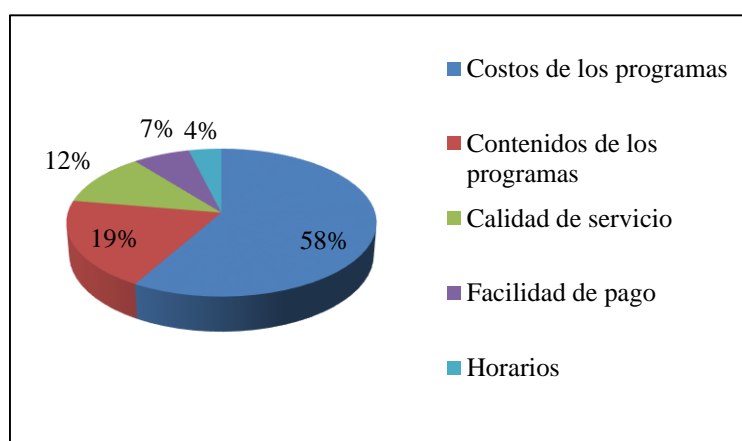
**Factores determinantes de la capacitación**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Costos de los programas	45	58
Contenidos de los programas	15	20
Calidad de servicio	9	11
Facilidad de pago	5	7
Horarios	3	4
TOTAL	77	100

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014  
Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 8**

**Factores determinantes de la capacitación**



**Análisis:** El 58% de las empresas considera que los factores más importantes para la contratación de servicios de capacitación son en el costo de los programas, el 19% los contenidos de los programas ofertados y el 12% la calidad del servicio. El restante ubica también en rango de importancia a las facilidades de pago y los horarios de los programas de capacitación.

Los indicadores correspondientes al 58% señalado constituirán por lo tanto aspectos relevantes a ser considerados por la empresa para la oferta de sus servicios.

## 8 ¿Su empresa ha contratado algún tipo de capacitación durante el último año?

### Cuadro N° 18

#### Tendencia de consumo de servicios capacitación

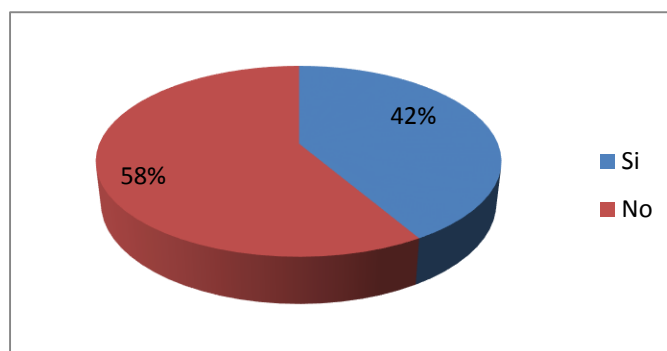
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	32	42
No	45	58
TOTAL	77	100

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

Elaboración: La Autora

### Gráfico N° 9

#### Tendencia de consumo de servicios capacitación



**Análisis:** Del total de empresas encuestadas el 58% afirma que no contrataron servicios de capacitación en el último año y el 42% asegura haber contratado algún tipo de asesoramiento para la mejora de la gestión de la empresa.

## 9. ¿En el presupuesto general de la empresa existe un rubro destinado para capacitarse?

**Cuadro N° 19**

**Rubro específico para capacitación**

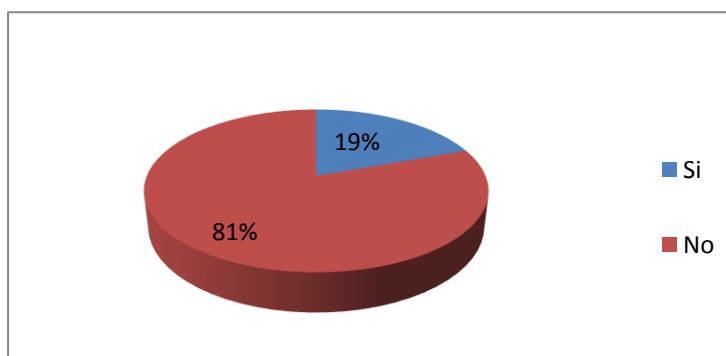
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	15	19
No	62	81
TOTAL	77	100

**Fuente:** Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 10**

**Rubro específico para capacitación**



**Análisis:** De acuerdo al resultado el 19% de las empresas disponen de un rubro para la capacitación y el 81% no disponen.

Lo que posibilita que la empresa oferte los servicios sobre una base cierta de disponibilidad financiera de las empresas para actividades de capacitación.

## 10 ¿La empresa en cuanto a jornadas de capacitación prefiere?

*Cuadro N° 20*

### *Preferencia de horarios para jornadas de capacitación*

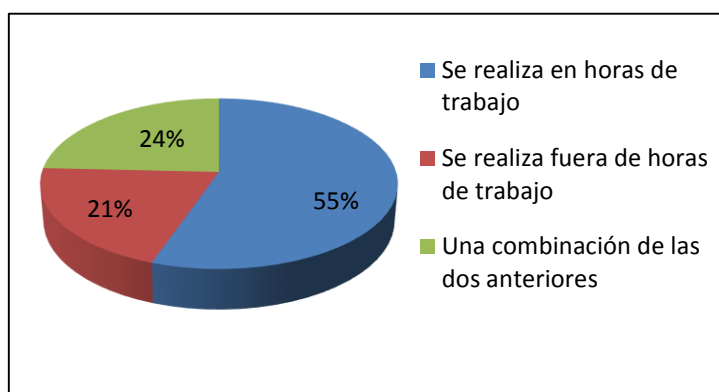
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Se realiza en horas de trabajo	42	55
Se realiza fuera de horas de trabajo	16	21
Una combinación de las dos anteriores	19	24
TOTAL	77	100

**Fuente:** Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

**Elaboración:** La Autora

*Gráfico N° 11*

### *Preferencia de horarios para jornadas de capacitación*



**Análisis:** Según el cuadro, el 57% considera que se realice la capacitación en horas de trabajo, el 25% en una combinación de los dos horarios y el 21% lo prefiere fuera de trabajo.

Lo que indica que la oferta de servicios a ser comercializada, en cuanto a horarios considerará principalmente que las jornadas se realicen en horas de trabajo o en una combinación de estas y fuera de estas.



## 11. ¿Nombre tres operadoras de capacitación, con las cuales su empresa haya trabajado?

*Cuadro N° 21*

*Empresas de capacitación que contrataron*

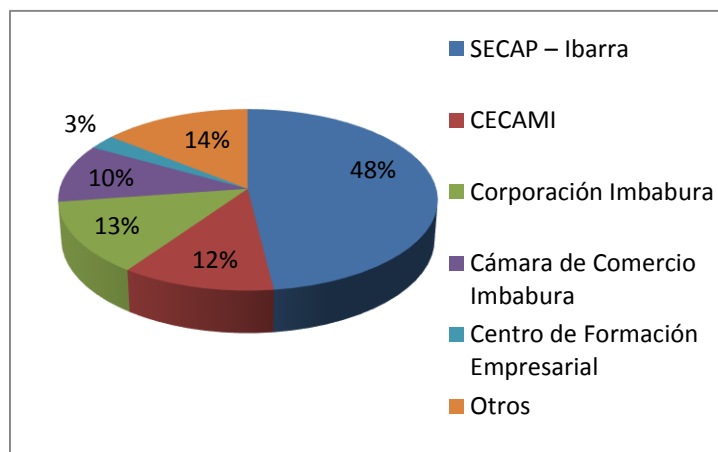
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SECAP – Ibarra	37	48
CECAMI	9	12
Corporación Imbabura	10	13
Cámara de Comercio Imbabura	8	10
Centro de Formación Empresarial	2	3
Otros	11	14
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

Elaboración: La Autora

*Gráfico N° 12*

*Empresas de capacitación que contrataron*



**Análisis:** En su orden las empresas que configuran la mayor competencia con los servicios a ser comercializados son: con el 48% el Servicio de Capacitación Profesional (SECAP), 14% otros, que señalaron servicios de capacitación organizados por empresas asesoramiento empresarial, el 13% en la Corporación Imbabura, con el 10% en la Cámara de Comercio Imbabura y 3% el Centro de Capacitación del Municipio de Ibarra (CECAMI).

## 12. ¿La empresa con qué frecuencia utiliza el servicio de capacitación?

*Cuadro N° 22*

### *Frecuencia de capacitación*

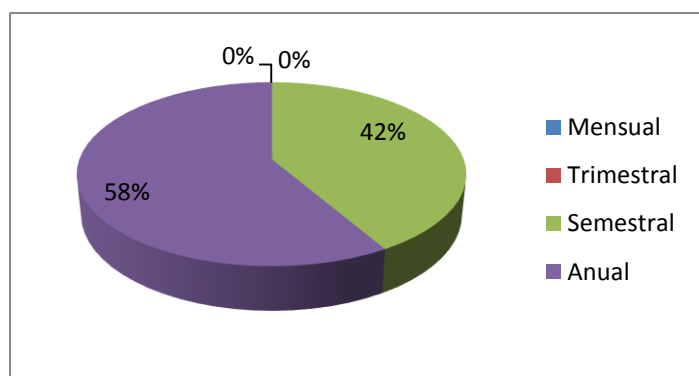
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mensual	0	0
Trimestral	0	0
Semestral	32	42
Anual	45	58
TOTAL	77	100

**Fuente:** Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

**Elaboración:** La Autora

*Gráfico N° 13*

### *Frecuencia de capacitación*



**Análisis:** De las personas encuestadas, el 44% manifiestan tener capacitación trimestralmente que corresponden al sector de comercio, el 29% de manera mensual, seguido de un 16% quienes lo hacen anualmente y finalmente un 11% expusieron que la capacitación se desarrolla semestralmente. Lo que indica que en las empresas los directivos no cuentan con programas de capacitación para sus empleados, a pesar de que exista dentro del presupuesto recursos destinados para el auto desarrollo.

### 13. ¿Cuánto invirtió/ invierte en actividades de capacitación? (indique un rango)

#### Cuadro N° 23

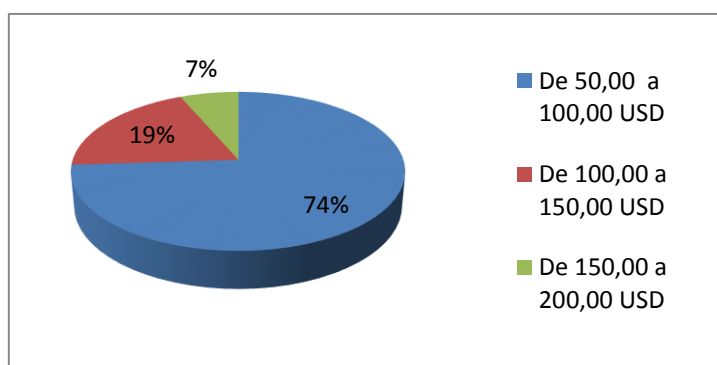
##### Nivel de inversión en la última capacitación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 50,00 a 100,00 USD	57	74
De 100,00 a 150,00 USD	15	19
De 150,00 a 200,00 USD	5	7
TOTAL	77	100

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014  
Elaboración: La Autora

#### Gráfico N° 14

##### Nivel de inversión en la última capacitación



**Análisis:** El 74% está dispuesto a pagar de 50,00 a 100,00 dólares, por un servicio de capacitación con una duración de 8 horas, el 19% de a 100,00 a 150,00 por programa de capacitación y el 7% de 150,00 a 200,00 dólares, en los que supieron manifestar los siguientes: que el precio a pagar influirá en los temas a tratar en cada programa ofertado.

**14¿Cuántas personas asistieron/asisten a los diferentes cursos de capacitación? (Indique un rango)**

**Cuadro N° 24**

**Frecuencia de personas que asisten a cursos**

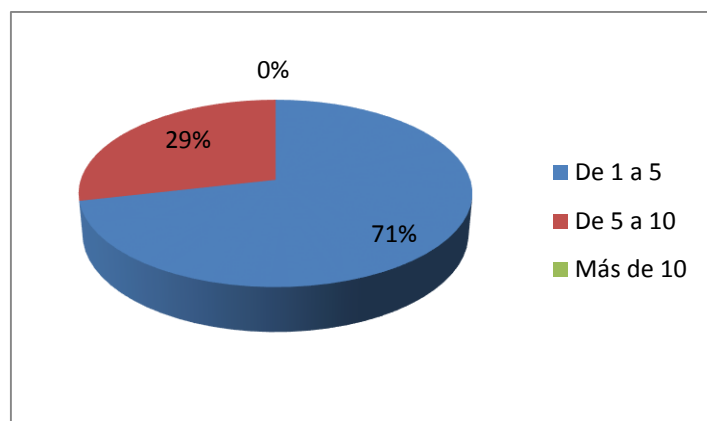
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De 1 a 5	50	71
De 5 a 10	22	29
Más de 10	0	0
TOTAL	77	100

**Fuente:** Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 15**

**Frecuencia de personas que asisten a cursos**



**Análisis:** de la pregunta realizada sobre el número de personas que asisten a las diferentes capacitaciones, respondieron que: el 71% de 1 a 5 participantes, mientras que el 29% de 5 a 10.

## 15¿Cuáles son los principales problemas que encuentra en el actual servicio?

**Cuadro N° 25**

### *Problemas en el actual servicio de capacitación*

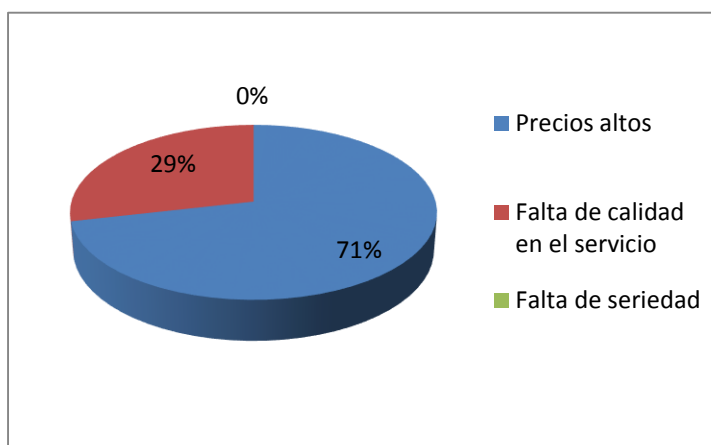
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
<b>Precios altos</b>	55	71
<b>Falta de calidad en el servicio</b>	22	29
<b>Falta de seriedad</b>	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 16**

### *Problemas en el actual servicio de capacitación*



**Análisis:** Según los resultados obtenidos, se observa que el 71% de las empresas en la ciudad de Ibarra han tenido como limitante los costos altos de los programas de capacitación, mientras que el 29 % manifiesta que la falta de calidad de los servicios ofertados, son una de las causas, que no ha permitido mejorar las capacidades de su talento humano de acuerdo a sus necesidades profesionales y personales.

**16 ¿Le gustaría disponer de una nueva empresa que le ofrezca el servicio de capacitación en condiciones de eficiencia, precios razonables y seriedad?**

**Cuadro N° 26**

***Aceptación de una nueva empresa de capacitación***

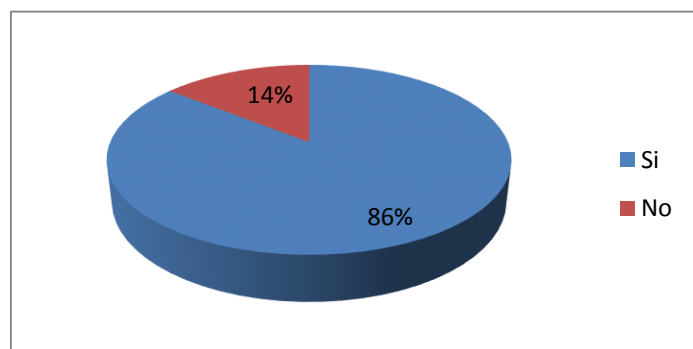
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	66	86
No	11	14
TOTAL	77	100

**Fuente:** Encuesta a personal de entidades públicas y privadas. Enero, 2014

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 17**

***Aceptación de una nueva empresa de capacitación***



**Análisis:** Según los resultados obtenidos en la encuesta, se determinó que el 86% de las empresas ubicadas en la ciudad de Ibarra, manifiestan que si les gustaría contar con una nueva empresa de capacitación, en condiciones muy accesibles con el cliente, y que, les brinde todas las facilidades para fortalecer las capacidades de su personal, en las diferentes áreas de acuerdo a las necesidades, y así mejorar la productividad o el negocio de la empresa.

### 3.7 Análisis de la demanda

#### 3.7.1 Demanda del producto o servicio

El análisis de la demanda se efectuará de forma cualitativa, y cuantitativa. La demanda histórica está basada en las encuestas a los clientes del servicio de capacitación, y de la información estadística proporcionada por INEC 2010 y SIISE (Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador).

La Población Económicamente Activa de la ciudad de Ibarra, y su distribución por sexo se encuentra en la siguiente tabla.

*Cuadro N° 27*

***Población económicamente activa (PEA)***

CIUDAD	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)			
	Hombres	Mujeres	Total	%
Ibarra	29.257	17.302	46.559	100
<b>TOTAL</b>	<b>29.257</b>	<b>17.302</b>	<b>46.559</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC, Censo de Población 2010

Elaborado por: La Autora

Por lo tanto la demanda potencial de estos servicios de capacitación es la población económicamente activa (PEA) y las entidades públicas y privadas de Ibarra.

#### 3.7.2 Perfil del consumidor

El perfil de los clientes del servicio de capacitación administrativa financiera es la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, conformado por diferentes segmentos de mercado.

### 3.7.3 Demanda potencial

Cuando la oferta es restringida, la existencia de un mercado insatisfecho es evidente. Los clientes finales, (empresas públicas y privadas) adquieren el producto o servicio existente en el mercado, en una demanda de oportunidad en el aprovisionamiento. El desplazamiento mayor o menor de las curvas de la demanda del servicio de capacitación administrativa financiera, dependerá de los cambios que se presenten en los siguientes factores que las determinan:

- Gustos y preferencias de los clientes.
- Precios de los servicios de capacitación.
- Cambios en las expectativas de los precios relativos y futuros.

### 3.7.4 Demanda actual del servicio

La demanda actual, fue calculada tomando en cuenta el resultado de las encuestas realizadas a las personas que trabajan en las empresas, tanto públicas como privadas de la ciudad de Ibarra.

#### *Cuadro N° 28*

#### *Demanda aparente de capacitaciones en número de empresas*

	%	N° DE EMPRESAS
<b>Universo</b>	100	387
<b>Total empresas que contrataron capacitación (Pregunta 8)</b>	42	163

Fuente: Investigación de mercado  
Elaborado por: La Autora

Del universo de investigación el 42% de las empresas que según la pregunta 8 de la investigación son las que han contratado dichos servicios, en total 163 empresas en distintas dimensiones. Del total de empresas obtenidas es necesario definir el grupo objetivo al que se



orientarán la empresa sobre la base del monto invertido, así pues la capacitación ofertada se orientará a las empresas cuyo presupuesto para actividades de consultoría sea superior a los 50,00 dólares. El cuadro N°28 muestra los segmentos existentes en el mercado de acuerdo a los montos invertidos:

**Cuadro N° 29**

***Demanda real de acuerdo al monto a invertir***

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA APARENTEMENTE N° DE EMPRESAS</b>		
<b>2015</b>	<b>163</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>	
De 50,00 a 100,00 USD	57	74	
De 100,00 a 150,00 USD	15	19	
De 150,00 a 200,00 USD	5	7	
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>100</b>	

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaborado por:** La Autora

El total del segmento está conformado por 95 empresas. Tomando como referencia la frecuencia de contratación descrita en la pregunta 12, señalada en la pregunta 14, se calcula el total de capacitaciones esperadas en el segmento al año 2015.

**Cuadro N° 30**

***Demanda real en número de capacitaciones***

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA REAL EN N° DE EMPRESAS</b>	<b>PROMEDIO DE CAPACITACIONES POR AÑO</b>	<b>TOTAL CAPACITACIONES</b>
<b>2015</b>	95	2	190

**Fuente:** Investigación de mercado

**Elaboración:** La Autora

La demanda real en número de capacitaciones se obtiene del producto entre el número de empresas del segmento, el promedio de capacitaciones contratadas, por año (2), lo que da como resultado 190 capacitaciones al año 2015.

### 3.7.6 Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda futura de servicios de Capacitación requerida por las empresas públicas y privadas de Ibarra, se tomará como año base el 2015, utilizando la tasa de crecimiento promedio del Producto Interno Bruto de los 5 últimos años, como se detalla en la siguiente cuadro:

#### *Cuadro N° 31*

#### *Producto interno bruto (PIB)*

AÑO	%
<b>2010</b>	3,5
<b>2011</b>	7,9
<b>2012</b>	5,2
<b>2013</b>	4,6
<b>2014</b>	4,9
<b>TOTAL</b>	<b>26,1</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>5,22</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

Elaboración: La autora

Para la proyección se utilizará la siguiente formula:

$$Q = (1 + t)^n$$

Dónde:

Q = Cantidad de empresas demandantes

t = Tasa de crecimiento PIB

n = Año de proyección

El cuadro N° 31 muestra el cálculo:

**Cuadro N° 32****Proyección total de la demanda**

Factores;

$$\text{Año Base} = 5,22\%$$

$$\text{Año 1} = (1 + 5,22\%)^1 = 1,0522$$

$$\text{Año 2} = (1 + 5,22\%)^2 = 1,1071$$

$$\text{Año 3} = (1 + 5,22\%)^3 = 1,1649$$

$$\text{Año 4} = (1 + 5,22\%)^4 = 1,2257$$

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	TOTAL DEMANDA PROYECTADA
<b>2015</b>	Año Base	190
<b>2016</b>	1,0522	200
<b>2017</b>	1,1071	210
<b>2018</b>	1,1649	221
<b>2019</b>	1,2257	233

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaboración: La autora

La demanda proyectada en el año 2019 será de 233 cursos de capacitaciones.

**3.8 Análisis de la oferta**

En la actualidad existen un sin número de empresas dedicadas a ofertar servicios de capacitación, de acuerdo a su estructura se puede establecer tres tipos de competidores: **Primarios**, que son los que actualmente poseen una gran trayectoria dentro del área de ofertar servicios de capacitación, tanto dentro y fuera de la ciudad de Ibarra; **Secundarios**, son los cursos en línea, algunas empresas utilizan la tecnología para su beneficio y capacitan completamente a sus empleados; **Terciarios**, serían los consultorías que proporcionan información rápida y practicas a costos accesibles.

### **3.8.1 Objetivo**

Preparar y capacitar por competencias al Talento Humano de las empresas productivas y de servicios, públicas y privadas, contribuyendo al mejoramiento continuo de las mismas, de manera que la producción de bienes y servicios alcance altos niveles de productividad y competitividad, sustentados en valores y principios que se relacionen con el desarrollo y crecimiento de las personas y de las empresas.

El desplazamiento positivo o negativo de la oferta se ve influenciado por:

- Los precios de los factores e insumos utilizados para producir el servicio.
- Tecnología.
- Impuestos y subsidios.
- Expectativas de precios.

### **3.8.2 Metodología**

La metodología que se describe corresponde a los procesos de programación, ejecución y evaluación y seguimiento de la capacitación

#### **a) Programación de la capacitación**

Este proceso comprende principalmente la ejecución de las siguientes actividades:

- Determinar las necesidades técnico – profesionales.
- Investigar y consultar sobre problemas a resolver con capacitación.
- Levantar los perfiles profesionales basados en competencias.
- Establecer los objetivos específicos de la capacitación.
- Diseñar el currículo de capacitación.

- Establecer la metodología de capacitación de competencias.
- Elaborar la propuesta de programa de capacitación.

#### **b) Ejecución de la capacitación**

Este proceso comprende principalmente la ejecución de las siguientes actividades:

- Integrar los conocimientos, habilidades y valores.
- Propiciar la creatividad.
- Relacionar el saber, el saber hacer y el saber ser, con los conocimientos, las habilidades y los valores respectivamente.
- Ser práctica y realista.
- Evitar generalizaciones.
- Ser originales en la búsqueda de alternativas.
- Buscar la participación y contribución de todo el equipo..

#### **c) Evaluación y seguimiento de la capacitación**

Este proceso comprende principalmente la ejecución de las siguientes actividades:

- Evaluación de resultados alcanzados en relación con los planificados
- Certificación de los conocimientos y habilidades adquiridas o desarrolladas por el personal.
- Evaluaciones del programa o curso de capacitación, 30 días después de su ejecución.
- Elaboración de un informe de los cursos para la empresa.
- Evaluación interna y mejoramiento de programas.

### **3.8.3 Servicios**

La empresa ofrece los servicios de capacitación de acuerdo a los requerimientos de la organización contratante, Programación Abierta – Mediante la exposición de seminarios, cursos, talleres planificados mes a mes, con el objetivo de cubrir requerimientos exactos.

Consultoría en el área contable: análisis financieros, reformas tributarias, reformas laborales, entre otros.

### **3.8.4. Precios**

El precio de los servicios de capacitación, y consultoría dependerán del grado de complejidad y el presupuesto que el cliente dispone para su contratación, la estrategia a implementarse es la de precios de penetración, que busca reducir en primera instancia el margen de utilidad con el objetivo de obtener una cuota de mercado amplia en el corto tiempo.

#### **Nivel de la oferta del servicio de capacitación**

Con el propósito de determinar el nivel de oferta del servicio de capacitación en la ciudad de Ibarra, se ha tomado en consideración la cartera de centros de capacitación que están acreditados al Consejo Nacional de Capacitación y formación Profesional (CNCF).

Las empresas que se encuentran registradas en la base de datos del Servicio de Rentas Internas, bajo el Clasificador Industrial Único CIU de educación de adultos y otros tipo de enseñanza, las registradas en la Secretaria Nacional Técnica de Desarrollo de Recursos Humanos, y Remuneraciones del Sector Publico (SENRES) como operadoras de capacitación.

Según esta información en la ciudad de Ibarra existe una empresa que oferta servicios de capacitación en temas administrativos financieros y, es el SERVICIO DE CAPACITACION PROFECIONAL (SECAP) que pertenece al sector público.

La “EMACI CÍA. LTDA.”, tendrá la disponibilidad de capacitar en todas las áreas que requiera una empresa, es decir tanto en la parte administrativa financiera como en la parte técnica, para lograr con ello, formar colaboradores no solamente motivados y con ganas de superación, sino profesionales en cada una de las labores que deban realizar dentro de su cargo.

Las áreas comunes sobre las cuales se desarrollara la capacitación son:

### **Cuadro N° 33**

#### **Estructura curricular**

N°	ÁREAS DE CAPACITACIÓN
1	Administrativa
2	Comercio y marketing
3	Contabilidad / NIIF
4	Educación y Capacitación
5	Tributación
6	Comercio y Finanzas
7	Legislación Laboral

Fuente: Consejo Nacional de Capacitación Profesional, 2014

Elaborado por: La Autora

#### **Identificación de la oferta**

Los servicios de capacitación a nivel del mercado de la ciudad de Ibarra, está siendo cada vez más requerido por la población económicamente activa con la finalidad de mejorar la productividad de sus pequeñas y medianas empresas.

La nueva empresa de capacitación en la ciudad de Ibarra, dará a conocer su producto o servicios en las siete áreas temáticas, las cuales serán programadas y ofertadas a las empresas públicas y privadas de la ciudad. A continuación se detalla la oferta real de la “EMACI CÍA. LTDA.”:

### 3.8.5 Cuantificación de la oferta

Debido a la dificultad de cuantificar la oferta, se consideró el 2% del mercado total del principal competidor ofertante de cursos de capacitación en la ciudad de Ibarra que es el SECAP, puesto que las ciudades con mayor oferta de cursos son Quito y Guayaquil, Así tenemos:

#### *Cuadro N° 34*

##### *Cursos ofertados*

DETALLE	AÑO 2014 (NIVEL NACIONAL)	N° DE CURSOS OFERTADOS EN IBARRA
<b>Sector Público</b>	1,729	35
<b>Sector Privado</b>	4,034	81
<b>TOTAL</b>	<b>5,763</b>	<b>116</b>

Fuente: [www.secap.gob.ec/2014](http://www.secap.gob.ec/2014)

Elaborado por: La Autora

#### **Proyección de la oferta**

Para el cálculo de la oferta de capacitación se tomará como referencia la tasa de crecimiento de las empresas pertenecientes al sector de Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler, registrados por Ecuador en Cifras 1,20% entre el año 2013 y 2014, último registro actualizado.

Para proyectar la oferta de servicios de capacitación en la Ciudad de Ibarra para el período 2015 - 2019, se utilizó la misma ecuación de cálculo para la proyección de la demanda y se obtuvo los siguientes resultados:

$$Q = (1 + t)^n$$

Dónde:

Q = Cantidad de empresas ofertantes



t = Tasa de crecimiento de compañías en el sector

n = Año de proyección

### **Cuadro N° 35**

#### **Proyección total de la oferta**

Factores;

$$\text{Año Base} = 1,20\%$$

$$\text{Año 1} = (1 + 1,20\%)^1 = 1,012$$

$$\text{Año 2} = (1 + 1,20\%)^2 = 1,024$$

$$\text{Año 3} = (1 + 1,20\%)^3 = 1,036$$

$$\text{Año 4} = (1 + 1,20\%)^4 = 1,048$$

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	OFERTA TOTAL EN NÚMERO DE CURSOS
<b>2014</b>	AÑO BASE	116
<b>2015</b>	1,012	117
<b>2016</b>	1,024	120
<b>2017</b>	1,036	125
<b>2018</b>	1,048	131
<b>2019</b>	1,061	138

Fuente: SECAP, Ecuador en Cifras y Observación Directa.

Elaboración: La autora

El total de la oferta de capacitaciones proyectada en el año 2019 será de 138 cursos de capacitaciones.

### **3.9 Balance oferta demanda**

En el siguiente cuadro se analiza la oferta y demanda de los servicios de capacitación a nivel de la ciudad de Ibarra, y se hace una proyección hasta el año 2019.

### 3.9.1 Demanda insatisfecha total

#### *Cuadro N° 36*

#### *Balance oferta – demanda*

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
<b>2015</b>	190	116	74
<b>2016</b>	200	117	83
<b>2017</b>	210	120	90
<b>2018</b>	221	125	96
<b>2019</b>	233	131	102

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 3.10 Demanda a cubrir por el proyecto

La “EMACI CÍA. LTDA.”, estima cubrir el 26,32% de la demanda real actual que es de 190 cursos de capacitación en siete áreas temáticas, con una propuesta de 50 cursos o seminarios programados a nivel del mercado de empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra.

### **3.11 Estrategia de mercadeo**

#### **3.11.1 Enfoque para el desarrollo de la estrategia de mercadeo**

##### **a) Definición**

Para los fines de mercadeo utilizaremos el sentido y alcance de estrategia competitiva, la cual consiste en ser diferente y significa escoger en forma deliberada ciertas actividades o procesos que entreguen al cliente un valor agregado, de manera sostenible.

##### **b) Características**

Marca la forma como una entidad realiza sus particulares actividades y organiza su cadena de valor, lo cual la hace única y diferente.

Significa desarrollar actividades diferentes a la competencia con un valor exclusivo para el cliente o, en el peor de los casos, desarrollar actividades similares pero mejor y en diferente forma

Sus resultados son medibles a través de indicadores de gestión. Su impacto debe ser consistente con las necesidades de la entidad

Significa desempeñar actividades similares a la competencia pero de mejor forma, lo cual incluye la eficiencia y efectividad de sus procesos. En la Estrategia Operativa se trata de mejorar la operatividad.

Se basa en un conjunto de herramientas gerenciales y administrativas que buscan la productividad, la calidad y la rapidez; incluyen la calidad total, el benchmarking, el justo a tiempo, el empoderamiento, la reingeniería

### c) Enfoque de la estrategia

La estrategia de mercadeo buscara satisfacer las necesidades de los potenciales clientes y resaltar los beneficios del servicio a ser brindado.

### d) Satisfacción de necesidades

Uno de los aspectos que contribuyen a la satisfacción del cliente es atender sus necesidades en cuanto a facilidades de horario y de pago así como descuentos especiales por grupos iguales o superiores a 5 participantes por empresa.

Para el efecto y hasta lograr el posicionamiento de la empresa, aplicaremos una táctica de acercamiento físico a cada cliente dejando la sensación de que el proceso aplicado en cada caso es exclusivo.

### e) Beneficios

Se dará énfasis a resaltar los previsible efectos e impactos de la capacitación tanto para la empresa y para el capacitando en cuanto a productividad y rentabilidad.

## 3.12 Programa de mercadeo

### Cuadro N° 37

#### Programa de mercadeo

OBJETIVO	PESO	META	INDICADORES
<b>Promocionar a la Empresa en el Mercado.</b>	20	Clientes Potenciales Identifican a la Empresa.	Porcentaje de Clientes potenciales que identifican a la Empresa.
<b>Captar clientes</b>	40	Incorporar al menos 30empresas clientes.	Porcentaje de Empresas incorporadas con relación al total previsto.
<b>Lograr Participantes en los Eventos que Oferta la empresa.</b>	40	Capacitar a 1800 empleados provenientes de las empresas clientes.	Porcentaje de capacitados con relación al total previsto.
<b>TOTAL</b>	100		

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### **3.12.1 Implementación del programa de mercadeo**

Las acciones a emprenderse para implementar el programa de mercadeo considerarán los siguientes aspectos:

- Estrategias de Mercadeo
- Mecanismos de Mercadeo

#### **Estrategias de mercadeo**

##### **a) Promoción de los servicios**

La promoción de los servicios dará énfasis a los siguientes aspectos:

- Capacitación en las áreas administrativa y financiera. En el primer caso se analizan aspectos relacionados con la conducción de personal mediante la aplicación de técnicas específicas y el desarrollo de habilidades para dirección y liderazgo; y, en el segundo el programa completo posibilitara el disponer de personal con las competencias necesarias para cumplir a cabalidad las diversas responsabilidades dentro de la gestión financiera.
- La calidad y experiencia de los instructores es en los temas de capacitación asignados bajo su responsabilidad profesionales en cada una de las áreas.

La promoción de los servicio, estará bajo la responsabilidad del personal calificado en materia de atención al cliente y con un muy buen conocimiento respecto de los servicios a ser ofertados y de los valores en que se sustenta la gestión de la empresa. Cuando los casos ameriten el personal gerencial de la empresa asumirá labores de mercadeo.

La aplicación de estas estrategias lograra que el cliente obtenga una imagen corporativa de la empresa solida y consistente.

**b) Política de precios y venta**

Los precios por los servicios guardaran relación con los establecidos por los oferentes identificados como competidores directos de la empresa.

Adicionalmente y con el propósito de enfrentar los precios de la competencia siguiendo el planteamiento desarrollado por Rao, Bergen y Davis, en su ponencia “como combatir en una guerra de precios” de la publicación Nuevas Tendencias en Marketing de la Harvard Business Review, aplicaremos una estrategia para generar respuestas relacionadas y no relacionadas con los precios, la cual consiste en lo siguiente:

**1. Respuestas relacionadas con los precios**

- Ofrecer precios bajos si aseguran la participación de personal de la empresa en más de un evento o de cinco o más personas en cada evento.
- Ajustar los precios en respuesta a los cambios de precios de las empresas de competencia o en respuesta la entrada de nuevos competidores en el mercado.
- Aplicar una estrategia de pago diferido

**2. Respuestas no relacionadas con los precios**

- Competir en calidad, lo que significa aumentar la diferenciación entre los servicios de la competencia y los de la empresa.
- Formar asociaciones estratégicas para lograr acuerdos exclusivos
- Generar eventos ad-hoc para la empresa cliente.

## **Mecanismos de mercadeo**

### **a) Canales y formas**

Las principales estrategias a ser aplicadas para captar clientes son las siguientes: correo directo, llamadas en frío, anuncios en prensa, internet, desayunos de trabajo, pagina web y ser miembro activo de asociaciones profesionales.

#### **Correo directo**

Consiste en enviar a los clientes potenciales una carta en la cual se oferte los servicios.

#### **Llamadas en frio**

Consiste en llamar a clientes potenciales con quienes no ha habido ningún contacto previo para informarles telefónicamente sobre los servicios que se ofertan y conseguir al menos la aceptación para recibir información por escrito y en el mejor de los casos para concertar visita personal.

#### **Anuncios en prensa**

Consiste al menos tres semanas de anticipación a la fecha prevista de iniciación de cada evento realizar una publicación en el Semanario Lideres del Diario El Comercio en la cual se presente los principales contenidos a desarrollar, los facilitadores, las fecha de ejecución, el horario y el costo.

#### **Internet**

Similar información a la publicada por prensa se remitirá a los correos específicos de los clientes potenciales.

## **Desayunos de trabajo**

Invitación dirigida a los responsables de la capacitación de los clientes potenciales, con el propósito de presentar a la empresa, los servicios que oferta y las estrategias de coordinación para consolidar los procesos de compra y venta. Adicionalmente se entregaran folletos que contengan la descripción completa de cada evento a ser ofertado y el perfil de los instructores que desarrollaran los diferentes temas.

## **Página Web**

La empresa contará con una página Web, con la siguiente información:

- a. Misión
- b. Visión
- c. Valores corporativos
- d. Alianzas Estratégicas
- e. Servicios que se ofrece, en forma agregada y detallada
- f. Cronograma de Eventos
- g. Contactos

### **b) Ser miembro activo de asociaciones profesionales**

Asociarse a organizaciones profesionales posibilita promocionar la empresa, realizar contactos y lograr clientes potenciales.



**c) Imagen empresarial**

La capacidad y calidad de respuesta de la empresa a los requerimientos de los clientes y proveedores activos y potenciales, será el indicador fundamental que permitirá fortalecer y consolidar la imagen de la empresa.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Introducción**

El estudio técnico del Proyecto de Capacitación, tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado realizado. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos que garanticen el buen funcionamiento del proyecto, los mismos que son: El tamaño óptimo del proyecto, la localización adecuada del para el proyecto, los aspectos técnicos o de ingeniería, el presupuesto técnico, las inversiones fijas, variables, diferidas; requeridas para el funcionamiento del proyecto.

#### **4.2 Tamaño de la empresa**

El tamaño de una empresa es la variable esencial para conocer el poder que tiene ésta frente a los competidores y clientes. Según el diagnóstico situacional realizado en el ámbito del proyecto las variables que permitieron definir el tamaño del proyecto fueron: la dimensión y características del mercado, la tecnología audiovisual, la disponibilidad de los materiales e insumos, la localización, los costos de los programas y de ejecución, el financiamiento, la rentabilidad y la organización.

Para el tamaño técnico y la capacidad de la empresa de capacitación se ha tomado en consideración a las 387 pequeñas y medianas empresas tanto públicas como privadas ubicadas en la ciudad de Ibarra como clientes potenciales, por lo tanto se tiene un buen número de clientes, que al adquirir los servicios de capacitación realmente estarán generando beneficios para el personal que trabaja y la empresa.

#### **4.2.1 Factores determinantes del tamaño**

Los factores que inciden en la decisión del tamaño son:

##### **a) Mercado**

El factor más importante para establecer el tamaño del proyecto es la demanda de los programas de capacitación administrativa financiera en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) ubicadas en Ibarra, ya que se constituye en el mercado de la nueva empresa a instalarse.

##### **b) Disponibilidad de recursos financieros**

La disponibilidad de los recursos financieros es la variable más importante dentro de la determinación del tamaño del proyecto. Por lo que para instalar la nueva empresa, se lo hará con los recursos propios del dueño del proyecto o socios accionistas, financiamiento que cubrirá los requerimientos de activos fijos, recurso humano y capital de trabajo.

##### **c) Disponibilidad de Talento Humano**

La empresa de capacitación, dispondrá de un personal calificado para la parte administrativa y técnica, los cuales están conformados de la siguiente manera:

En el área administrativa estará un Gerente, que se encargara de la administración y manejo del personal, un contador/a que se encargara del área administrativa y financiera y para la parte técnica estará un Coordinador y los Instructores o Facilitadores de los programas de capacitación.

#### d) Disponibilidad de tecnología

De acuerdo al tipo y tamaño que el proyecto alcanzará, la Empresa de Capacitación se proveerá de equipos con tecnología de punta, materiales y servicios necesarios para el buen funcionamiento de la empresa.

#### 4.2.2 Tamaño o capacidad de generación del servicio

El tamaño de la empresa se estima en función a la cobertura de la demanda, el cuadro 38 muestra la demanda que el negocio espera atender anualmente:

##### *Cuadro N° 38*

##### *Capacidad según demanda potencial.*

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD</b>
2015	190	50
2016	200	53
2017	210	55
2018	221	58
2019	233	61

FUENTE: Cuadro Estadístico N° 36 / Balance Oferta – Demanda.  
ELABORACIÓN: La Autora

#### 4.3 Localización del proyecto

##### 4.3.1. Macro localización

La Empresa de Asesoría y Capacitación Imbabura “EMACI CÍA. LTDA.” será en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Urbana del Sagrario. Que está en la sierra norte del país, la misma que cuenta con los siguientes cantones; Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Urcuquí, Pimampiro e Ibarra y que según del censo INEC 2010 Imbabura cuenta con una población de 398.244 de la cual 238.946 habitantes comprenden población económicamente activa (PEA).

### Gráfico N° 18

#### Mapa de la provincia de Imbabura



Fuente: Municipio de Ibarra

La decisión de localización del proyecto es una decisión a largo plazo con las repercusiones económicas que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Esto exige que su análisis se realice de forma integrada con las restantes variables del proyecto: demanda, competencia, etcétera.

#### 4.3.2 Micro localización.

La Empresa se ubicara en la Ciudad de Ibarra, calle Juan José Flores 7-20 entre Simón Bolívar y José Joaquín de Olmedo, diagonal al Gobierno Descentralizado de Ibarra. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), la ciudad de Ibarra cuenta con una población de 139.721 de la cual 108.705 habitantes corresponden a la población económicamente activa (PEA), con un 77,12% para la población urbana.

#### 4.3.3 Factores de la localización

La justificación de la instalación de la empresa de capacitación debe compararse en función de los factores de localización, entre los cuales destacan los siguientes:

**Cuadro N° 39****Factores de localización**

FACTORES	CALIF	SECTOR					
		SAN FRANCISCO		CARANQUI		EL SAGRARIO	
	Pond.	calif.	Prom.	calif.	Prom.	calif.	Prom.
Materia prima e insumos (cercanía a proveedores)	15%	5	0,75	3	0,45	5	0,75
Mercado	25%	4	1	2	0,50	5	1,25
Mano de obra	8%	5	0,40	4	0,32	5	0,40
Servicios básicos	5%	3	0,15	2	0,10	5	0,25
Infraestructura del local	10%	4	0,40	2	0,20	5	0,50
Servicios de transporte	10%	5	0,50	4	0,40	5	0,50
Costo y disponibilidad de locales	15%	3	0,45	2	0,30	5	0,75
Seguridad	5%	3	0,15	2	0,10	4	0,20
vías de comunicación	7%	5	0,35	3	0,21	5	0,35
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>4,15</b>		<b>2,58</b>		<b>4,95</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Esta matriz de factores de localización nos permite conocer que la mayor ventaja que ofrece la ubicación de la empresa de capacitación es la cercanía hacia los clientes (Empresas públicas y privadas) de Ibarra.

**4.4 Ingeniería del proyecto**

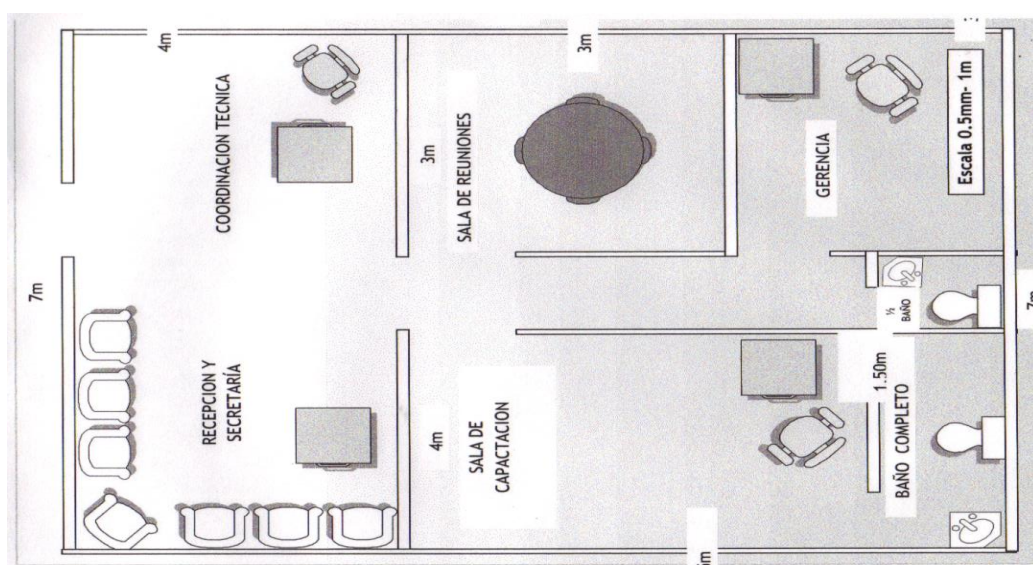
La finalidad de la ingeniería del proyecto, es la facilitar la distribución del área donde funcionará la empresa, aprovechando el espacio disponible en forma óptima y obteniendo como resultado un proceso de capacitación eficiente, mejorando los movimientos del talento humano y tecnológico.

#### 4.4.1 Infraestructura física

El área donde funcionará la empresa de capacitación, será en las calles Juan José Flores 7-20 y Simón Bolívar dentro de la ciudad de Ibarra; ambiente que será facilitado por la Sra. Magdalena Luna, esto será en calidad de prestación- modelo comodato para cinco años; con criterio de ampliar su tiempo de permanencia. En el siguiente gráfico se puede observar cómo estarán distribuidos las oficinas y/o departamentos que corresponden a la administración de la empresa.

#### Gráfico N° 19

##### Distribución de oficinas administrativa y técnica



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.2 Proceso de los servicios de capacitación

El proceso seleccionado por la empresa es fundamental ya que permite definir y detallar las fases de los programas de la capacitación.

El proceso técnico como está distribuido el servicio de capacitación será de la siguiente manera:

- Detección de Necesidades de Capacitación
- Planificación y Programación de la Capacitación
- Ejecución y Evaluación de la Capacitación
- Desarrollo de las Competencias
- Selección de Profesionales Calificados
- Definición de Equipo y Materiales

#### **4.4.3 Flujograma del proceso de capacitación**

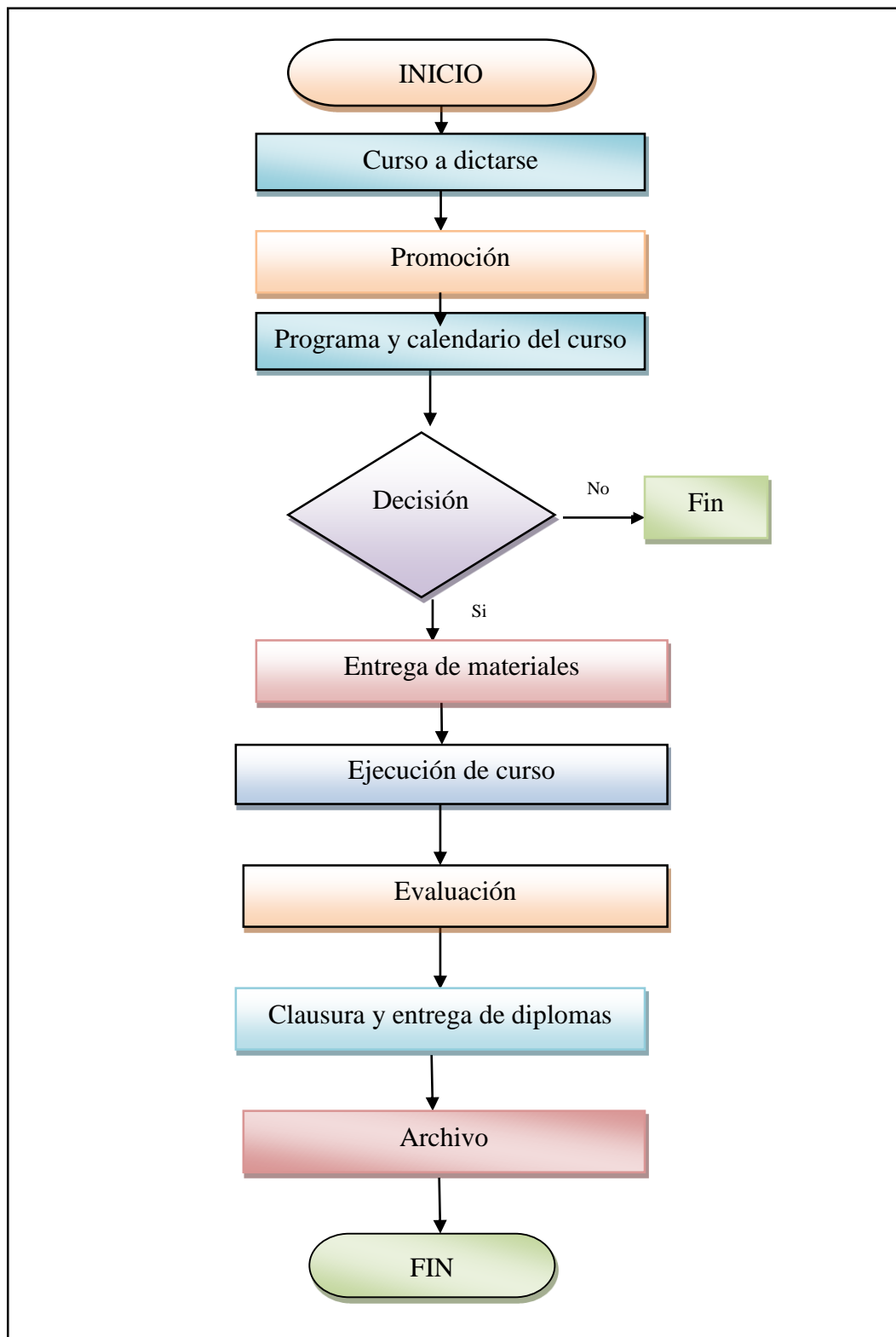
En el diagrama de flujo se detalla todos los pasos que se siguen en cada proceso mencionado anteriormente con la finalidad de determinar las distintas actividades a realizarse.

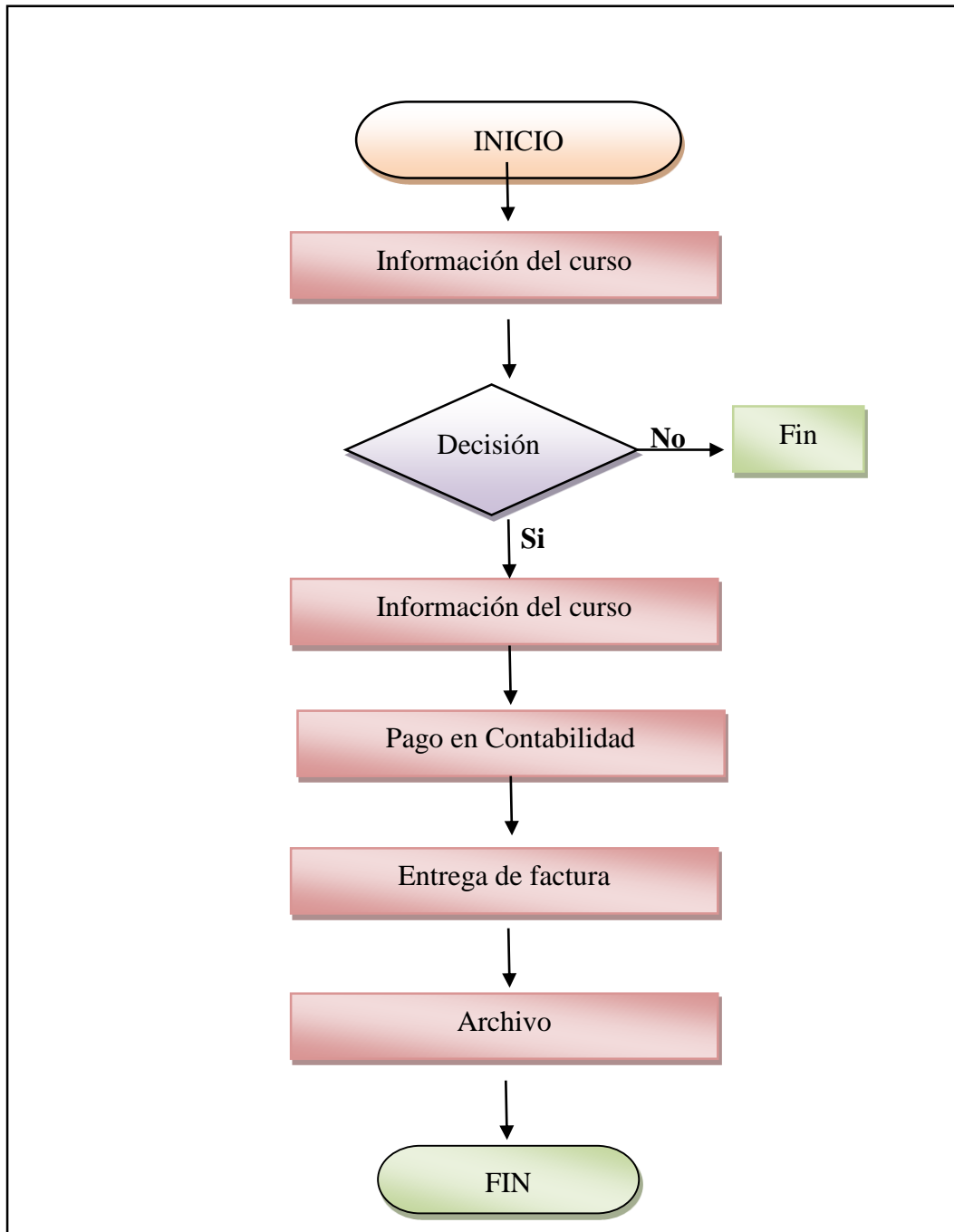
Además esta herramienta será empleada en la administración de los programas de capacitación, pues permitirá visualizar el flujo de las actividades en La Empresa de Asesoría y Capacitación Imbabura “EMACI CÍA. LTDA.”.

La simbología a utilizarse para representar las operaciones efectuadas en cada actividad es la siguiente:



**Flujograma N° 1**  
**Proceso de cursos**



**Flujograma N° 2****Proceso de inscripciones**

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

**4.4.4 Tecnología**

De acuerdo a lo establecido en el proyecto y definido el tipo y el tamaño que este alcanzará, la Empresa se proveerá de equipos, materiales y servicios necesarios para el buen

funcionamiento de los programas de capacitación, con lo que puede ofrecer al cliente un producto y servicio de calidad y de manera oportuna.

#### 4.5 Inversiones fijas

##### a) Equipos tecnológicos

###### *Cuadro N° 40*

###### *Equipos tecnológicos para capacitación*

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
1	Computador portátil	850,00	850,00
2	Proyector	600,00	1.200,00
	<b>TOTAL</b>		<b>2.050,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

##### b) Bienes muebles administrativos

###### *Cuadro N° 41*

###### *Muebles y enseres*

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
4	Archivador 4 gavetas	100,00	400,00
2	Pizarras tiza liquida	80,00	160,00
3	Sillón Giratorio negro	125,00	375,00
20	Pupitres	85,00	1.700,00
	<b>TOTAL</b>		<b>2.635,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**c) Equipos de oficina**

**Cuadro N° 42**

**Equipos de oficina**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
2	Teléfono	60,00	120,00
1	Dispensador de agua	130,00	130,00
1	Equipo de sonido	600,00	600,00
	<b>TOTAL</b>		<b>850,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**d) Equipos de cómputo**

**Cuadro N° 43**

**Equipos de cómputo**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
3	Computador portátil	850,00	2.550,00
1	Impresora multifuncional	200,00	200,00
1	Paquete informático	265,00	265,00
	<b>TOTAL</b>		<b>3.015,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## e) Suministros e insumos

**Cuadro N° 44****Suministros e insumos**

<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
	<b>GASTOS OPERATIVOS</b>		
20	Resmas de papel boom	4,50	90,00
12	Libretines de facturas	12,00	144,00
2	Cartuchos de tina negro y a color	22,00	24,00
4	Flash memory 4 GB	8,00	32,00
10	CD	0,25	2,50
30	Docena de esferográficos	3,50	105,00
12	Servicios básicos	25,00	300,00
12	Materiales de limpieza	12,00	144,00
1300	Cartulinas para títulos	0,05	65,00
	<b>TOTAL</b>		<b>906,50</b>
	<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
3	Resmas de papel boom	4,50	13,50
4	Cuadernos	5,00	20,00
2	Cartuchos de tina negro y a color	22,00	24,00
1	Docena de esferográficos	3,50	3,50
1	Docena de lápices	2,00	2,00
12	Servicios básicos	10,00	120,00
12	Materiales de limpieza	8,00	96,00
	Otros		100,00
	<b>TOTAL</b>		<b>379,00</b>
	<b>GASTOS DE VENTA</b>		
12	Anuncios en la prensa	45,00	540,00
12	Cuñas publicitarias	60,00	720,00
12	Trípticos	40,00	480,00
	Otros		100,00
	<b>TOTAL</b>		<b>1.840,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### f) Gasto arriendo

Con relación a los arriendos se incrementará anualmente en el 3.67% que es la inflación promedio anual.

#### Cuadro N° 45

##### Gasto arriendo

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Arriendo Operativos	200,00	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
Gasto Arriendo Administrativos	100,00	1.200,00	1.244,04	1.289,70	1.337,03	1.386,10
<b>TOTAL</b>	<b>300,00</b>	<b>3.600,00</b>	<b>3.732,12</b>	<b>3.869,09</b>	<b>4.011,09</b>	<b>4.158,29</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.6 Gastos de constitución

En el siguiente cuadro se observa los rubros referentes a los gastos de constitución que la empresa de capacitación tendrá, siendo entre los principales los gastos de estatutarios y estudios técnicos previos.

#### Cuadro N° 46

##### Gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gastos de Estudio del Proyecto	700,00
Gastos Constitución de la Empresa	350,00
Patente Municipal	50,00
Minuta de Estatutos	80,00
Inscripción Superintendencia C.	450,00
Publicaciones	120,00
Inscripción en el registro mercantil	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.930,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## 4.7 Capital de trabajo

Constituye el valor que se requiere para comenzar el negocio, hasta que la empresa tenga sus propios ingresos, por lo que se considera el primer mes.

### *Cuadro N° 47*

#### *Capital de trabajo*

DESCRIPCIÓN	REQUERIDO PARA EL PRIMER MES
Gastos operativos	
Arriendo	200.00
Sueldos y beneficios sociales	631.92
Costo cursos	1,600.00
Materiales de aseo	12.00
Servicios básicos	25.00
Subtotal gastos operativos	2.468,92
Gastos Administrativos	
Arriendo	100.00
Sueldos y beneficios sociales	1,444.56
Materiales de aseo	8.00
Servicios básicos	10.00
Subtotal gastos administrativos	1.562,56
Gastos de ventas	
Publicidad	45.00
Promoción	60.00
Crípticos	40.00
Subtotal gasto de venta	145,35
<b>TOTAL</b>	<b>4.176,83</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**Cuadro N° 48****Resumen de inversiones**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
Capital de Trabajo		4,176.83
Activos Fijos		8.550,00
Equipos Tecnológicos Capacitación	2.050,00	
Equipos de Computo	3.015,00	
Equipo de Oficina	850,00	
Muebles y Enseres	2.635,00	
Costo del Proyecto		1.930,00
<b>TOTAL</b>		<b>14.656.83</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**4.8 Costos y gastos****Cuadro N° 49****Costo de los cursos**

DESCRIPCIÓN	No. CURSOS	No. HORAS CURSO	TOTAL HORAS	VALOR POR HORA	VALOR POR AÑO
Cursos	50	8	400	50,00	20.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 50****Listado de cursos**

ÁREA TEMÁTICAS	TOTAL DE CURSOS AL AÑO	%
Administrativa	9	17
Comercio y marketing	5	10
Contabilidad / NIFS	11	22
Educación y Capacitación	4	8
Tributación	9	19
Comercio y Finanzas	4	8
Legislación Laboral	8	16
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación Directa / Encuesta Pregunta 6.

Elaborado por: La Autora



**Cuadro N° 51****Proyección de los costos de los cursos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cursos	20.000,00	20.734,00	21,494.94	22,283.80	23,101.62

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

El valor de los cursos se incrementarán anualmente a una tasa del 3.67% por la inflación anual.

**Cuadro N° 52****Remuneraciones**

NO.	PUESTO	MENSUAL	ANUAL	IESS. 12,15%	DÉCIMO III. S.	DÉCIMO IV. S	TOTAL ANUAL
	Operativos						
1	Coordinador	500,00	6.000,00	729,00	500,00	354,00	7.583,00
	<b>Total</b>						<b>7.583,00</b>
	Administrativos						
1	Gerente	650,00	7.800,00	947,70	650,00	354,00	9.751,70
1	Contadora secretaria	500,00	6.000,00	729,00	500,00	354,00	7.583,00
	<b>TOTAL</b>	<b>1.650.00</b>	<b>13.800.00</b>	<b>2.405.70</b>	<b>1.650.00</b>	<b>1.062,00</b>	<b>17.334,70</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 53****Proyección de las remuneraciones**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operativo	7.583,00	8.087,27	8.625,07	9.198,64	9.810,35
Administrativo	17.334,70	18.487,46	19.716,87	21.028,05	22.426,41

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Con relación a las remuneraciones se incrementará anualmente en el 6.65% que es, la inflación promedio anual de los últimos tres años con relación a los sueldos.

**Cuadro N° 54****Resumen de los costos y gastos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos Operativos</b>	<b>30.889,50</b>	<b>32.249,12</b>	<b>33.673,66</b>	<b>35.166,51</b>	<b>36.731,24</b>
Costo cursos	20.000,00	20.734,00	21.494,94	22.283,80	23.101,62
Remuneraciones	7.583,00	8.087,27	8.625,07	9.198,64	9.810,35
Suministros e Insumos	906,50	939,77	974,26	1.010,01	1.047,08
Arriendo	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>18.913,70</b>	<b>20.124,41</b>	<b>21.413,90</b>	<b>22.787,36</b>	<b>24.250,29</b>
Remuneraciones	17.334,70	18.487,46	19.716,87	21.028,05	22.426,41
Suministros e Insumos	379,00	392,91	407,33	422,28	437,78
Arriendo	1.200,00	1.244,04	1.289,70	1.337,03	1.386,10
<b>Gastos de Venta</b>	<b>1.840,00</b>	<b>1.907,53</b>	<b>1.977,53</b>	<b>2.050,11</b>	<b>2.125,35</b>
Publicidad	1.840,00	1.907,53	1.977,53	2.050,11	2.125,35

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

**4.9 Inversión total del proyecto**

La inversión total del proyecto asciende a 14,656.83 dólares para cubrir los requerimientos de capital de trabajo, para ello nos financiamos solicitando un préstamo a la CFN.

**Cuadro N° 55****Inversión del proyecto**

CONCEPTO	FINANCIAMIENTO	TOTAL INVERSIÓN
Inversión total del proyecto		14.656.83
Recursos Propios	9.000,00	
<b>Préstamo Banco Fomento</b>	<b>5.656.83</b>	

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO ECONÓMICO**

#### **5.1 Introducción**

El estudio financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y propuesta, que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera de la Implementación de La Empresa de Asesoría y Capacitación Imbabura “EMACI CÍA. LTDA.” será en la sierra norte del país, provincia de Imbabura.

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas de servicios, inversión, costos operativos y gastos de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, por ejemplo, si se debe vender más, mayor publicidad, o reducir gastos.

#### **5.2 Proyección de ingresos**

Para la determinación del ingreso por ventas, se estableció el número de cursos con un promedio de 20 personas por curso, y por el costo promedio de cada curso de USD 75, y cada curso tiene una duración promedio 8 horas.

**Cuadro N° 56****Capacidad potencial**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPACIDAD (1er Año)</b>
2015	50
2016	53
2017	55
2018	58
2019	61

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 57****Proyección de ingresos**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos de los cursos	75.000,00	82.415,00	88.671,00	96.929,60	105.688,60
Participantes	1.000	1.060	1.100	1.160	1.220
Precio curso	75,00	77,75	80,61	83,56	86,63

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Presupuesto de Ingresos proyectado para los 5 años, con el incremento de acuerdo a la importancia del curso anual y el crecimiento del precio en concordancia con la inflación del último año 2014, que es del 3.67 %, planteado a cinco años.

**5.3 Proyección de gastos y costos****5.3.1 Gastos administrativos y ventas**

En el siguiente cuadro se presenta la estimación de gastos del proyecto. El detalle de los gastos se presenta en el Estudio Técnico. Las proyecciones con relación a, suministros e insumos, arriendo y publicidad, se han realizado en función de la tasa de inflación anual del 3.67% al año 2014; para las remuneraciones se incrementará anualmente en el 6.65% que es, la inflación promedio anual de los últimos tres años con relación a los sueldos.

**Cuadro N° 58****Proyección de gastos**

<b>Gastos Administrativos</b>	<b>18.913,70</b>	<b>20.124,41</b>	<b>21.413,90</b>	<b>22.787,36</b>	<b>24.250,29</b>
Remuneraciones	17.334,70	18.487,46	19.716,87	21.028,05	22.426,41
Suministros Insumos <sup>e</sup>	379,00	392,91	407,33	422,28	437,78
Arriendo	1.200,00	1.244,04	1.289,70	1.337,03	1.386,10
<b>Gastos de Venta</b>	<b>1.840,00</b>	<b>1.907,53</b>	<b>1.977,53</b>	<b>2.050,11</b>	<b>2.125,35</b>
Publicidad	1.840,00	1.907,53	1.977,53	2.050,11	2.125,35

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

El mayor porcentaje de gastos proyectados se centralizan en pago de sueldos y beneficios sociales, por el contexto propio del proyecto.

**5.3.2 Proyección de costos**

Los costos de la generación del servicios se han calculado en función de la necesidad de contratación de los instructores de capacitación, los materiales e insumos y otros gastos, en el Estudio Financiero se detallan los costos unitarios por cada tipo de capacitación a desarrollar, en función de los cual se muestra la proyección de los costos de venta del servicio.

**Cuadro N° 59****Proyección de costos**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Gastos Operativos</b>	<b>30.889,50</b>	<b>32.249,12</b>	<b>33.673,66</b>	<b>35.166,51</b>	<b>36.731,24</b>
Costo cursos	20.000,00	20.734,00	21,494.94	22,283.80	23,101.62
Remuneraciones	7.583,00	8.087,27	8.625,07	9.198,64	9.810,35
Suministros Insumos <sup>e</sup>	906.50	939.77	974.26	1.010,01	1.047,08
Arriendo	2.400.00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.3.3 Gasto depreciación y amortización

Para el cálculo de la depreciación se toma en consideración todos los Activos Fijos para el inicio y ejecución del proyecto, los activos pierden su valor por el uso o por la absorción, los porcentajes de depreciación aplicados son de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno vigente.

- Equipo de Oficina                      10%      10 años
- Equipo de Computación            33,33%    3 años
- Muebles y Enseres                    10%      10 años
- Maquinaria y Equipo                10%      10 años

#### *Cuadro N° 60*

##### *Depreciación activos*

DESCRIPCIÓN	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ADMINISTRATIVOS</b>						
Bienes Muebles y Enseres	2.635,00	263,50	263,50	263,50	263,50	263,50
Equipos de Oficina	850,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00
Equipos Computo y Paquetes Informáticos	3.015,00	1.004,90	1.004,90	1.004,90	-	-
<b>Subtotal</b>	<b>6.500,00</b>	<b>1.353,40</b>	<b>1.353,40</b>	<b>1.353,40</b>	<b>348,50</b>	<b>348,50</b>
<b>OPERATIVOS</b>						
Equipos Computo	850,00	283,31	283,31	283,31	-	-
Proyector	1.200,00	399,96	399,96	399,96	-	-
<b>Subtotal</b>	<b>2.050,00</b>	<b>683,27</b>	<b>683,27</b>	<b>683,27</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8.550,00</b>	<b>2.036,66</b>	<b>2.036,66</b>	<b>2.036,66</b>	<b>348,50</b>	<b>348,50</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

Los gastos de constitución, según las normas vigentes en el país NIIF, no se amortizan, sino que se colocan al gasto en su totalidad en el primer año, por cuanto constituye un gasto.

**Cuadro N° 61**

**Gastos de constitución**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gastos de Estudio del Proyecto	700,00
Gastos Constitución de la Empresa	350,00
Patente Municipal	50,00
Minuta de Estatutos	80,00
Inscripción Superintendencia C.	450,00
Publicaciones	120,00
Inscripción en el registro mercantil	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.930,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**5.3.4 Gasto financiero**

Para la ejecución del proyecto se necesita una inversión total de 14.656,83, de los cuales el 61,41% serán recursos propios y un 38,59% con un valor de 5.656,83 se financiará con un crédito con el Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés del 10% anual, a cinco años plazo, los pagos se harán mensualmente.

**Cuadro N° 62**

**Descripción del capital**

CONCEPTO	VALOR	%
Recursos Propios	9.000,00	61,41
Préstamo Banco Fomento	5.656.83	38,59
<b>TOTAL</b>	<b>14.656.83</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Monto del crédito: 5.656.83

Tasa de interés (anual): 10%

Número de pagos (mensuales): 12

Pago (mensual): 235.70

**Cuadro N° 63**

**Tabla de amortización**

CUOTA	SALDO INICIAL	INTERÉS	CUOTA	CAPITAL AMORTIZADO	VALOR A PAGAR
1	5,656.83	47.14	235.70	235.70	282.84
2	5,421.13	45.18	235.70	471.40	280.88
3	5,185.43	43.21	235.70	707.10	278.91
4	4,949.73	41.25	235.70	942.81	276.95
5	4,714.02	39.28	235.70	1,178.51	274.98
6	4,478.32	37.32	235.70	1,414.21	273.02
7	4,242.62	35.36	235.70	1,649.91	271.06
8	4,006.92	33.39	235.70	1,885.61	269.09
9	3,771.22	31.43	235.70	2,121.31	267.13
10	3,535.52	29.46	235.70	2,357.01	265.16
11	3,299.82	27.50	235.70	2,592.71	263.20
12	3,064.12	25.53	235.70	2,828.42	261.24
13	2,828.41	23.57	235.70	3,064.12	259.27
14	2,592.71	21.61	235.70	3,299.82	257.31
15	2,357.01	19.64	235.70	3,535.52	255.34
16	2,121.31	17.68	235.70	3,771.22	253.38
17	1,885.61	15.71	235.70	4,006.92	251.41
18	1,649.91	13.75	235.70	4,242.62	249.45
19	1,414.21	11.79	235.70	4,478.32	247.49
20	1,178.51	9.82	235.70	4,714.03	245.52
21	942.80	7.86	235.70	4,949.73	243.56
22	707.10	5.89	235.70	5,185.43	241.59
23	471.40	3.93	235.70	5,421.13	239.63
24	235.70	1.96	235.70	5,656.83	237.67

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



## 5.4. Estados financieros proforma

### 5.4.1 Estado de situación financiera

Para el Estado de Situación Financiera se consideró las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio que posee la oficina en un inicio:

#### *Cuadro N° 64*

#### *Estado de situación financiera*

*(Expresado en dólares americanos)*

<b>Activos</b>		<b>Total</b>	<b>Pasivos y Patrimonio</b>		<b>Total</b>
<b><u>Activos Corrientes</u></b>			<b><u>Pasivo Corriente</u></b>		
Efectivo y equivalentes al efectivo	6.106,83		Obligaciones con instituciones financieras	2.828,42	
<b>Total Activo Corriente</b>		<b>6.106,83</b>	<b>Total Pasivo Corriente</b>		<b>2.828,42</b>
<b><u>Activos No Corrientes</u></b>			<b><u>Pasivo No Corrientes</u></b>		
Propiedad planta y equipo			Obligaciones con instituciones financieras	2.828,41	
Muebles de Oficina	2.635,00		<b>Total Pasivo No Corriente</b>		<b>2.828,41</b>
Equipos de Oficina	850,00		<b><u>Patrimonio</u></b>		
Equipos de Computo	5.065,00		Capital social	9.000,00	
<b>Total Activos no corrientes</b>		<b>8.550,00</b>	<b>Total Patrimonio</b>		<b>9.000,00</b>
<b>Total Activos</b>		<b>14.656,83</b>	<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>		<b>14.656,83</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.4.2 Estado de resultados integrales

A continuación se describen todas las cuentas y sub cuentas proyectadas, obteniéndose por diferencia la pérdida o ganancia neta que la oficina generará en cada año de la vida útil del proyecto.

#### Cuadro N° 65

#### Estado de resultados

(Expresado en dólares americanos)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	<b>75.000,00</b>	<b>82.415,00</b>	<b>88.671,00</b>	<b>96.929,60</b>	<b>105.688,60</b>
<b>GASTOS</b>	<b>53.679,87</b>	<b>56.317,73</b>	<b>59.101,76</b>	<b>60.352,48</b>	<b>63.455,38</b>
Costos de Operación	31.572,77	32.932,39	34.356,93	35.166,51	36.731,24
Gastos Administrativos	18.913,70	20.124,41	21.413,90	22.787,36	24.250,29
Gastos de Ventas	1.840,00	1.907,53	1.977,53	2.050,11	2.125,35
Gastos Depreciación	1.353,40	1.353,40	1.353,40	348,50	348,50
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>21.320,13</b>	<b>26.097,27</b>	<b>29.569,24</b>	<b>36.577,12</b>	<b>42.233,22</b>
(-)Gastos Financieros	410,52	178,74	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO. Y PART.</b>	<b>20.909,61</b>	<b>25.918,53</b>	<b>29.569,24</b>	<b>36.577,12</b>	<b>42.233,22</b>
(-)Participación trabajadores 15 %	3.136,44	3.887,78	4.435,39	5.486,57	6.334,98
<b>UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>17.773,17</b>	<b>22.030,75</b>	<b>25.133,85</b>	<b>31.090,55</b>	<b>35.898,24</b>
(-)Impuesto a la renta 22%	3.910,10	4.846,77	5.529,45	6.839,92	7.897,61
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>13.863,07</b>	<b>17.183,99</b>	<b>19.604,41</b>	<b>24.250,63</b>	<b>28.000,62</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

### 5.4.3 Estado de flujo de caja proyectado

El Estado de Flujo de Caja, permite medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la oficina en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, el mismo que se establece su desglose en lo siguiente:

#### *Cuadro N° 66*

##### *Flujo de caja*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	13.863,07	17.183,99	19.604,41	24.250,63	28.000,62
Depreciación	1.353,40	1.353,40	1.353,40	348,50	348,50
Obligaciones financieras	-2.828,42	-2.828,41	-	-	-
<b>Flujo de Caja Neto</b>	<b>12.388,05</b>	<b>15.708,98</b>	<b>20.957,81</b>	<b>24.599,13</b>	<b>28.349,12</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.5. Evaluación financiera

En este punto se dará a conocer la capacidad que tendrá este proyecto para cumplir los objetivos propuestos con anterioridad, y con ellos facilitar la toma de decisiones con el fin de lograr la eficiencia de la implementación del mismo.

#### 5.5.1. Costo de oportunidad y tasa de rendimiento

Con el costo de oportunidad se determinó la tasa de rentabilidad que tendrá el presente proyecto de acuerdo a la tasa activa y de la tasa de interés pasiva.

**Cuadro N° 67****Costo de oportunidad**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	9.000,00	61.40	4,53%	2.78
Capital Financiado	5.656.83	38.60	10,00%	3.86
<b>TOTAL</b>	<b>14.656.83</b>	<b>100.00</b>	<b>14.53%</b>	<b>6.64</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$\text{Costo oportunidad} = 6.64\%$$

El costo de oportunidad nos indica que el proyecto para la creación de un Centro de Capacitación, deberá rendir un 6.64%, con un financiamiento de una tasa de interés del 10%.

#### Calculo de la Tasa de rendimiento medio TRM

Datos:

Costo capital (ck)= 6.64%

If (inflación)= 3.67%

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

$$TRM = (1+0,0664)(1+0,0367) - 1$$

$$TRM = 10,55\%$$

#### 5.6 Cálculo del valor actual neto (VAN)

El valor actual Neto es un método que ayuda a tener presente el valor tiempo de dinero, es decir que los flujos de caja de cada período del proyecto se expresen en unidades monetarias

que tengan el mismo valor o poder. Se conocerá si el proyecto es factible si su resultado es mayor a cero, la tasa de rendimiento medio que se utilizará es de 10,55% para su cálculo.

$$VAN = -Inv.In + \frac{FE1}{(1+i)^1} + \frac{FE2}{(1+i)^2} + \frac{FE3}{(1+i)^3} + \frac{FE4}{(1+i)^4} + \frac{FE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -14.656,83 + \frac{12.388,05}{(1+0,1055)^1} + \frac{15.708,98}{(1+0,1055)^2} + \frac{20.957,81}{(1+0,1055)^3} + \frac{24.599,13}{(1+0,1055)^4} + \frac{28.349,12}{(1+0,1055)^5}$$

$$VAN = 58.553,54$$

Con este cálculo se ha obtenido que el VAN es diferente o mayor que cero por lo tanto el proyecto es factible, de realizar.

### 5.7. Periodo de recuperación del capital

#### Cuadro N° 68

#### Recuperación de la inversión

AÑOS	CAPITAL	FLUJOS NETOS	FLUJOS ACTUALIZADOS
	14.656,83		
1		12.388,05	11.205,83
2		15.708,98	12.853,77
3		20.957,81	15.512,07
4		24.599,13	16.469,66
5		28.349,12	17.169,03
		<b>102.003,09</b>	<b>73.210,37</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

Según los cálculos efectuados, el periodo de recuperación de la inversión es de un año, un mes y 22 días; es decir que la inversión se puede recuperar dentro de los cinco años.

## 5.8 Índice de rendimiento financiero

*Cuadro N° 69*

*Índice de rendimiento financiero*

AÑOS	FLUJOS NETOS
1	17.820,43
2	19.058,50
3	20.699,89
4	21.444,00
5	25.699,05
<b>TOTAL</b>	

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

$$\text{ÍNDICE FINANCIERO} = \frac{\sum \text{FN Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{I.F.} = \frac{73.210,36}{14.656,83}$$

$$\text{I.F.} = 4,99$$

Esto significa que por cada dólar de inversión se recupera 4,99 dólares.

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA**

#### **6.1 Tipo de empresa**

La Ley de Compañías en su Art. 2.- manifiesta: “Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

Del análisis realizado a los diferentes tipos de compañías, se determina que, la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa que se formará es la Compañía de Responsabilidad Limitada.

Así pues, la mejor alternativa que permita formalizar adecuadamente la empresa de servicios de capacitación, es mediante la creación de una empresa de responsabilidad limitada, en la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura, para ofertar un servicio con responsabilidad social.

## 6.2 Razón social



La pequeña empresa se denominará: EMPRESA DE ASESORIA Y CAPACITACIÓN IMBABURA CÍA. LTDA. Cuyas siglas son “EMACI Cía. Ltda.”.

### 6.2.1 Elementos estratégicos.

#### a) Misión

*“Ser una organización que contribuya al desarrollo del capital humano mediante la capacitación en gestión administrativa y financiera, con el fin de mejorar la productividad de la persona y la empresa con asesorías, programas y seminarios talleres basados en la calidad y la excelencia”.*



**b) Visión**

*“En los próximos cinco años ser una de las empresa líderes en capacitación a todo nivel y estar comprometidos a largo plazo con nuestros clientes superando sus expectativas de calidad y servicio”.*

**6.2.2. Valores corporativos****a) Objetivos**

Los objetivos de la compañía son:

- Brindar un servicio de acuerdo a las normas de calidad enmarcada en parámetros técnicos para satisfacer al cliente interno y externo
- Generar utilidades mínimo en un 25% anual.
- Realizar innovaciones y diversificar los Servicios.
- Mantener la calidad en los servicios.

**b) Políticas de la empresa**

- La empresa operará enmarcada en las siguientes políticas:
- Los clientes internos y externos son los más importantes.
- La satisfacción del cliente.
- Mantener un programa permanente de auto evaluación institucional.
- Servir con eficiencia y eficacia.

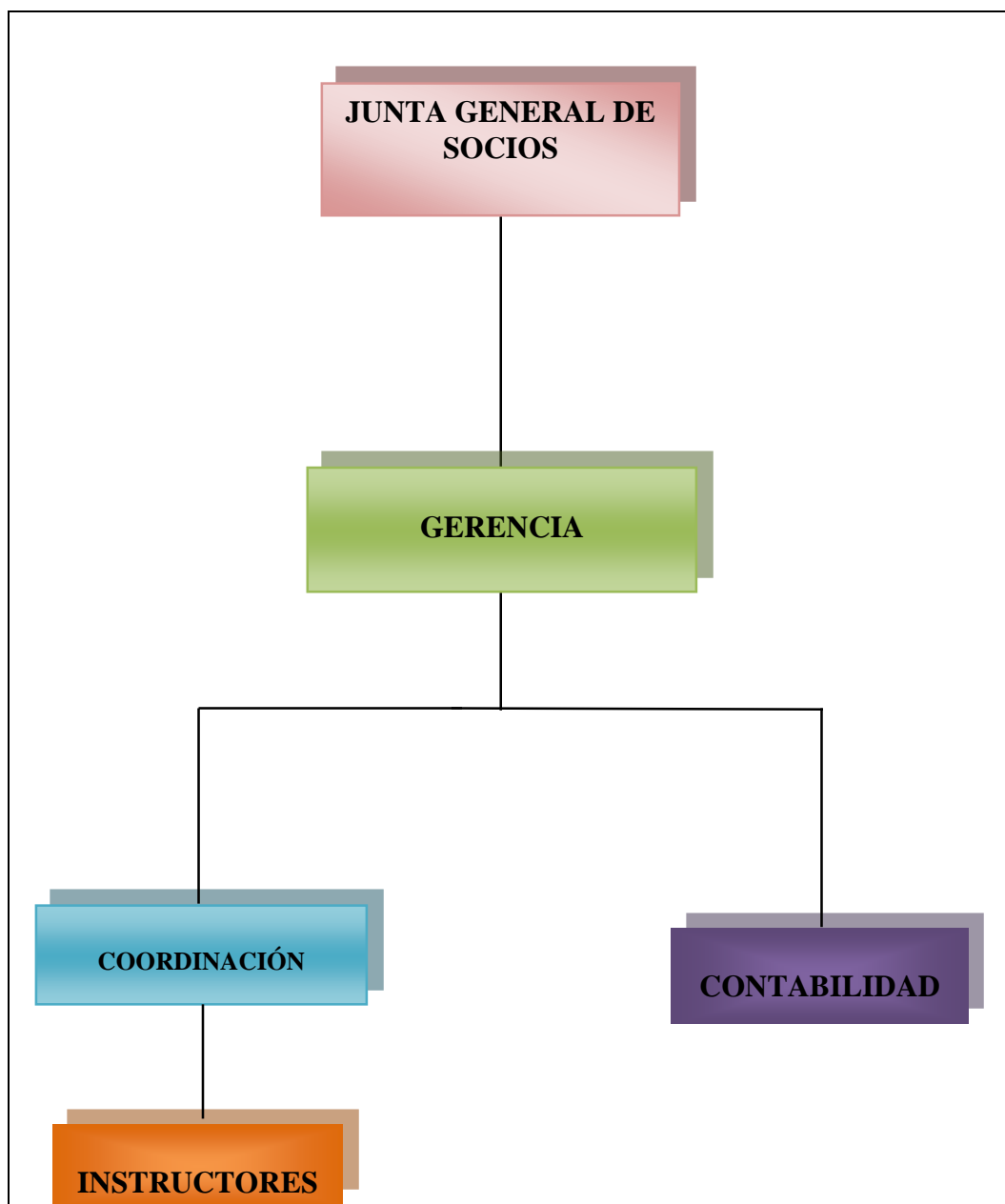
**c) Valores Corporativos**

- **Responsabilidad social.-** La empresa aportará con el crecimiento, desarrollo y bienestar de su personal y su núcleo familia.
- **Productividad.-** Asegurando la permanencia y crecimiento en el mercado
- **Competitividad.-** Siendo líderes en el manejo administrativo, financiero y productivo.

- **Calidad.-** Ofertando productos de alta calidad que cumplan con los estándares establecidos y las exigencias sanitarias, lo que nos permitirá la permanencia y el crecimiento de la empresa.
- **Trabajo en equipo.-** Logrando la fidelidad de los empleados para con la empresa, de tal manera que todos los que formarán parte de la organización estén comprometidos con la misma.
- **Honestidad.-** Demostrar a través de la labor que realiza cada uno de los miembros, honestidad y justicia para con el cliente y la empresa, por medio de acciones correctas.
- **Lealtad.-** Crear una conciencia de compromiso y fidelidad de los empleados hacia la empresa, contribuyendo al desarrollo de los objetivos propuestos por misma.
- **Respeto.-** Crear en la organización un ambiente cálido y de respeto, de tal forma que todos trabajen a gusto y desempeñen eficientemente sus tareas.
- **Liderazgo.-** Guiar y motivar a todos los miembros y colaboradores de la empresa a la excelencia y al trabajo en equipo, creando un ambiente de respeto mutuo, y superación.

### 6.3 Estructura organizativa de la empresa

El organigrama es la gráfica que representa la organización formal de la empresa, a continuación se presenta el Organigrama que es una herramienta de trabajo para los niveles administrativos, aquí refleja la autoridad y los diferentes departamentos que integraran en la organización.

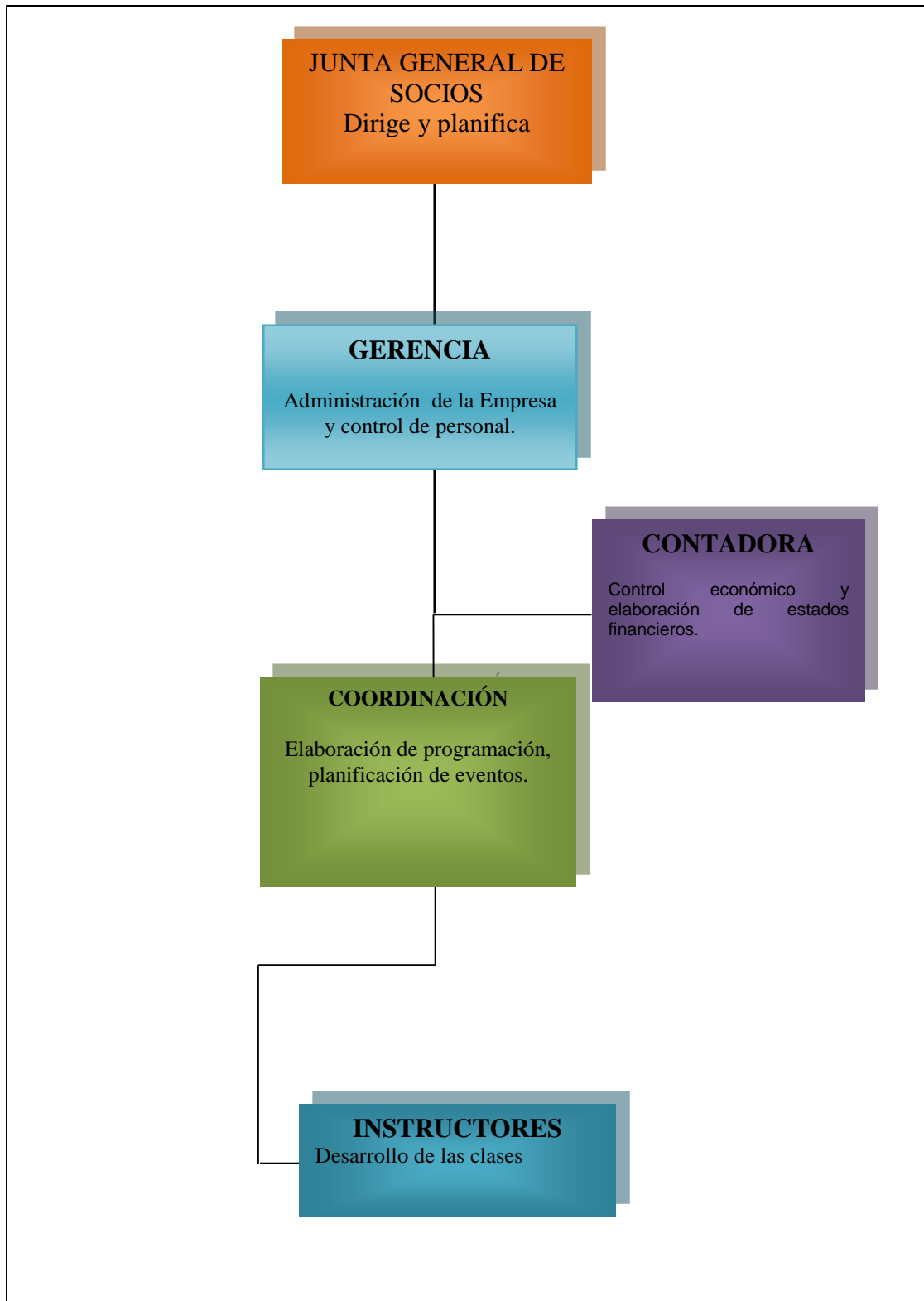
*Flujograma N° 3**Organigrama estructural*

Elaborado por: La Autora  
Fuentes: Investigación

## 6.4 Estructura funcional

### Flujograma N° 4

#### Organigrama funcional



Elaborado por: La Autora  
Fuentes: Investigación

### **6.4.1 Niveles estructurales**

La estructura orgánico-funcional de la Empresa “EMACI” Cía. Ltda. Estará formada de la siguiente manera.

- Nivel Directivo.
- Nivel Ejecutivo.
- Nivel Auxiliar; y,
- Nivel Operativo.

#### **Nivel Directivo.**

El nivel Directivo está compuesto por los socios de la compañía que conforman La Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

#### **Nivel Ejecutivo.**

Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Gerente de la compañía, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

#### **Nivel auxiliar.**

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad y secretaria, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la compañía.

#### **Nivel Operativo.**

Nivel operativo que lo integran el coordinador y los equipos de instructores de capacitación, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la compañía.

## 6.4.2 Manual de funciones

### • NIVEL DIRECTIVO

#### **Junta General de Socios.**

Está constituido por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es el brindar servicios de capacitación. Su función básica es determinar, decidir las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

#### **Funciones:**

A La Junta General de Socios le corresponde las siguientes funciones y atribuciones:

- Designar y remover al gerente y fijar su remuneración;
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente;
- Resolver la forma de reparto de utilidades;
- Resolver la amortización de los aportes sociales;
- Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- Resolver la disolución anticipada de la compañía;
- Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:

- El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia;
- El socio que interviniere en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía;
- El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social.
- El socio que quiebra; y,
- En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.
- El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.

Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente;

En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra;

Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo;

Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución;

Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la Compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares;

Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la Compañía;

Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes; y,

Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, entre otros.

- **NIVEL EJECUTIVO**

**Gerente**

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

**Funciones:**

- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía;
- Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario;
- Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios;
- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma;
- Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios;
- Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios;
- Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios;



- Coordinar los programas de capacitación del personal;
- Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación;
- Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo;
- Supervisar el trabajo de todas las dependencias;
- Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías;
- Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios;
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía;
- Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos;
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía;
- Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y,

Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

### **Requisitos del cargo**

Estudios superiores en administración, Economía, Contador Auditor

Capacitación en administración y gestión del Talento Humano

Capacitación en formación de empresa

### **Competencias técnicas del puesto**

Generación de ideas

Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico sentido común)

Inspección de productos o servicios

Manejo de recursos financieros.

Pensamiento estratégico

Pensamiento crítico

Juicio y toma de decisiones.

Monitoreo y control.

- **NIVEL AUXILIAR**

**Contadora**

Esta unidad es la encargada del manejo y control de las comunicaciones internas y externas como su archivo, brindar apoyo en ciertos aspectos administrativos coordinados por la gerencia; también es la encargada de elaborar los estados financieros de forma oportuna y razonable, jerárquicamente depende del gerente.

**Funciones:**

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la Compañía;
- Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia;
- Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales;
- Archivar correctamente la documentación;
- Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez;
- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades contables;
- Asesorar al Gerente y a La Junta General de Socios en aspectos contables;
- Presentar a la gerencia un informe diario de disponibilidad de efectivo;

- Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos acompañando las facturas u otros documentos que los respalde, de los compromisos adquiridos legalmente por la compañía.
- Realizar las recaudaciones por las ventas de la compañía adjuntando toda la documentación que justifique y diariamente realizar un parte de recaudaciones y máximo al día siguiente realizar los depósitos en el banco;
- Registrar diariamente todas las transacciones en los registros contables basándose en el manual de contabilidad;
- Elaborar con la oportunidad del caso los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias y someterlos a la aprobación del gerente y La Junta General de Socios;
- Realizar los roles de pago mensuales de los servidores de la compañía y proceder a su pago;
- Cancelar al IESS, los aportes de los servidores de la compañía, realizar las actividades de agente de retención y proceder a la liquidación y pago de los impuestos de forma oportuna;
- Preparar conjuntamente con el gerente el presupuesto y el flujo de fondos hasta el 15 de octubre;
- Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad; y,
- Otras funciones que se le encomiende.

**Requisitos del cargo**

Estudios en contabilidad

Conocimientos de secretariado

Experiencia en el manejo contable

Conocimientos de NIIF entre otros.

**COMPETENCIAS TÉCNICAS DEL PUESTO - DESTREZAS**

Comprensión escrita

Comprensión oral.

Manejo de recursos financieros

Manejo de recursos financieros.

Pensamiento conceptual.

**• NIVEL OPERATIVO.****Coordinador / Instructores**

Potenciar las capacidades de los instruidos en los temas asignados bajo su responsabilidad.

**Funciones:**

- Programar la capacitación a ser impartida (objetivos, metodología y duración).
- Evaluar el aprendizaje logrado por los capacitados.
- Formular recomendaciones para mejorar el proceso de enseñanza de aprendizaje.

**Requisitos del cargo**

Título universitario de tercer nivel en carreras relacionadas directamente con los temas de capacitación asignados bajo su responsabilidad.

Haber desempeñado al menos durante dos años un puesto relacionado con los temas de capacitación asignados bajo su responsabilidad.

Haberse desempeñado al menos durante dos años como profesor dentro de centros de educación superior o facilitador de eventos de capacitación en empresas de reconocido prestigio.

### 6.4.3 Aspecto legal para la creación de la empresa

- **ASPECTO LEGAL**

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, se requiere de capacidad civil para contratar; lo que garantiza la creación de un ente jurídico y aspecto del cual gozan todos los socios interesados en crear la compañía;

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley; la que garantizará la creación de la empresa de servicios de capacitación.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías; esta dentro de las expectativas del capital que desean aportar los socios; el monto determinado por la Superintendencia de Compañías, según la resolución N.º 99.1.1.1.3008 de fecha 7 de septiembre de 1999, publicado en el Registró Oficial N° 278 del jueves 16 del mismo mes y año, que manifiesta que es 400 dólares como mínimo.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía; lo que anima a los futuros socios para conformar el capital con dinero en efectivo y ciertos bienes que ellos dispongan y que son útiles para el funcionamiento de la compañía.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas y no debe pasar de 15, lo que se ajusta a los requerimientos de los futuros socios que son cinco;

Que los socios, solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, aspecto que no involucra al patrimonio privado de cada socio ya que se pone en riesgo el patrimonio aportado;

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan, lo que manifiestan los futuros socios que les da la seguridad de su capital y mantener el grupo de socios.

La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social, aspecto importante que garantiza la sociedad y entra dentro de las expectativas que tienen.

La creación de la compañía se hará por escritura pública, acogiendo todos los aspectos legales que exige la Superintendencia de Compañías y las formalidades legales del Notario, y se inscribirá en el Registro Mercantil; lo que se formalizará la creación de un nuevo ente jurídico que garantice llevar adelante las actividades para la cual se crea la misma y además garantice los intereses y aspiraciones de los socios. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura, el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

### **Registro Único de Contribuyentes**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas

naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen sus obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal.

Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en éste. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguiente de ocurrido el hecho que produjo el cambio.

Todos los trámites relacionados con el Registro Único de Contribuyentes se realizan en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI).

### **Patente Municipal**

El Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la patente y por consiguiente, el pago del impuesto (Art. 381), para todos los comerciantes, productivos e industriales que funcionan dentro de los límites tanto rurales como urbanos del cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad económica.

La patente anual se obtendrá dentro de los treinta días siguientes al final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año. Por el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto mensual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, valores y ubicación del negocio.

**Registro de Funcionamiento**

El registro de funcionamiento es otorgado por el Municipio del cantón Ibarra. Los requisitos y formalidades para el registro son las siguientes:

Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.

Nombramiento del representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.

Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Fotocopia de cédula de identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o extranjera.

Copia del Certificado de votación.

Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en un juzgado del Inquilinato

**Número Patronal**

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:

Contratos de Trabajo inscritos en la Inspección de Trabajo.

Cédula de Identidad del representante de la empresa.

Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Una vez obtenido el número patronal se debe afiliarse a los trabajadores.



- **FORMACIÓN DE LA EMPRESA**

Para la formación de la compañía se desarrollará aspectos fundamentales para la formación de la entidad legal y la celebración de la escritura de constitución.

**Entidad legal.-** Se constituirá como compañía de responsabilidad limitada;

**Socios.-** La Compañía se conformará con tres socias en donde constaran los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad.

*Cuadro N° 70*

*Nómina de socios*

NOMBRES	APELLIDOS	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD	DIRECCIÓN
<b>Nuvia Alexandra</b>	Campues Juma	soltera	Ecuatoriana	Yahuarcocha, Ibarra
<b>Tania Elizabeth</b>	Rodríguez Delgado	Soltera	Ecuatoriana	El Olivo, Ibarra
<b>Janet del Pilar</b>	Puma Gavilima	Soletera	Ecuatoriana	La Victoria, Ibarra

Elabora por: la Autora

**Obligaciones Sociales.-** Los socios responderán individualmente hasta por el monto de sus aportaciones; en este caso es de 3.000,00 dólares cada socio.

**Desarrollo de las Actividades.-** Las actividades de servicio de capacitación de la compañía se desarrollaran con el nombre de “EMACI CIA. LTDA.”

**Objetivo social.-** Brindar servicios de capacitación y asesoramiento.

**Capital.-** Las aportaciones de cada uno de los socios serán de \$3.000,00 dando un total de capital social de 9.000.00 los mismos que serán divididos en aportaciones de US\$3.000.00 dólares cada una, por lo tanto el capital social se conformará de 3 participaciones.

**Suscripción y pago de las aportaciones.-** Los socios suscribirán 3 participaciones cada uno y el pago se realizará en efectivo, en el momento de la conformación de la compañía.

**Tiempo para la que se constituye.-** La compañía tendrá una duración de 50 años.

**Domicilio.-** EL domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia El Sagrario, calle Juan José Flores 7-20 y Simón Bolívar.

**Cuenta Bancaria.-** Se abrirá una cuenta bancaria a nombre de la compañía en formación;

**Fondo de reserva.-** Se creará un fondo de reserva de hasta el 20% del capital social;

**Participación de los socios.-** Es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social;

**Las deliberaciones se realizarán democráticamente,** dando oportunidad de expresarse a todos los accionistas y las decisiones se tomarán por mayoría, las convocatorias a Junta General de Accionistas se realizará por escrito por parte del gerente con 4 días de anticipación, pudiendo ser convocatorias ordinarias o extraordinarias.

**La creación de la compañía** se realizará por medio de una escritura pública, en la cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la ley de Compañías para este tipo de empresa;

**Esta escritura será aprobada** por el Superintendente de Compañías y se publicará el extracto de la escritura en un periódico de la ciudad de Ibarra;

**Inscripción en el Registro Mercantil.-** Con la autorización del Superintendente se procederá a inscribir legalmente la compañía;

**Estatutos.-** Con la aprobación y la inscripción de la escritura se procederá a elaborar los estatutos de la compañía para la aprobación respectiva de la Superintendencia de Compañías; y,

Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

## **6.5 Plan de cuentas**

El plan de cuentas a implementarse en la nueva empresa es el siguiente:

### **EMPRESA EMACI CIA. LTDA.**

#### **PLAN DE CUENTAS**

#### **CÓDIGO CUENTAS CONTABLES**

- 1. ACTIVO**
- 1.1. ACTIVO CORRIENTE**
- 1.1.1. EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO**
- 1.1.1.1.** Banco Pichincha Cta. Crrte.
- 1.1.2. ACTIVOS FINANCIEROS**
- 1.1.2.1.** Cuentas por cobrar clientes no relacionados
- 1.1.2.2.** Reserva de cuentas incobrables
- 1.1.2.3.** Otras cuentas por cobrar
- 1.1.3. ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES**
- 1.1.3.1.** Crédito tributario IVA
- 1.1.3.2.** Crédito tributario Imp. Rta.
- 1.1.3.3.** Retenciones en la fuente
- 1.1.3.4** Anticipo por impuesto a la renta

**1.1.4. INVENTARIOS****1.1.4.1. Inv. Suministros****Total Activo Corriente****1.2. ACTIVO NO CORRIENTE****1.2.1. PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO****1.2.1.1. Muebles y enseres****1.2.1.2. Equipos de computación****1.2.1.3. Depreciación Acum. muebles y enseres****1.2.1.4. Depreciación Acum. Equipos de computo****2. PASIVO****2.1. PASIVO CORRIENTE****2.1.1. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR****2.1.1.1. Proveedores Locales no Relacionados****2.1.1.2. Proveedores Locales Relacionados****2.1.2. IMPUESTOS POR PASIVOS CORRIENTES****2.1.2.1. Impuesto a la Renta por Pagar****2.1.2.2. Iva por pagar****2.1.2.3. Retenciones por pagar****2.1.2.4. Retenciones de Iva por pagar****2.1.3. OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS****2.1.3.1. Obligaciones Financieras Corrientes****2.1.4. OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES****2.1.4.1. Sueldos por pagar****2.1.4.2. Fondos de reserva****2.1.4.3. IESS por Pagar****2.1.4.4. 15% Participación Trabajadores****2.1.4.5. Décimo Tercero****2.1.4.6. Décimo Cuarto****2.1.4.7. Vacaciones****2.2. PASIVO NO CORRIENTE****2.2.1. OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS**

2.2.1.1. Obligaciones Financieras no Corrientes

**3. PATRIMONIO**

3.1. Capital Social

3.2. Resultados Acumulados

3.3. Reserva Legal

3.4. Utilidad del Ejercicio

**4. INGRESOS**

**4.1. INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS**

4.1.1. Venta por servicios

4.1.2. Otros ingresos

4.1.3. (-) Descuento en ventas

**5. GASTOS**

**5.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS**

5.1.1. Sueldos y salarios

5.1.2. Aportes social

5.1.3. Beneficios sociales

5.1.4. Arrendamiento de oficina

5.1.5. Mantenimiento equipos de computo

5.1.6. Transporte

5.1.7. Gastos de gestión

5.1.8. Gastos de viaje

5.1.9. Servicios básicos

5.1.10. Impuestos, contribuciones y otros

5.1.11. Depreciación propiedad, planta y equipo

5.1.12. Amortización

5.1.13. Otros gastos

**5.2. GASTOS DE VENTA**

5.2.1. Sueldos y salarios

5.2.2. Aportes social

- 5.2.3. Beneficios sociales
- 5.2.4. Honorarios, comisiones
- 5.2.5. Arrendamiento de oficina
- 5.2.6. Mantenimiento equipos de computo
- 5.2.7. Transporte
- 5.2.8. Gastos de gestión
- 5.2.9. Gastos de viaje
- 5.2.10. Depreciación propiedad, planta y equipo
- 5.2.11. Otros gastos

**5.3. GASTOS FINANCIEROS**

- 5.3.1. Intereses
- 5.3.2. Comisiones
- 5.3.3. Otros gastos financieros

## CAPÍTULO VII

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 7. 1 Sistema de impactos

A continuación se presenta la matriz de valoración, aplicada en la siguiente escala de puntuación.

#### *Cuadro N° 71*

#### *Matriz de valoración de impactos*

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Impacto alto negativo	-3
Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Impacto bajo positivo	1
Impacto medio positivo	2
Impacto alto positivo	3

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

En el esquema se detalla la valoración cualitativa y cuantitativa, la misma que depende del nivel de impacto. Para el cálculo se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma \text{ total}}{\text{N}^{\circ} \text{ de indicadores}}$$

NI = Nivel de Impacto

$\Sigma$  = Sumatoria de la valoración cuantitativa

$n$  = Número de indicadores

Los impactos que sobresalen y están sujetos de análisis son: Impacto social, económico, educativo, tecnológico, ambiental y empresarial.

Con esta tabla se procedió a aplicar en los siguientes impactos el puntaje de evaluación, siendo:

## 7.2 Impacto social

*Cuadro N° 72*

*Matriz de impacto social*

Indicadores \ Nivel de Impacto	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Vincular a los clientes internos y externos de la empresa con el proyecto.						2		2
Generación de mejores fuentes de trabajo							3	3
Mejoramiento de las capacidades productivas de los empleados y administradores de la empresa							3	3
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$\Sigma$  Nivel de impacto / N° Indicadores

$$8/3 = 2,66 = 3$$



## Análisis

El vincular a los clientes con la empresa es de gran importancia para el desarrollo social de cada uno de los trabajadores en virtud de que crearán relaciones interpersonales y culturales importantes a todo nivel.

En cuanto a la generación de mejores fuentes de empleo podemos observar que nuestro proyecto genera un impacto alto positivo, en virtud de que directa e indirectamente se generarán por su crecimiento nuevas plazas de trabajo

Mejorará el nivel de vida de los empleados y administradores mediante la creación de este manual de operatividad con las relaciones sociales con la comunidad, que serán de beneficio mutuo.

### 7.3. Impacto económico

#### Cuadro N° 73

##### Matriz de impacto económico

Indicadores	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Activación completa del aparato productivo						2		2
Mayores ingresos para la empresa.							3	3
Generación de utilidades y de impuestos.						2		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$\Sigma$  Nivel de impacto / N° Indicadores

$$7/3 = 2,33 = 2$$

## Análisis

Se considera que este proyecto activara completamente los servicios de capacitación de la empresa debido a que aumentaría la cantidad y calidad de producción para la venta dentro de la ciudad y provincia.

Con la implementación del proyecto los ingresos de la empresa se incrementarán considerablemente debido a que sus relaciones laborales e interpersonales y el ambiente de trabajo no solo estará enfocado en mejorar sino en ser más productivos.

La implantación de este manual de organización delimitará las tareas de los trabajadores y generara mayores impuestos y el pago directos como es el impuesto a la renta, que contribuirá en beneficio de la provincia retribuyéndose hacia la sociedad.

### 7.4. Impacto educativo

#### Cuadro N° 74

##### Matriz de impacto educativo

Indicadores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Cambia la perspectiva de administración y organización.							3	3
Motivación en los trabajadores.							3	3
Conocimientos sobre sus funciones.							3	3
<b>TOTAL</b>							<b>9</b>	<b>9</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$\Sigma$  Nivel de impacto / N° Indicadores

$$9/3= 3$$

## Análisis

La calificación cuantitativa de este impacto es de 3 que significa un impacto positivo alto, ya que la cultura de organización y administración entre los clientes internos está enfocada básicamente en cumplir las tareas y obligaciones de cada uno.

El tener la posibilidad de capacitarse es motivante para los empleados, puesto que será un incentivo para aumentar su creatividad y habilidades dentro su trabajo asignado.

El estudio e implementación del manual de organización, aumentara su conocimiento no solo de sus obligaciones sino de sus actividades y vinculación con todos los departamentos de la empresa.

### 7.5. Impacto ambiental

#### Cuadro N° 75

#### Matriz impacto ambiental

Indicadores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Optimización de recursos						2		2
Utilización adecuada de los desechos							3	3
Manejo de mitigación de impactos						2		2
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$\Sigma$  Nivel de impacto / N° Indicadores

$$7/3 = 2.33 = 2$$

## Análisis

La aplicación del presente proyecto generara un impacto de 2 que significa un impacto positivo medio.

La implementación del manual de manejo organizacional hará que los recursos de la empresa sean preservados y utilizados de manera eficiente para que estos recursos sean utilizados solo en lo estrictamente necesario.

Se implementara una política particular de manejo adecuado de desechos porque este manual permite que sean menores los impactos por la utilización eficiente de los insumos utilizados.

Dentro del esquema del manual los administradores junto con los empleados tendrán la obligación de manejar y mitigar que el impacto ambiental sea el menor posible.

## 7.6. Impacto empresarial

### Cuadro N° 76

#### Matriz de impacto empresarial

Indicadores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Estilos de gestión							3	3
Clima organizacional							3	3
Trabajo corporativo						2		2
Manejo de los recursos							3	3
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>9</b>	<b>11</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

$\Sigma$  Nivel de impacto / N° Indicadores

$$11/4 = 2,75 = 3$$

### Análisis

El valor cuantitativo de este impacto es de 3 que significa impacto positivo alto.

Este impacto es positivo y de validación para la creación e instalación de la empresa, ya que ofertará productos y servicios de capacitación de calidad y a precios justos a la demanda del mercado meta.

Si la Gerencia de la empresa de capacitación administrativa y financiera, optimiza los recursos, planifica, gestiona, coordina las actividades del personal enfocándose siempre hacia los servicios de capacitación, mejorara en gran medida la imagen corporativa de la nueva institución.

### 7.7. Impacto general del proyecto

#### Cuadro N° 77

##### Matriz de impacto general

Indicadores	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto social							3	3
Impacto Económico						2		2
Impacto Educativo							3	3
Impacto Ambiental							3	3
Impacto Empresarial							3	3
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>12</b>	<b>14</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

$\Sigma$  Nivel de impacto / N° Indicadores

$$14/5 = 2,80$$

La Empresa de Asesoría y Capacitación Administrativa y Financiera, generara un impacto positivo alto de forma general que será de 3.

### **Análisis general**

Esto comprende que al ser un impacto alto positivo, la empresa de capacitación administrativa y financiera será beneficiosa para el gerente propietario de la nueva institución y parara las empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra, ya que será una alternativa de progreso a nivel familiar y de la colectividad.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber diseñado el estudio de factibilidad, para la creación de una empresa de servicios de capacitación administrativa y financiera para las entidades públicas y privadas de la ciudad de Ibarra, se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

### CONCLUSIONES:

- Del análisis de la información expuesta en el diagnóstico situacional, se establece que existen buenas oportunidades para la creación de la empresa, permitió conocer la necesidad y aceptación que se tiene para la implementación de este proyecto en la ciudad de Ibarra, así como también el reconocimiento de las diferentes pequeñas y medianas empresas (PYMES) para mejorar sus condiciones laborales y poder aprovechar de forma eficiente el talento humano, a través de la capacitación en diferentes áreas de sus unidades productivas.
- La información obtenida de las Bases Teóricas permitió conocer de una forma profunda la realidad de las empresas públicas y privadas, hacer comparaciones de las diferentes formas de empresa y su administración, el modo de manejo administrativo organizacional; bases conceptuales que sustentan los análisis y planteamientos efectuados a lo largo de toda la investigación desarrollada.
- En el estudio de mercado se determinó que la creación de la empresa de capacitación es factible, porque existe una importante demanda potencial o insatisfecha en entidades públicas y privadas que adquirirían nuestros servicios. Las encuestas y las entrevistas aplicadas a los directivos, administrativos y operarios de las empresas, se obtuvieron

muchas falencias en el desarrollo de las actividades a ellos encomendadas. Por lo que ven la necesidad que se mejore las capacidades del personal a través de la capacitación, con el objetivo que ayude al fortalecimiento del talento humano y desarrollo de la empresa.

- El estudio técnico fue el factor importante para determinar el tamaño o capacidad de generación del servicio, seleccionar el lugar más apropiado para la implementación de la empresa de capacitación administrativa y financiera y fundamentalmente se llegó a determinar las inversiones requeridas para la instalación del proyecto, con instalaciones adecuadas para la prestación de un servicio de capacitación eficiente y oportuna.
- En el estudio financiero y económico pudo establecer resultados favorables, debido a la rentabilidad que generará la nueva empresa a implantarse en la ciudad de Ibarra, ya que permite la recuperación de la inversión inicial y la cancelación de obligaciones en unos períodos relativamente corto.
- Para que el proyecto sea viable se concluye que el manual de funciones para el manejo empresarial de la nueva empresa, estará organizada tanto administrativamente como funcionalmente, para lo que se propone los objetivos, esto es general y específicos, misión, visión, políticas, organigrama y manual de funciones que indican los grados y lineamientos a seguir por parte del personal de la empresa. La estructura orgánica y funcional ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas.
- Se concluye que el proyecto generará un impacto alto positivo en las áreas social, educativo y empresarial, ya que generará mejor calidad de vida, optimización de recursos, manejo



integral del talento humano e ingresos económicos que directa o indirectamente beneficiaran globalmente a todos los involucrados en la empresa.

## RECOMENDACIONES:

La presente propuesta proyecta generar una rentabilidad, por lo que se recomienda invertir en el proyecto, decisión que se respalda en las estimaciones financieras y demás estudios realizados.

Para una correcta implementación del proyecto, se recomienda tomar en cuenta lo siguiente:

- Tomando en cuenta las condiciones favorables que se ponen en evidencia en el proyecto se recomienda que la implementación del manual de organización administrativa que brindará una correcta información a los administradores y empleados acerca de los beneficios que obtendrían al utilizar los servicios del mismo.
- La capacitación administrativa financiera, debería en el futuro considerar la posibilidad de difundir el proyecto a nivel provincial y regional para que todas las empresas definan sus programas de mejoramiento de las capacidades del talento humano, con la finalidad de mejorar la dirección, conducción y productividad de la empresa y el desarrollo de la provincia.
- Estimulará a los empleados con la finalidad de cambiar sus paradigmas obteniendo la oportunidad de trabajar con herramientas nuevas que son de gran beneficio para ellos.
- Aprovechar el potencial que tienen los empleados para producir más y mejor, ofreciéndoles una innovación del conocimiento que les permita mejorar sus actividades y tareas diarias dentro de cada uno de los procesos.

- A los directivos y administradores, sociabilizar la propuesta con todo el personal de trabajo para ponerla en marcha un programa de capacitación de tal manera que puedan ofrecer una mayor oportunidad de mejorar sus labores y tareas diarias, así como también lograr el cumplimiento de nuevas metas.

## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- **DÍAZ**; Adriana; (2011) *Formación y Capacitación del Personal*.
- **BERANAL**; Cesar; (2006); *Metodología de la Investigación*, editorial Pearson Educación, Segunda Edición, México.
- **CERDA**, Hugo; (2006); *Como Elaborar Proyectos*; Editorial del Magisterios; Cuarta Edición; Bogotá - Colombia.
- **CHAVENATO**; Idalberto; (2009); *Administración de Recurso Humano*; Editorial Manole; Séptima Edición.
- **CHAVENATO**; Idalberto; (2009); *Planeamiento, reclutamiento y Selección de Personal* ; Editorial Manole; Séptima Edición.
- **LARA**; Byron; *Como Elaborar Proyectos de Inversión Paso a Paso*
- **MENDEZ**, Carlos; (2005); *Metodología de la Investigación Científica*, Editorial Nomos S.A. 2da. Edición, Sta. Fe de Bogotá – Colombia.
- **MONDY** ; R; (2005); *Administración de Recurso Humano*; Editorial Pearson Educación Edición Especial, México.,
- **NIIF**; (2009); *Para las PYMES*.
- **POSSO**, Miguel; *Modulo de trabajo de grado PUCE-I*. Ibarra-Ecuador.
- **REZA**; Jesús Carlos; (2007); *Evaluación de la Capacitación en las Organizaciones*; Editorial Panorama
- **SILICEO**; Alfonso; (2006); *Capacitación y Desarrollo de Persona*; Editorial Limusa.
- **TAYLOR**; Kinnear; *Investigación de Mercados*, Bogotá Colombia; McGraw-Hill
- **THOMPSON**; Ivan; *Administración*; 2009.
- **ZAPATA**; Pedro; *Contabilidad General*, Quinta Edición, Editorial Mc. Graw-Hill, Colombia, 2005.

## LINKOGRAFÍA

### SITIOS WEB

- [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)
- [www.supercia.gob.ec](http://www.supercia.gob.ec)
- [www.ibarra.gob.ec](http://www.ibarra.gob.ec)
- [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)
- [www.pronegocios.net/empresas](http://www.pronegocios.net/empresas)
- [www.wikilearning.com](http://www.wikilearning.com).
- [www.mrl.gob.ec](http://www.mrl.gob.ec)
- <http://psicologiayempresa.com>
- <http://nature.berkeley.edu>

# ANEXOS

**ANEXO 1** Encuesta realizada a la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Ibarra.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA  
ENCUESTA**

**Introducción.**

Esta encuesta es realizada con fines de carácter académico y los datos obtenidos serán de mucha ayuda para el éxito de la investigación para la creación de una Empresa De Servicios De Capacitación.

**Objetivo General.**

Determinar el grado de aceptación de la población económicamente activa para la creación de Una Empresa De Servicios De Capacitación Administrativa y Financiera en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

**Instrucciones.**

Marque con una X donde corresponda.

**1. Sexo de personas encuestadas.**

Femenino		<input type="checkbox"/>
Masculino		<input type="checkbox"/>

**2. ¿Cuál es su cargo actual en la empresa donde labora?**

Gerente		<input type="checkbox"/>
Administrador		<input type="checkbox"/>
Obrero		<input type="checkbox"/>

**3. ¿Cuántos empleados tiene su empresa?**

10 - 20		
21 - 50		
51 - 100		
Más de 100		

**5. ¿A qué sector productivo pertenece su empresa?**

Comercio		
Telecomunicación		
Electricidad		
Industria		
Transporte		
Servicios		

**6. ¿Considera que la capacitación mejora el desarrollo de la empresa?**

Alto grado		
Medio grado		
Bajo grado		



7. **¿La empresa realiza capacitación según prioridad de las necesidades en?**

Administrativa		
Comercio y Marketing		
Contabilidad / NIIF		
Tributación		
Comercio y Finanzas		
Legislación Laboral		

8. **¿Los aspectos más importantes que considera la empresa para contratar los servicios de capacitación son?**

Costo de los programas		
Contenido de los servicios		
Calidad del servicio		
Facilidad de Pago		
Horarios		

8 **¿Su empresa ha contratado algún tipo de capacitación durante el último año?**

Si		
No		

9 **¿En el presupuesto general de la empresa existe un rubro destinado para capacitarse?**

Si		
No		

**10 ¿La empresa en cuanto a jornadas de capacitación prefiere?**

Se realiza en horas de trabajo	<input type="text"/>
Se realiza fuera de horas de trabajo	<input type="text"/>
Una combinación de las dos	<input type="text"/>

**11 ¿Nombre tres operadoras de capacitación, con las cuales su empresa haya trabajado?**

SECAP - Ibarra	<input type="text"/>
CECAMI	<input type="text"/>
Corporación Imbabura	<input type="text"/>
Centro de Formación Empresarial	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>

**12 ¿La empresa con qué frecuencia utiliza el servicio de capacitación?**

Mensual	<input type="text"/>
Trimestral	<input type="text"/>
Semestral	<input type="text"/>
Anual	<input type="text"/>

**13 ¿Cuánto invirtió/ invierte en actividades de capacitación?**

De 50,00 a 100,00 USD		<input type="text"/>
De 100,00 a 150,00 USD		<input type="text"/>
De 150,00 a 200,00 USD		<input type="text"/>

**14 ¿Cuántas personas asistieron/asisten a los diferentes cursos de capacitación?**

De 1 a 5		<input type="text"/>
De 5 a 10		<input type="text"/>
Más de 10		<input type="text"/>

**15 ¿Cuáles son los principales problemas que encuentra en el actual servicio?**

Precios altos		<input type="text"/>
Falta de calidad en el servicio		<input type="text"/>
Falta de seriedad		<input type="text"/>

**16 ¿Le gustaría disponer de una nueva empresa que le ofrezca el servicio de capacitación en condiciones de eficiencia, precios razonables y seriedad?**

Si		<input type="text"/>
No		<input type="text"/>

## ANEXO 2 Listados de las empresas públicas y privadas

**EMPRESAS AFILIADAS A LA CAMARA DE COMERCIO DE IBARRA  
REGISTRADAS HASTA EL 2014**

<b>Razón Social</b>	<b>Afiliado</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>E-mail</b>
4 LIFE	Erazo Luis Alfonso	Bartolome Garcia 6-82	2600443	
ABARROTOS ROSARIO PASQUEL	Pasquel Beltran Rosario	Perez Guerrero y Eugenio Espejo 8112	2644-628	
ABASTOS MI TIO	Bolaños Sara	Eugenio Espejo Nro. 470	2643-857	abastosmitio@hotmail.com
ABASTOS ORDOÑEZ	Ordoñez Itamar	Bartolomé García Nro.153 y Obispo Mosquera	2600-138	
ALBAJO COSTO	Washintong A. Garcia Burbano	Olmedo 9-104 y Velasco	2612-230	juancarlos.villagomez@albajocosto.com, washington.garcia@albajocosto.com, jackeline.galarza@albajocosto.com
ACABADOS EL CONSTRUCTOR	Rivadeneira Mery Marleny	Av Jaime Rivadeneira Nro.627 y Pedro M	2959-941	constructor@andinatet.net
ACTIVE EXTREME	Pillajo Andrea	Olmedo Nro. 10-22 y Velazco	2605-697	mauryt1@hotmail.com
AGENCIAS DEL NORTE	Madera Lucía	Pedro Moncayo Nro.579 y Bolívar	2955-940	almadera@andinanet.net
AGRO IMPORTADORA JACOME MEJIA	Mejia Arturo	Av. Cristobal de Troya Nro.1036	2957-583	imporjm@imbanet.net
ALMACEN A TODO DAR	Guadalupe Carlosama	Obispo Mosquera y Bartolomé Garcia	2602-871	s/c
ALMACEN ARTEFACTA	Chicaiza Fernando	Sanches y Cifue.1108y Velasco	2953260	tienda1013@artefactabio.com.ec
ALMACEN CASA BELLA	Ramiro Calderon Palcencia	Flores 12-33 y Jaime Rivadeneira	2601-437	
ALMACEN CARLOS ARIAS	Beatriz Brito	Redondel Cabezas Borja	2951873	distarias@andinanet.net
ALMACEN CICLO IBARRA	Castaño Carlos	Antonio Cordero Nro.326	2640-059	c.castano@andinanet.net
ALMACEN DE LANAS EL CISNE	Córdova Raúl	Olmedo Nro.1016 y Velasco	2959-496	cordova.sc@gmail.com
ALMACEN EL GLOBO	Saud Michel	Bolivar Nro.624	2957-199	tibysaud@yahoo.es
ALMACEN EL REPUESTO	Endara Jorge	García Moreno Nro.734 y Olmedo	2950-437	jendara@andinanet.net
ALMACEN JOTA. YETESA S.A.	Yepez Alejandro	Av.Eliodoro ayala	2640942	almacenjyt@yahoo.com
ALMACEN OSCAR HERRERA	Herrera Oscar	Rafael Troya Nro.659	2609-755	ohestore_@hotmail.com

ALMACEN MADEC	Chasiquiza Luis	Obispo Alejandro Pasquel Monge 124	2640-220	s/c
ALMACENES FERROELECTRICO	Cartagena Marco	Sucre 13-14	2609-321	marcoandrescartagena@hotmail.com
ALVARO CAZAR GUDIÑO	Cazar Gudiño Alvaro	Bolívar Nro.891 y Velasco	2611-750	asecseguros@andinanet.net
ARTE-SANO	Marco Vasquez Gualsaqui	Otavalo	3049532	
ARCIMIEGO	Portilla Wagner	Sánchez Nro.656 y Grijalva	2605-206	wapo@hotmail.com
ASISCORP	Jorge L. Montesdeoca	Velasco y Olmedo	2500547	
ASEGURADORA DEL SUR	Mendez Reha Oscar	Victor Castelos y Galo Plaza	2630-920	perugach@asegur.com.ec
AUTHESA	Hidrobo Patricio	Av. Mariano Acosta	2631-869 2632-954	idavila@comhidrobo.com; pbossano@comhidrobo.com; aphe@comhidrobo.com
AUTOLLANTA	Vinueza Ana Cristina	Calixto Miranda Nro.270 y Luis Toro M	2955-680	autollantamore@yahoo.com
AUTOMOTRIZ VEGA	Vega Pablo	Obispo Mosquera Nro.947	2953-730	vegapab@hotmail.es
AUTOMOVIL KOREANO	Ichau Cuasqui Aurelio	Av. Mariano Acosta (Hotel Ajaví)	2611-356	
AVIGRAND	Valencia Enma	Colón Nro.8-08 y Olmedo	2933-305	nestorvelasco02@yahoo.es
BANCO CAPITAL S.A.	Hidrobo Arturo	Velasco 844 y Olmedo	2958-859	jferro@bancocapital.com
BANCO DEL AUSTRO	Borja Rafael	Colón Nro.743 y Bolívar	2642-171	rborja@baustro.fin.ec
BANCO DEL PACIFICO	Calderón Myrian	Pedro Moncayo y Olmedo (esq)	2957-714	mcalderon@pacifico.fin.ec
BANCO PICHINCHA	Ing. Carlos Teran	Bolívar y Obispo Mosquera	2955-810	gaortiz@pichincha.com
BANCO PROCREDIT	Ing. Viteri Alexandra	Sucre y Flores	2608-572	
BANCO PROMERICA	Gómez Fabián	Olmedo Nro.980 y Velasco	2641-071	fgomez@gfmmja.com
BANCO UNIBANCO	Rocha Germania	Velasco 7-50 y Olmedo	2959-013	www.unibanco.fin.f
BAZAR IMBABURA	Paez María	Bolívar Nro. 6-30	2950-970	
BUCHELI PEÑAFIEL CIA LTDA	Bucheli Proaño Jacinto	Parque Industrial	2641-986	paintingcr@yahoo.es
BUSTILLOS LARA CIA LTDA	Bustillos Amaya Patricio	Sánchez y Cifuentes Nro.14116	2643-207	s/c
CABLESPEED CIA LTDA	Mnatilla Perez Fredy	Plaza Boyacá Nro.476	2609-542	
CAFETERIA EL PEQUEÑO SITIO DEL RETORNO	Quelal Pilar	Av. El Retorno 18-60	2958-021	
CALZADO NACIONAL	Pozo Alejandro	Sanchez y Cifuentes 11-100 y Colon	2604-739	
CAMPING Y PESCA	Chacón Miguel	Pedro Moncayo Nro.621y Bolívar	2608-027	
CANTERA TERRAZA EL REY	Vallejo Reinaldo	Ejido de Caranqui (Las Minas)	2651-268	

CANTERAS Y TRANS. TERRAZA QUEBRADA BLANCA S.A	Vallejo Ana Lucia	Carlos Elias Almeida 7-16	2952-921	
CARRO SEGUROS CARSEG S.A	Ripalta Burgos Alex	Av Cristobal de Troya Nro.661	2955-517	ggaibor@iba.carsegsa.com
CENTRO DE ENTRENAMIENTO DEPORTIVO	Salgado José	Rafael Rosales 1-44 Juan de Dios Navas	2952-522	anitaloza_bicishop@yahoo.com
CEISEV CIA LTDA "Centro de Estudios Isidro de Sevilla"	Dávila Rodas Fausto	Av. Atahualpa Nro.14148	2952-535	faustodavila@latinmail.com
CENTRO VETERINARIO	Alfonso Carrillo	Fray Vacas G y Mariano Acosta 12-53	2600-029	maribelsaltos@gmail.com
CHICK SNACK BAR	Carrera Augusto	Olmedo Nro.7-45 y Flores	2958-583	dacoibar@andinanet.net
CIMALIFE COMP LTDA.	Rengifo Dávila María	Olmedo Nro.1160 y Perez Guerrero	2951-031	nicosnany@hotmail.com
CLIMODER S.A.	Gordillo Vinuesa Jacinto	Victor Gómez Jurado y Mariano Acosta	2631-130	cmoderna@imbanet.net
CLINICA IBARRA SOCIEDAD CIVIL	Bejarano Fernando	Eliodoro Ayala Nro.110 y Jorge Dávila	2606-203	clinicaibarra@hotmail.com
COM. TAXIS CUATRO ESQUINAS	Pincha Miguel Angel	Av. Atahualpa y Hernan Gonzalez	650905	
COMERCI IBARRA	Nieto Wilson Lcdo.	Juan Hernandez y Av. Jaime Roldos	2545822	comercibarra@yahoo.es
COMERCIAL AGRICOLA	Rueda C. Marcelo E.	Eugenio Espejo (Esq)Frente Terminal	2952-831	
COMERCIAL DIANA	Villarreal Rivera Diana E	Bolivar Nro.1298 y Obispo Mosquera	2644-584	almacendiana@hotmail.com
COMERCIAL HIDROBO	Hidrobo Patricio	Av. Mariano Acosta	2631-333	rcadena@comhidrobo.com
COMERCIAL RUIZ	Ruiz Aurelio	Av. Perez Guerrero Nro.8112	2951-656	
COMERCIAL Y TEXTILES CISNEROS	Cisneros Ruales Marcelo	Bolívar Nro. 9-30 y Velasco	2644-503	
COMERCIAL YEPEZ CIA LTDA	Iasillo Ricardo Aníbal	Oviedo Nro.660 y Bolivar	2601-432	comyeppez@hotmail.com
COMILLANTA JAUSA COMPAÑÍA	Jätiva Yaqueline	Av. Teodoro Gómez 16-09 Lucila Benalcazar	2585-122	comillanta@andinanet.net
COMISIONISTA DE TELEVENTAS S.A.	Proaño Jorge Andrés	Av. Pérez Guerrero Nro. 549 y Bolivar	2644-855	tvss@tventas.net

COMP DE CAMIONETAS 15 DE DICIEMBRE C.L.	Oña Luis Oswaldo	Parroquia Imantag (Cotacachi)	2648-022	
COMP DE TAXIS TURISLAGO C.A.	Vasquez Pablo	Caranqui	2585-444	
COMP DE TAXIS UNIVERSIDAD CATOLICA	Muñoz Marcelo	Aurelio Espinosa (U. Católica)	2610-555	
COMP DE TRANS BURBANO GARCIA CIA LTDA	Burbano García Arnulfo	Marco Tulio N. y Josefina Sandoval	2615-782	r_arnulfo22@hotmail.com
COMP DE TRANS GALO FEDERAL EXPRESS	Galo Oswaldo Chilibuina	Juan Leon Mera 283 y Rafael	2955-707	no tiene
COMP DE TRANS HERNANDEZ CIA LTDA	Hernández Luis Roberto	Cdla Pilar de Tobar 1-40	2956-911	
COMP DE TRANS PESADO LIDENORTI	Valencia Gustavo Plutarco	Av. Mariano Acosta (Ejido de Ibarra)	2932-446	
COMP DE TRANS PESADO TRAPIAN C. L.	Chulde Suárez Luis Fausto	Fray Vacas G. Nro.482 y Juan de Dios Navas	2640-575	integraciondina@andinanet.net
COMP DE TRANS PURUHANTA SA	Aguirre R. Luis Eduardo	Pimampiro	2937-906	
COMP DE TRANS TRANSDEPEJ C.A.	Mafla Segundo	Caranqui	650195	
COMP DE TRANSPORTE PUNTO AZUL CIA LTDA	Vallejo Paz Reinaldo	San Cristobal Ejido de Caranqui	2651-268	
COMP DE VOLQUETAS PUNTOVALBLUE CIA LTDA	Vallejo Montalvo Honorio	Ejido de Caranqui	2650-968	
COMP. D SEGUR CASEMAGER MARIA GERARDA CIA LTDA	Cevallos Washington	Pilanqui Manzana Nro. 15	2644-366	casemager@hotmail.com
COMP. DE TAXIS CUATRO ESQUINAS	Pincha Miguel Angel	Av. Atahualpa y Hernan Gonzales	2650965	
COMP. DE TRANS 16 DE SEPT. LITA	De la Cruz Jesus Salvador	Lita	081156274	
COMPAÑÍA LTDA AMIPEAPA	Pozo Patricio	Piorato (Aduana)	097413760	juana_dearco1988@yahoo.com
COMPAÑÍA AIRMAX TELECOM	Benavides Marlo	Av. Teodoro Gómez y Calixto Miranda	2608232	airmax_telecom@hotmail.com
COMPAÑÍA ANONIMA MADEESMASUD	Manosalvas José Guillermo	Salinas Nro.211 y Borrero	2950-602	madeemasud@yahoo.com

COMPAÑIA COMPAMTTIBARRA S.A.	Cusangua Bolívar	Gabriela Mistral y Av. José Tobar	2610-370	
COMPAÑIA COMTRAS AMBUQUI S.A.	Adel Murillo	Parroquia de Ambuquí	2637-322	
COMPAÑIA DE TRANS. CONTRANSSALINAS S.A.	Oñate Mariela	Salinas	094622049	
COMPAÑIA FULLPHONE CIA LTDA	Chavez Alejandro	Velasco Nro. 8-20 yOlmedo	2957-600	full_phone@hotmail.com
COMPAÑIA NARVAEZ VACA LTDA	Narváez Vaca Fabián	Av. Mariano Acosta 29-52 y Manuela Cañizares	2612550	narvaezvaca@hotmail.com, fnarvaezvaca@narvaezvaca.com
COMPAÑIA PIAMAR CIA. LTDA	Ochoa Piedad de	Rocafuerte Nro.1264 y Obispo Mosquera	2958-710	cegusalvarez@gmail.com
COMPAÑIA SHAJANA S.A.	Calderón Alvarez Juan Jose	Torres de la Colón (Apar. #303)	2955466	juanbau@andinanet.net
COMPAÑIA TERCINORTE S.A.	Villarreal Benavides Pili	Julio Zandulvide Nro.335 y Eloy Alfaro	642657	
COMPAÑIA TRANESCOIN S.A.	Carrera Hugo	lucia benalcazar 1-64	2585-246	
COMPAÑIA TRANSMACO S.A.	López Contreras Marco	Av Eugenio Espejo Nro.994 y T. G	2585-567	
COMPAÑIA TRANSVOL	Aza Lopez Oscar G.	Fray Vacas Galindo 3-82	2640-631	
COMPANIA RUTAS UNION SALINAS CIA LTDA	Dibujes Wilson	Parroquia Salinas	2665-125	
COMPRA VENTA LA PROVINCIA	Andres Caicedo	Sánchez y Cifuentes	2610-430	
COMPRA Y VENTA IBARRA	Carlos Osorio	Bolívar 11-59 y Obispo Mosquera	2606-719	s/c
CONECA	Sandra Carrion	Pedro Moncayo y Gonzalo Zandunbine	2644-300	scarrion@coneca.com.ec; amartinez@coneca.com.ec
CONNECTACEL CIA LTDA	Gomezjurado Frethman	Olmedo Nro.854 y Pedro Moncayo	2611-959	fgomezjurado@mercatel.com.ec
CONFECIONES BLANQUITA	Garzon Miguel Eduardo	Sanchez y Cifuentes Nro.1089	2953-404	
CONRADMED	Guerrero Germán A	Jacinto Egas Nro.180 y Av Teodoro Gómez	2640-349	alejandros49@hotmail.com
COOP DE AHORRO 29 OCTUBRE	Ing. Narciza Paspuel	Rocafuerte y Oviedo	2950-239	Ibarra@29deoctubre.fin.ec
COOP DE AHORRO Y CREDITO ATUNTAQUI	Chacón María Eugenia	Rio Amazonas 12-17	2909-399	fcuesta@atuntaqui.fin.ec



COOP PABLO MUÑOZ VEGA	Pozo Edwin	Pedro Moncayo entre Sánchez y Olmedo	2643-176	edwinpozo@cpmv.fin.ec
COOP. AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA LTDA	Edison Rigoberto Caicedo	Calle Imbabura 883 y Rocafuerte (Cotacachi)	2916-739	s/c
CORPORACION FAVORITA SUPERMAXI	Dias Javier	Av. Mariano Acosta Nro.2147 y V Gómez Jurado	2642-470	smx550@supermaxi.com
CORPORACION LA FAVORITA (AKI)	Jose Palacios	Bolivar Nro.1048 y Colón	2601-340	aki151@supermaxi.com
CORPORACIÓN LA FAVORITA (GRAN AKI)	José Ayala	Av. Mariano Acosta Matriz CC La Plaza	2631-466	jayala@favorita.com
CREATIVOS PUBLICIDAD	Angamarca Wilson	Pedro Moncayo 11-39 y Jaime Rivadeneira	2611-030	
D y K	Delgado Katerine	Av. Perez Guerrero 6-28		
D'ALESSANDRO CRAVATTE	Rosa Ines Perez Hidriobo	Bolivar 6-29	2954-577	valeria_lamen@hotmail.com
DECO AMOBLAR CIA LTA.	Benalcazar Marcelo	Av. Mariano Acosta 1557	2643-600	
DIANA PATRICIA FLORES OBANDO	Diana Flores	El Olivo	2605-166	
DIALIBARRA	Caicedo Orlando Javier	Juan J Paez Urb La Quinta	2611-465	dialibarra@yahoo.com
DIFARIME	Olmedo Pablo	Sucre 1473 y Teodoro Gómez	2644-235	
DILIPA	Segura Angel Eduardo	Obispo Mosquera 5-53	2601-518	
DISME DISTRI MERC ESPINOZA C.A.	Espinoza Patricio Guido	Rafael Rosales Felix Nro.129	2955-505	disme@andinanet.net
DISTARIAS CIA LTDA.	Arias Carlos Lenin	Calle 13 de Abril 20-47 e Ibarra	2547-076	
DISTRI DE VENTA DE ROPA POR CATALOGO	Sotomayor Edgar Giovani	Bolivar 11-58 y Ob. Mosquer	2951-206	llovanisotomayor@hotmail.com
DISTRIBUCIONES EL PAYASITO CIA LTDA	Molina Peña Jhonny	Perez Guerrero Nro.628 y Bolivar	2952252	s/c
DISTRIBUIDORA IMPORTADORA DIPOR	Galo Granizo	Av. 13 de abril y Azuay	2545-915	janethpozo@hotmail.com
DISTRIBUIDORA J.M.C.	Calderón Estevez Julio	Bartolome García Nro.325 y Av. Teodoro Gómez	2608-843	
DISTRIBUIDORA MIRNALME ALVAREZ HRNS CIA LTDA	Nancy Alvarez G	Av. Jaime Roldos 10-28 Ramon Alarcon	2954-219	dismafer_08@yahoo.com
DISTRIBUIDORA QUISUR	Guachamin Julio	Esmeralda 2-90 y 13 de Abril	2547-241	quisur@gmail.com
DISTRIBUIDORA ROKA	Acosta Roberto	José Vinuesa Nro.207 y Troya	2643-448	
DIVALLE CIA LTDA	Gallardo Luis	Velasco Nro.346 y Salinas	2607-835	divalle@pydaco.com

ECUASANITAS	Andrade Ortega Saulo	Av. Jaime Rivadeneira Nro.555 y Pedro Moncayo	2959-859	ibarra@ecuasanitas.com
EDITORES M.M.A. ASOCIADOS CIA LTDA	Castro Oscar	Juan José Flores Nro.1165 y Rafael Rosales	2955-495	diariodelnorte@diariodelnorte.ec
EL CENTRO DEL DESCUENTO KATTY	Calderon Maria C.	Pedro Moncayo y Bolivar Nro 8-26	2643-070	tejidos_katty@hotmail.com
EL PALACIO DE LAS VITRINAS	Guerra Castillo Segundo	Pérez Guerrero Nro.643 y Bolívar	2641-613	s/c
ELECTROMUNDO ANDRADE	Andrade Proaño Alex	Olmedo Nro.7-48 y Velasco	2608-200	s/c
EMPRESA ELECTRICA REGIONAL NORTE	Huaca María José	Borrero y Chica Narvaez	2641-288	
ENI ECUADOR S.A.	Montesdeoca Norma	Panamerican Km 5 Piorato	2580-817	
ETCH. PRODUCCIONES	Edwin Fabian Toaquiza Chiriboga	Grijalva 3-58 entre Rocafuerte y Maldonado	2601-901	
FANTASIAS ESTEFANY	Almeida Edgar	Bartolome Garcia Nro.190	2951-006	
FARMACIA EL CARMEN	Valenzuela Fredy R	Maldonado y Velasco Nro.1102	2951-206	
FASHION AMBAR	Anita Pineda	Olmedo 10-34 y Velasco	2609-298	
FELINE FASHION BOUTIQUE	Vallejo Esther Mariela	Olmedo y Perez Guerrero Centro Fortuna L. 48	2607-408	
FERNANDO PROAÑO	Proaño Fernando	Av. Mariano Acosta Nro.2987	099685000	sproano@andinanet.net
FERRETERIA ANDRADE	Andrade Bayron Oswaldo	Velasco 769 y Olmedo	2951-783	s/c
FERRETERIA SAN ANDRES	Alvarez Jorge	Av. Perez Guerrero Nro.913 y Av Mariano Acosta	2602-842	auro_chavez_67@yahoo.com
FERRIACABADOS	Villarreal Hugo	Av. Jaime Rivadeneira Nro.1216	2953-692	hivm@andinanet.net
FERRINDUSTRIAL S.A.	Chiriboga Luis	Luis Vargas Torres 137	991609	gerencia@ferrindustrial.com
FLORALP S.A.	Purtschert Norberto	Princesa Paccha	2650-789	norberto@floralp-sa.com
FLYECUADOR Y TATTOO STUDIO	Duque Jorge	Oviedo 813 y Sánchez y Cifuentes	2953-297	jorge@flyecuador.com.ec
DISTRIBUIDORA JW EXPRESS	Julia Johana Wheeler	Oviedo Nro.9-59 y Chica Narvaez	2950-819	rosa_bastidas@hotmail.com
G.4 S SECURE SOLUTIONS	Villacis Yépez Diego	Av. Mariano Acosta y Manuela Cañizares	2632-610	
G.L.T. LOGISTIC EXPRESS S.A.	Godoy Pasquel Shofre	Av. Fray Vacas Galindo Nro.411y Mariano A.	2607-088	gtlogisticexpress@hotmail.com
GALASOFT S.A. GALA SOFTWARE	Garzon Baez Patricio F	Sánchez Nro.1070 y Velasco	2640-431	ventas@gala-software.com
GRUNORSA S.A	Amador Villalba Thaufik	Av. Mariano Acosta Nro.2226	606315	desarrollohumano@imbauto.com.ec

GRUPO JIMENEZ ANDRADE	Jiménez Cárdenas Stalin	Bolivar Nro.957 entre Colón y Velasco	2611-002	hardecuador@yahoo.com
GRUPATSOL S.A.	Gabriela Toledo Pabon	Juan Genaro Jaramillo #320 alfonso almeida	2954-389	gabito.p@hotmail.com
HARDSOFT DEL ECUADOR CIA LTDA	Villarruel Rivera Benito	Juana Atabalipa Nro.573 y Av. Teodoro Gómez	2610-028	hardsoftecuador@yahoo.com
HERNANDEZ EDITORES S. C. C.	Hernandez Judith	Elias Almeida Nro.614 y Rafael Larrea	2643-718	oswald@andinanet.net
HOTEL MADRID	Moncayo Rubén	Pedro Moncayo Nro.741 y Olmedo	2950-796	rubenmoncayo@hotmail.com
IMBACABLE CIA LTDA	Mantilla Pérez Fredin	Parque Santo Domingo Nro.475	2609-532	imbacable@yahoo.com
IMBAUTO	Amador Wilson	Av. Mariano Acosta Nro.2208	2632-100; 2630-909; 2630-747	
IMPORTADORA CASTILLO	Castillo Luis	Cristobal de Troya	2955-349	
IMPORTADORA SHADDAI	Marlon Peterson Aldean Buenaño	Eduardo Almeida 1-72 y Teodoro Gomez	2959-049	
IMPORTADORA Y DISTRI M.B S.C.C	Benalcazar Marcelo	Av Mariano Acosta Nro.1557	2640-990	mbenalcazar@hotmail.com
INSTITUTO MEDICO DE ESPECIALIDADES (I.M.E)	Caicedo Perez Orlando	Padre Jacinto Egas 1-83	2955-692	imevalpaz@yahoo.com
INTEM.S.A. INTERMEDIARIOS EMPRESARIALES	Herrera Anabela	Olmedo 11-64 y Pérez Guerrero	2611487	
INTY SPORT	Acosta Pazmiño Robert	Jose Vinuesa Nro.267 y Troya	2643-076	acostarobert67@yahoo.com
JAIR HENAO	Henao Giraldo Jair	Av Perez Guerrero Nro.759 y Sánchez	2608-842	jairhenao@latinmail.com
JIMENITA DE LOS ANGELES ORTEGA	Ortega Jimena de los Angeles	Obispo Mosquera 11-27 y Juan Francisco Cevalos	2604-792	
JOSE PATRCIO TOBAR TORRES	Tobar Torres Joe P	Rocafuerte casa nro.3y Rio Cenepa	602977	
JOYERIA POSITIVE	Francisco Guerra	Av. Perez Guerrero Nro.628 y Bolivar	2952-252	pachoguer@hotmail.com
KARLAND'S BOUTIQUE	Rodríguez Sandra	Bolivar Nro.1090 y Perez Guerrero	2959-815	s/c
LA GANGA R.C.A. S.A.	Mendez Lanchimba Sonia	Pedro Moncayo Nro.894 y Olmedo	2643-128	ibarra1@almaceneslaganga.com
LA IBARREÑITA	Patricia Nuñez Ontaneda	Olmedo y flores	2955183	

LA MINGA	Cárdenas Alvaro	Av. Mariano Acosta Nro.1134 y J Rivadeneira	2643-344	alvarocar.74@hotmail.com
LA PLAZA SHOPP S.A	Amador Wilson	Av. Mariano Acosta 2147 y Victor Gomez JuradoLa Plaza Shopping	2631-066	bettygallegos@imbauto.com.ec
LABORATORIO CLINICO DE ESPECIALIDADES	Montalvo Eduardo	Sucre 14-73y Av. Teodoro Gómez	2956-442	labime206@yahoo.com
LIBRERIA IMBALIBROS	Rivera Pozo Vinicio	Bolivar Nro.1082 y Perez Guerrero	2601-845	s/c
LICORAM	Ruiz Nelson	Rocafuerte 1-132	2957-862	nruiz@licoram.com
MACRORIEGO	Granda Eduardo José	Av. Cristobal de Troya Nro.9183	2609-187	neblinatropical@andinanet.net
MAQUIAGRO CIA LTDA	Daza Hugo	Av. Cristobal de Troya	2955-837	hugodazayopez@hotmail.com
MARIA DOLORES SALAZAR MANOSALVAS	Salazar Maria Dolores	Olmedo y Velasco	2950-200	mdsalazar2008@yahoo.com
MATA HAMBRE	Yachancipa Jorge	bolivar y rocafuerte 4-53	099655689	
MAVON FLOWERS L&L	Duran Lenin	Tabacundo	2366-575	
MEGAHIERRO	Chasiquiza Pablo	Av. Cristobal de Troya Nro.7123	2602-442	megahierro@hotmail.com
MERCANTIL GARZON CIA LTDA	Garzón Ruales Guillermo	Olmedo Nro.1140 y Perez Guerrero	2950-719	geovvybb@yahoo.com
MI VAJILLA	Carmen Ardila	Pérez Guerrero Nro.622 y Bolívar	2951-201	s/c
MS REPUESTOS DIESEL	Romel Mauricio Salvador Villacis	Av. Cristobla de Troya 9-208	2611-624	mausalvador@hotmail.com
MOTOS CLUB	Cordero Leon Norma	Jaime Rivadeneira 5-18 y Oviedo	2611-910	
MUA	Guerrero Maria Belen	Bolivar Nro. 8-11	2958-198	mabeg81@hotmail.com
MUEBLES CONFORD	Medez Villareal Gaby Elizabeth	Perez Guerrero 744 Y Olmedo	2951-680	
MULTY HIERRO	Robalino Angel	Bolivar Nro.1326	2643-389	
MUNDO CELULAR	Echeverría Omar	Olmedo y Velasco	2612-658	orec2040@hotmail.com
MUNDO ELECTRONICO	Luis Placencia Meneses	Velasco 8-73 Y Sanchez	2959'087	alfredo_placencia@hotmail.com
MUNDO MOTOS DEL NORTE CIA LTDA	Yepez Hinojosa Santiago	Av. Teodoro Gómez	2609-588	paulabetan5@yahoo.es
MUNDY EXPRESS CIALTDA	Realpe López Piedad	Olmedo Nro.782 y Oviedo	2641-483	
MUTUALISTA IMBABURA	Tafur Yépez Miriam	Oviedo Nro.731	2950-522	www.mutualistaimbabura.com
MUTUALISTA PICHINCHA	Herrera Pedro	Peres Guerrero 5-32 y Sucre	2611448	bherrera@mailmpichincha.com
NIKO AUTOMOTRIZ NIKOAUTO CIA LTDA	Benalcazar Marcelo	Av. Jaime Rivadeneira Nro.630 y Pedro M	2606-196	nikoautomotriz@hotmail.com
NORLLANTAS CIA LTDA	Lalama Proaño Vinicio	Av. Cristobal de Troya Nro.141	2612-686	norllantas@andinanet.net
NORPHONE CIA LTDA	Campoverde Lila María	La Plaza Shopping	2631-313	garagon@norphone-ecuador.com

OCASIONES TOTTO	Guerrero B. Wilfrido	Bolivar 6-47	2957-459	
ODONTORED S.A.	Orozco María Johanna	Victor Gómez Jurado y Victoria Castelo	2630-511	jorozco@dental.net
OMNI LIFE	Edison Carcelen	Velasco y Olmedo	0999673094	
OLIVESA	Revelo Mena Maria Oliva	Rafael Larrea Nro.516 y Calixto Miranda	2608-856	casaliva@gmail.com
OPTICA GARVI	Yépez Berenice	Olmedo Nro.974 y Velasco	2952-893	s/c
ORT IMPLANT SOCIEDAD CIVIL	Larrea Jarrín Cesar	Sucre Nro.1485 y Av Teodoro Gómez	2644-235	alejita_ime@hotmail.com
PABLO ROSALES Ing.	Ing. Pablo Rosales	Luis Cabezas Borja	2600-465	
PAULINA FIGEROA PAEZ (Servicios Contabilidad)	Ing. Paulina Figueroa	Sucre Nro.22-11 y Tobias Mena	2600787	
PANADERIA NUMBER ONE	Montoya María del Carmen	Jaime Rivadeneira Nro.518 y Oviedo	2958-688	sgallegos_tapia@hotmail.com
PANADERIA Y PASTELERIA LA CASA	Edwin Enriquez Anangono	Velasco 9-22 y Sanchez y Cifuentes	2959-682	
PAPELERIA VACA JR.	Vaca Rafael	Bolivar Nro.642	2643-193	vacajr@andinanet.net
PARA TI	Jaramillo Helen	Flores 777 y Olmedo	2957738	
PARQUE INDUSTRIAL IMBABURA	Jose Albuja	Oviedo 371 y Bolivar	642805	
PAZZOS	Pabón Mónica	Olmedo Nro.1095 y Velasco	2643-206	pazzos@andinanet.net
PECADOS	Cadena Esmeralda	Olmedo Nro.1018 y Velasco	2959-401	
PORTA ACCELL	Cristina Bonilla	Av. Jaime Rivadeneira y Av. Mariano Acosta	2605-412	fvillafuerte@acell.com.ec
PRODISPRO CIA LTDA	Proaño Bernardo Javier	Rodrigo de Miño (Parque Industrial)	2607-450	prodispro@yahoo.com
PROHIERROS SCC	Cisneros Liliana	Sucre Nro.1253 y Obispo Mosquera	2640-290	prohierros@andinanet.net
PROINCO SOCIEDAD FINANCIERA S.A.	Benalcazar Marcelo	Av. Mariano Acosta y Victor Gómez Jurado	2612-088	cyepez@proinco.fin.ec
PROINTER PRODUC INTERNACIONALES S.A.	Ruíz Espinoza Edwin	Cristobal de Troya Nro. 9-54	2546-555	prointer@andinanet.net; ruiz@orionin.com; puaca@prointerec.com; fsalazar@prointerec.com
PROVEEDORA FARMANOR CIA LTDA	Paredes Gabriela	Abelardo Moncayo Nro.3127 y Juan José Flores	2958-065	farmanor2007@hotmail.com
PROVESUM	Mera Carlos	Chica Narvaez 730 y Oviedo	2644-904	provesumcia@hotmail.com

PUNTO DE VETA DE LOTERIA NACIONAL	Nancy Torres	Flores 7-23 y Bolivar	2605-255	
PUNTO ROJO	Robles Borja Edwin	Sánchez Nro.1263 y Velasco	2611-612	
RAPID PHOTO KONICA	Amaguaña Marco	Sanchez y Cifuentes	2953-200	marco_11-50@hotmail.com
QBE SEGUROS COLONIAL S.A.	Arends Paúl	Camilo Ponce y Luis Iturralde	2642-199	marisolvillegas@seguroscolonial.com
REMATES EL PAISA	Gabriela Maiquez	Colón Nro.857 y Sánchez	2611-160	
REMOTCAS CIA LTDA	Castillo Vallejo Luis Eduardo	Cristobal de Troya	2955-349	remotca@andinanet.net
REPROAVI CIA LTDA	Andrade Patricio	Av. Hernan Saa (4 esquinas)	2650-751	
REVISTAS ECUADOR ESCUELA DE NEGOCIOS "ERN"	Vega Jorge	Bolivar y Obispo Mosquera	62601014	cpajovegap@hotmail.com
ROPPAVEL STORE	Vera Pineda Elena	Oviedo 917 y Sanchez y Cifuentes	2603-118	ropavelstore@hotmail.es
RUEDA RAMIREZ LUCIANO	Rueda Luciano	Bolivar Nro. 6-79 y Oviedo	2643-921	vherrera@petrocomercial.com
Rosas Davila RD & Asociados	Rosas Davila Luis Fernando	Pilanqui Av. Jose Tobar 1-82 y Luis Zuleta Diagonal Criminalistica Policia	2601-417 0987005871	luisfernandorosas@gmail.com xchacon.vaca@gmail.com
RUTH JERVIS DE TERAN	Terán de Jervis Ruth	Juana Atabalipa Nro.530	2951-936	ruth.jervis@yahoo.es
SAITEL. EC	Rosero Cuaspa Freddy	Olmedo 4-43 y Grijalva	2610-330	saitel@sollInfo.net
SALA DE VELACIONES BOSMEDIANO ASOCIADOS	Bosmediano Miguel	Av Teodoro Gómez Nro.263	2959-976	funbosme@imbanet.net
SECOHI CIA LTDA	Urrutia Patricia	Av. Cristobal de Troya 966 y Fray V. Galindo	2600-654	patriciaurrutia@secohi.net
SEGURIDAD PRIVADA COPRISEG	Ortega Andino Dawin	Mejia Nro.917 y Pedro Rodríguez	2600-034	copriseg@imbanet.net
SEGURIDAD PRIVADA DESEGRI CIA LTDA	Jaramillo Tamayo Mónica	Juan de Dios Navas	2607-543	delta_seg@yahoo.es
SEGURIDAD PRIVADA IMBABURA	Oleas Aldaz Tomás Ricardo	Juan Francisco Bonilla	2607452	
SEGURIDAD PRIVADA IMBASEGURIDAD	Herrera Marcelo	Velasco 7-16	2640-106	
SEGUROS SUCRE	Endara Jaime	Pedro Moncayo y J.J. Olmedo	2641-447	www.segurossucresin.es
SEGUROS VASQUEZ	Vásquez Ana Cecilia	Bartolome Garcia 1-94	2956-044	segurosvasquez@andinanet.net
SEVAGRONOR S.C.C	Esparza Petronio	Fray Vacas Galindo	2611-439	sevagronor@andinanet.net
SERWAY	Bolaños Ruíz Bayardo	Oviedo 7-13 y Bolivar	2956-585	bayardob@hotmail.com
SIERRASHOES S.A.	Guggenbuhl Uwe	La Plaza Shopping	2641-967	s/c

SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIO PRODUCTOS LACTEOS	Carlosama Juan Maria	Comunidad Zuleta	2662-048	
SOLUCIONES PUBLICITARIAS	Tecnecora Marilza	Maldonado 1044 y Velasco	2956-893	
SONIA VASQUEZ	Vásquez Sonia	Sanchez y Cifuentes y Colon	2951716	
SPORT CIMA	Viteri Padilla James	Olmedo 887 y Pedro Moncayo	2952-668	
SPRING BOUTIQUE	María del Pilar Teràn	Colón Nro. 7-53 y Olmedo	2601-150	mariadelpilarimpuestos@yahoo.com
SQUARE SHOES	Caicedo Marco Vinicio	Grijalva 7-22 y Olmedo	2954-120	
SU CASA Nro. 2	Pozo Andrade Ximena	Av. Mariano Acosta Nro.1032	2952-603	s/c
SU COPY	Benalcazar Martha	Oviedo Nro.692 y Bolivar	2610-071	s/c
SU FERRETERO	Garcia Patricio	Teodor Gómes de la Torre y Sánchez y Cifuentes	2642-393	
TAPICES & COLORES SOC. DE HECHO	Gómez Salazar Margarita	Calixto Miranda Nro.133	2610-488	s/c
TERMINAL TERRESTRE		Eugenio Espejo y Tedoró Gómez	2644676	terminalterrestreibarra@gmail.com
TAXIS LAGOS (Serviquito)	Benavides Juan carlos	Flores Nro.815 y Sanchez Cifuentes	2565-992	taxislagos@hotmail.com
TECNICONTROL AUTOMOTRIZ	Mera Luis Anibal	Rocafuerte Nro.385 y Grijalva	2644-060	info@talleresluismera.com
TED LAPIDU'S BOUTIQUE	Dueñas Pablo	Bolivar Nro.1015 y Colón	2640-278	betodue10@hotmail.com
TEVCO S.A.	Valladarez Sanchez Oscar	Juan Montalvo Nro.10240 y Obispo	2610-648	
TEXTILES ASATEX	Sivia Maldonado Morales	Otavaló	2923-461	
TEXTIL ECONOMAX	Aurelio Maldonado Padilla	Miguel Egas 8-13 (Otavaló)	2922-593	amaldonado20936@yahoo.com
TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADOS (TIA)	Gonzales Pedro	Chimborazo Nro. 2-17 y Luque	2598-830	s/c
TJ BOUTIQUE Y ACCESORIOS	Enriques Tatiana	Av. Perez Guerrero Centro Comercila La Fortuna	2504-061	
TRANS ERAZO TRANERAZO CIA LTDA	Erazo Edison Fidel	Cdla. El Chofer Nro.137 y Chile	2602-284	
TRANS IMBABURA TRANS APROPA S.A.	Marcelo Checa Flores	Av. Mariano Acosta	2650241	
TRANS PESADO DE LOS VALLES VALLE DEL CHOTA S.A.	Orlando Pozo	Juncal Panamericana	939036657	
TRANSPORTES ANDINA	García Pozo Oscar	Av. Mariano Acosta y Luis Cabezas Nro.371	2951-533	sgallegos_tapia@hotmail.com

TRANSPORTES EXPRESO TURISMO	Leon Liborio Leonidas	Av. Eugenio Espejo Nro.652	2585-836	
TRANSPORTES FLOTA IMBABURA	Játiva Napoleón	Flores Nro.1205 y Pedro Rodríguez	2952-440	flotaimbabura2007@yahoo.es
TRANSPORTES IMBACARCHI IB S.A.	Danny Ibujes	Ciudadela del chofer Colombia 3621 y Brasil	2610-418	
TRANSPORTES LA ARMENIA S.A.	Arevalo Luis Anibal	Fray Vacas Galindo	2606-094	
TRANSPORTES POZO AGUIRRE CIA LTDA	Pozo Zuleta Fernando	Luis Vargas Torres Nro.205	2642-432	
TRANSPORTES SUTAXI C.A.	Godoy Geovany	Rafael Larrea Andrade	2642336	
TRANSPORTES TRANSUNIBUR	Omasquí Simbaña Luis R.	Av. 13 de Abril	2546-975	
TRANSPORTES VILLARREAL	Villarreal Juan Carlos	Rafael Troya 425 Sanchez yCifuentes	952923	
TRAPOS 1 GLORIA	Hidalgo Cecilia	Sucre 3-69 y Grijalva	2611-024	bachitrapos26@gmail.com; mabelruales19@gmail.com
TORRES GUARIN Y ASOCIADOS	Veronica Calderon Garrido	Obispo Alejandro Pasquel Monge	2612-722	ibarra@torresguarin.com.ec ; gerencia.ecuador@torresguarin.com.ec
TROFEOS DEPORTIVOS	Hidalgo Martha	Bolivar Nro.1064 y Pérez Guerrero	2955-879	s/c
UNICENTRO FERRETERO	Paz C José	Perez Guerrero Nro.731	2951-356	miguelylibia@gmail.com
V&C ASOCIADOS	Vaca Durán Diego	Oviedo Nro.739 y Bolivar Ofic.301	2957-448	vc_asociados@yahoo.com
VASQUIN CIA LTDA	Ing. Karen Quinteros	Sánchez Nro.21134 y Tobias Mena	2640-617	
VIVERES GLORITA	Villarreal Gloria Isabel	Crlos Emilio Grijalva 17-23 y Segundino Peñafiel	2600-755	glisavh@yahoo.es
WDM IMPORTADORA S.A.	Dueñas Roberto	Av. Eloy Alfaro Nro.203 y Calderón	2611-382	betodue10@hotmail.com
WORLD COMPUTERS	Córdova Norma	Pedro Moncayo 3-53	2640-333	yolanda.cordova@hotmail.com
ZAIMELLA	Grijalva L Lorena	Av. Jaime Rivadeneira Nro.512	2608-496	ldgrijalval@hotmail.com; ldgrijalva@hotmail.com