



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ASESORAMIENTO Y CAPACITACIÓN CONTABLE, TRIBUTARIA Y DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS DIRIGIDA A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA.

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

AUTOR: Méndez H. Lorena A.
DIRECTOR: Ing. Brucil Guillermo

IBARRA, OCTUBRE DEL 2011

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como objetivo Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Asesoramiento y Capacitación Contable, Tributaria y de Creación de Microempresas dirigido a los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra. Los resultados obtenidos de la investigación se resumen de la siguiente manera: demanda de asesoría contable, necesidad de asesoría en emprendimientos por parte de los pequeños comercios para incursionar en nuevos mercados y así no poner en riesgo sus limitados capitales, la competencia no ve como un mercado meta a los comercios minoristas por tal razón la implantación del presente estudio si se justifica. Al recopilar información para estructurar el marco teórico, se ha podido disipar las dudas y a su vez fortalecer conocimientos, para poder continuar con la estructuración del trabajo de investigación. En el diagnóstico se determinó que si existe un mercado en el cual se puede incursionar a través de la aplicación de los instrumentos diseñados, ya que los centros existentes prestan mayor atención a los negocios grandes. Dentro del estudio de mercado se llegó a determinar a través de las técnicas primarias y secundarias aplicadas que si existe una demanda del servicio, ya que requieren asesoría en contabilidad, tributación entre otros servicios para tener éxito en la realización de sus actividades y así en un futuro obtener resultados positivos. Al estructurar el estudio técnico se determina los procesos lógicos con los que se planea iniciar la actividad de capacitación y asesoramiento, así como las estrategias que permitirán alcanzar una alta competitividad en el medio a incursionar. La investigación se encuentra respaldada por un análisis económico realizado minuciosamente para determinar el éxito en el desarrollo del proyecto y que a su vez tenga continuidad. Se evaluaron los impactos que serán positivos dentro de la ejecución.

EXECUTIVE SUMMARY

This research aims to conduct a feasibility study for the establishment of an Advisory and Training Centre Accounting, Tax and creation of microenterprises to small businesses in the city of Ibarra. The research results are summarized as follows: demand for accounting advice, need advice on entrepreneurship by small businesses to enter new markets so as not to risk their limited capital, competition is seen as a target market to retail outlets for this reason the implementation of the present study if warranted. In gathering information for structuring the theoretical framework, it has been the doubts and in turn strengthen knowledge in order to continue with the structure of the research. The diagnosis was determined that if there is a market which can penetrate through the implementation of the designed, as existing centers pay more attention to large businesses. Within the market research was not determined by primary and secondary techniques applied if there is a demand for the service, requiring advice on accounting, taxation and other services to be successful in carrying out their activities and thus a future positive results. The structure is a technical study determines the logical processes with which it plans to begin training and advisory activities and strategies that will achieve high competitiveness in the medium to penetrate. The research is supported by a thorough economic analysis to determine the successful development of the project and that in turn will continue. We evaluated the impact will be positive in the execution.

AUTORÍA

Yo, Lorena Alejandra Méndez Herrera, portadora de la cédula de ciudadanía 100268994-9, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento, realizando las citas correspondientes.

Lorena Méndez Herrera
CI. 100268994-9

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Lorena Alejandra Méndez Herrera para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría, CPA; cuyo tema es: “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoramiento y capacitación contable, tributaria y de creación de microempresas dirigida a los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra, durante el año 2009-2010”. Considero, el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 28 días del mes de octubre del 2011.

Ing. Guillermo Brucil

CI:1001532371

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Lorena Alejandra Méndez Herrera, con cédula de identidad Nro. 100268994-9, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoramiento y capacitación contable, tributaria y de creación de microempresas dirigida a los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Lorena Méndez H.

100268994-9

Ibarra, a los 28 días del mes de octubre de 2011



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

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100268994-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Méndez Herrera Lorena Alejandra.		
DIRECCIÓN:	La Florida, Ibarra		
EMAIL:	loremendezherrera@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2631668	TELÉFONO MÓVIL:	069605418

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoramiento y capacitación contable, tributaria y de creación de microempresas dirigida a los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra”.
AUTORA :	Méndez Herrera Lorena Alejandra.
FECHA: AAAAMMDD	2011-10-28
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	ING. Guillermo Brucil.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, MÉNDEZ HERRERA LORENA ALEJANDRA, con cédula de identidad Nro. 1002689949, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 28 días del mes de octubre de 2011.

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre:

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

C.C.:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mis queridos padres y hermana, quienes me han apoyado a lo largo de mi vida y mis estudios y me han guiado por el camino del bien y la superación.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios, a mis queridos Padres, que me encausaron con su amor y sacrificio, hacia mi ideal hoy hecho realidad y que son quienes alimentan todos los triunfos de mi vida.

Mi más sincero agradecimiento a las personas que me ayudaron en la realización de la presente investigación.

Agradezco a mi querida Universidad por acogerme en sus aulas, que me permitieron formarme como profesional, y en especial expreso mi agradecimiento personal al Ing. Guillermo Brucil, por su asesoramiento y guía constante, dentro de la realización del presente proyecto.

La Autora

PRESENTACIÓN

El estudio que a continuación se detalla, pretende demostrar la factibilidad de implantar los servicios propuestos, dentro de un mercado competitivo en la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL: Al identificar la población a la cual se dirigirán los servicios que se ofertarán, se estructuraron los instrumentos de investigación para obtener información clara y oportuna para proseguir con el estudio, basado en la realidad y actualidad en la cual se pretende incursionar.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO: realizando la estructuración teórica científica, se complementa los conocimientos para fortalecer la investigación, y a su vez proponer alternativas para mejorar las deficiencias encontradas durante la investigación de campo realizada para sustentar el proyecto.

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO: permite identificar la demanda y la oferta que le permite conocer el mercado a incursionar, y la aceptación del servicio por parte de los consumidores a través de la información recopilada, así como también un acercamiento a la realidad de competidores.

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO: Determina la ubicación estratégica del negocio, que garantiza el éxito, y a su vez se analiza los aspectos positivos y negativos de aceptación de los clientes por sus accesibilidad inmediata a las instalaciones, y cercanía a las instituciones gubernamentales reguladoras para posibles trámites.

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO: al desarrollar este capítulo se puede identificar con claridad la inversión necesaria a realizar, y su

posible recuperación a futuro, lo que garantiza una continuidad y un crecimiento, tanto profesional como personal.

CAPÍTULO VI IMPACTOS: El estudio tendrá impactos positivos dentro del medio a incursionar, ya que generará fuentes de empleo, prestará un servicio oportuno y a tiempo que garantice una prosperidad económica dentro del sector del pequeño comercio.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
INTRODUCCIÓN	25
JUSTIFICACIÓN	28
OBJETIVOS DEL PROYECTO	31
OBJETIVO GENERAL	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
METODOLOGÍA	32

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL SECTOR DE LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA

Antecedentes	33
Objetivos	34
General	
Específicos	
Variables diagnósticas	35
Indicadores o subaspectos	35
Matriz de relación diagnóstica	37
Mecánica operativa	38
Identificación de la población	
Cálculo de la muestra	
Distribución muestra	
Diseño de instrumentos de investigación	39
Información primaria	40

Encuestas	
Entrevistas	
Observación	
Información secundaria	40
Evaluación de la información	40
Presentación de resultados de las entrevistas	41
Evaluación de la información FODA de las entrevistas	44
Tabulación y presentación de las encuestas	45
Evaluación de la información FODA de las encuestas	61
FODA general	62
Cruces estratégicos FO, FA, DO, DA	63
Identificación del problema diagnóstico	64

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Aspectos del proyecto	65
Diagnóstico	65
Estudio de mercado	65
Factibilidad	66
Mercado meta	66
Demanda	67
Oferta	67
Demanda insatisfecha	68
Plan comercial	68
Estudio técnico	70
Localización del proyecto	71
Microlocalización	71
Macrolocalización	71
Tamaño óptimo del proyecto	72
Diagrama de bloque	72
Flujograma	72

Estructura organizativa	72
Misión	73
Visión	73
Organigrama	73
Estudio financiero	74
Presupuesto de inversión	74
Ingresos	75
Egresos	75
Evaluación financiera o evaluación de la inversión	76
Sensibilidad del proyecto	78
Punto de equilibrio	78
Impactos	78
Comercio	79
Comerciantes	79
Conocimientos necesarios	81
Comercio al por menor	81
Comercio moderno	82
Productos de consumo corriente.	82
Artículos durables que necesitan reflexión.	82
Especialización	83
Operaciones comerciales	83
Asesoramiento y capacitación contable	84
Dónde llevar contabilidad	84
La contabilidad desde la perspectiva del usuario	85
Contabilidad	85
Contabilidad en los pequeños comercios	86
Personas naturales	86
Importancia de la contabilidad	87
Cuenta contable	87
Registros contables	88
Métodos de valoración de inventarios	92
Plan de cuentas	93

Cualidades de la información contable	95
Costo de la información contable	95
Funciones de un sistema contable	96
Régimen tributario	96
Cumplir para integrarse al Rise.	97
Documentos a emitir	98
Beneficios que ofrece el RISE	98
Capacitación	99
Capacitador	100
Importancia	100
Objetivos de la capacitación	101
La empresa	103
La microempresa	104
Tipos de microempresas	105
Antecedentes de la microempresa en el Ecuador	106
Características de la microempresa en Imbabura	106
Clasificación de las microempresas en Imbabura	107

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	109
Resultados y análisis de la investigación de campo dirigida a los microempresarios de la ciudad de Ibarra.	110
Identificación del servicio	113
Mercado meta	115
Identificación de la demanda	115
Demanda histórica	115
Demanda actual	117
Proyección de la demanda	117

Análisis de la oferta	118
Oferta actual	118
Balance demanda vs oferta	119
Pronóstico de ventas	120
Análisis de precios	121
Conclusiones del estudio	122

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Presentación	123
Localización óptima del proyecto	123
Macrolocalización	123
Microlocalización	124
Tamaño del proyecto	125
Mercado meta	125
Tecnología	126
El financiamiento	126
Talento humano	126
Distribución de la planta	126
Diseño de instalaciones	127
Proceso del servicio	128
Diagrama de procesos	128
Flujograma de procesos	131
Organización de la microempresa	132
Análisis administrativo de la microempresa	132
Nombre de la microempresa	132
Misión	132
Visión	132
Objetivos	133
Políticas	133

Principios	134
Valores	134
Estructura organizativa	135
Niveles administrativos	136
Identificación de puestos y funciones	137
Marco legal	140
Permisos de funcionamiento	140
Estrategias comerciales	140

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Presupuesto de inversión	147
Inversión fija	148
Equipo de computación	148
Equipo de oficina	148
Muebles y enseres	149
Inversión diferida	149
Inversión variable o capital de trabajo	150
Ingresos	151
Pronóstico de ventas	151
Determinación del precio	151
Proyección de ingresos	151
Egresos	152
Costos operativos	155
Gastos administrativos	153
Sueldos	153
Arriendo	153
Servicios básicos	153
Servicios de comunicación	154
Suministros de oficina	154
Resumen de gastos administrativos	154

Gastos de ventas	155
Sueldos	155
Financiamiento	157
Depreciación	158
Amortización	159
Estados proforma	159
Estado de situación financiera inicial	159
Estado de resultados	159
Estado de flujo de caja con protección	161
Evaluación financiera	161
Determinación del costo de oportunidad	162
Valor actual neto (VAN)	162
Tasa interna de retorno (TIR)	163
Período de recuperación de la inversión	164
Beneficio-coste	166
Punto de equilibrio	166
Sensibilidad del proyecto	167
Resumen de la evaluación financiera	169

CAPÍTULO VI

IMPACTOS

Determinación de impactos	170
Niveles de impactos	171
Impacto socioeconómico	
Impacto empresarial	
Impacto educativo	
Matriz general	175
CONCLUSIONES	176
RECOMENDACIONES	177
GLOSARIO DE TÉRMINOS ECONÓMICOS	178
BIBLIOGRAFÍA	183
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

Nº		Pág.
1	ACTIVIDAD	45
2	SERVICIOS QUE OFERTAN	46
3	TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO	48
4	INICIO DEL NEGOCIO	49
5	MANEJO DE CAPITAL	50
6	PROBLEMAS DEL NEGOCIO	51
7	LLEVA CONTABILIDAD	52
8	SISTEMAS DE CONTROL	53
9	DETERMINACIÓN DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	54
10	GANANCIAS	55
11	CONOCE SU CAPITAL	56
12	DECLARA IMPUESTOS	57
13	GÉNERO	58
14	NIVEL SOCIOECONÓMICO	59
15	INSTRUCCIÓN	60
16	REGISTROS CONTABLES	110
17	NECESIDAD DE ASESORAMIENTO	111
18	PAGO POR UNA ASESORÍA	112
19	PORTAFOLIO DE SERVICIOS A OFERTAR	114
20	IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	115
21	DEMANDA HISTÓRICA	116
22	DEMANDA ACTUAL	117
23	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	117
24	ANÁLISIS DE LA OFERTA	118
25	OFERTA ACTUAL	119
26	BALANCE DEMANDA VS OFERTA	120
27	PRONÓSTICO DE VENTAS	120
28	ANÁLISIS DE PRECIOS	121
29	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	126
30	DIAGRAMA DE PROCESOS	128

31	SIMBOLOGÍA PARA FLUJOGRAMAS	129
32	ESTRATEGIA POSTVENTA	141
33	ESTRATEGIAS PARA EL PRECIO	142
34	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	147
35	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	148
36	EQUIPO DE OFICINA	149
37	MUEBLES Y ENSERES	149
38	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	150
39	CAPITAL DE TRABAJO	150
40	DETERMINACIÓN DEL PRECIO	151
41	PROYECCIÓN DE INGRESOS	152
42	SUELDOS (COSTOS OPERATIVOS)	152
43	SUELDOS (G. ADMINISTRATIVOS)	153
44	ARRIENDO	153
45	SERVICIOS BÁSICOS	153
46	SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	154
47	SUMINISTROS DE OFICINA	154
48	RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	155
49	GASTOS DE VENTAS	155
50	PUBLICIDAD	156
51	RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS	156
52	GASTOS FINANCIEROS	157
53	DEPRECIACIÓN	158
54	AMORTIZACIÓN	158
55	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	159
56	ESTADO DE RESULTADOS	160
57	EST. DE FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN	161
58	C. DE OPORT Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	162
59	VALOR ACTUAL NETO	163
60	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) ¹	164
61	PRI CON VALORES CORRIENTES	164
62	PRI CON VALORES CONSTANTES	165

63		
64	FLUJOS DEFLACTADOS	165
65	BENEFICIO-COSTE	166
66	ESCENARIO UNO DE SENSIBILIDAD	167
67	ESCENARIO DOS DE SENSIBILIDAD	168
68	EVALUACIÓN FINANCIERA	169
69	NIVEL DE IMPACTOS	171
70	IMPACTO SOCIOECONÓMICO	172
71	IMPACTO EMPRESARIAL	173
72	IMPACTO EDUCATIVO	174
73	MATRIZ GENERAL	175

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº		Pág.
1	ACTIVIDAD	45
2	SERVICIOS QUE OFERTAN	47
3	TIEMPO DE FINANCIAMIENTO	48
4	INICIO DEL NEGOCIO	49
5	MANEJO DEL CAPITAL	50
6	PROBLEMAS DEL NEGOCIO	51
7	LLEVA CONTABILIDAD	52
8	SISTEMAS DE CONTROL	53
9	DETERMINACIÓN DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	54
10	GANANCIAS	55
11	CONOCE SU CAPITAL	56
12	DECLARA IMPUESTOS	57
13	GÉNERO	58
14	NIVEL SOCIOECONÓMICO	59
15	INSTRUCCIÓN	60
16	REGISTROS CONTABLES	110
17	NECESITA ASESORAMIENTO	111
18	PAGO POR UNA ASESORÍA	112

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Nº		Pág.
1	MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	124
2	CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA OFICINA	125
3	PORTADA DE PRENSA	143
4	TARJETA DE PRESENTACIÓN	143
5	PUBLICIDAD EN RADIO	144
6	HOJAS VOLANTES	144
7	TRÍPTICO	145

INTRODUCCIÓN

La ciudad de Ibarra capital de la provincia de Imbabura, situada al norte del país, favorecida por un paraje acogedor tiene su origen en asentamientos poblacionales primitivos, fundada y poblada por los españoles como Villa de San Miguel de Ibarra el 28 de septiembre de 1606.

En esta ciudad la dinámica espacial ha tenido un crecimiento agresivo en los últimos veinticinco años, debido a los flujos migratorios, como desplazados colombianos, en busca de mejores oportunidades laborales, de vida, de educación, de paz, encontrándose en el eje de influencia Quito, Ibarra, Tulcán más el eje vial Ibarra San Lorenzo. Esta área tiene relación con actividades del pequeño comercio, la producción textil y manufacturera de Otavalo, Cotacachi y Atuntaqui, generando un fuerte movimiento comercial con incidencia urbanística en la ciudad de Ibarra.

Siendo el comercio una actividad tan antigua como el hombre, particularmente en la provincia de Imbabura esta actividad a girado en torno a productos agrícolas, textiles y manufacturados, cuya influencia ha afectado al comercio interno e internacional, incidiendo significativamente en el desarrollo económico local y regional.

Inclusive, cabe anotar que ha existido una dependencia comercial Colombo- Ecuatoriana dinamizando la economía a nivel de ciudades fronterizas con la comercialización de diversas mercancías y servicios, a nivel de los pequeños comerciantes permitiéndoles un modo de vida y un desarrollo comercial.

El mercado colombo- ecuatoriano ha sido pendular en función del valor del cambio de la moneda, cuando a favorecido a Colombia los productos ecuatorianos han circulado hacia ese mercado o viceversa, actualmente

esta situación se ha neutralizado desde que el presidente Correa puso barreras arancelarias a determinados productos.

El problema motivo de esta investigación se suscita en el desarrollo comercial de los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra, que por la falta de asesoramiento y capacitación contable, tributaria y de creación de microempresas, pierden sus capitales o son mal utilizados en actividades poco productivas que no les garantizan un desarrollo, sino un retroceso económico. Según cita en su libro Jácome W: “El 91% no tiene una organización legalmente establecida, ni estructura organizativa definida, lo que ha producido un estancamiento en su desarrollo” (p24)

La mayoría de los pequeños comerciantes son organizaciones familiares que se dedican a distintas actividades comerciales en la ciudad, en Análisis del sector productivo Jácome W, sostiene: “El 75% pertenece a núcleos familiares o de un solo propietario, esto ha impedido el ingreso de capitales de terceros y su nivel de gerencia es totalmente doméstico, con una ausencia significativa de profesionales, pues apenas lo ocupan en un 17.8%”(p24)

Este problema tiene las siguientes causas. La falta de capacitación produce un desconocimiento de administración de recursos de trabajo, al no tener idea se limitan, no saben cómo ampliar su negocio. La falta de visión en los negocios hace que imiten todo lo que ven y creen que es rentable, realizan inyecciones de capital con sus pocos recursos económicos y se exponen a perderlo por la desinformación de la actividad que pretenden desarrollar. La falta de capacitación no les permite progresar como comerciantes y desarrollar de mejor manera las actividades que se proponen realizar. El no llevar un registro contable de sus transacciones diarias produce que tengan un desconocimiento de que si su negocio es rentable o no.

De las causas antes analizadas encontramos los siguientes efectos:

Si se desconoce como acrecentar un negocio se desaprovecha los recursos humanos, materiales y económicos los mismos que podrían facilitar un mejor desarrollo. Esto confirma, que cuando no existe una preparación no se puede incursionar en otros mercados ni siquiera existe un mercado objetivo, trabajan donde puedan vender y no donde puedan ser competitivos.

Si los pequeños comerciantes recibieran una capacitación de cómo registrar los ingresos y salidas de las transacciones que realizan diariamente, a futuro podrían ampliar el radio de acción de forma eficiente y eficaz, creándose en ellos una cultura contable que facilite el manejo de sus negocios

JUSTIFICACIÓN

Este estudio de factibilidad se justifica porque es parte importante dentro del desarrollo del pequeño comercio, ya que son generadores del ingreso para el sustento familiar, si los comerciantes adquieren un asesoramiento y capacitación de cómo manejar sus recursos económicos de mejor manera puede alcanzar un mejor nivel de vida, abrirse paso e incursionar en nuevos negocios.

La contabilidad es parte imprescindible en toda actividad humana, y no es ajena dentro del desarrollo de la actividad comercial, ya sea para los pequeños comerciantes como para las grandes empresas, el hecho de llevar un registro detallado de cada movimiento económico por pequeño que sea les garantiza la obtención de resultados y conocer a ciencia cierta que el trabajo desarrollado es productivo y de no serlo, tomar decisiones oportunas a tiempo.

Los pequeños comerciantes se encuentran integrados por grupos familiares, los mismos que administran los recursos materiales y económicos por simple intuición, lo que quiere decir que no tienen idea de cómo debe desarrollarse esta actividad económica.

De este análisis se desprende que, el bajo nivel de instrucción de la población inmigrante llegada del centro de la serranía ecuatoriana, que no tiene posibilidad de insertarse en el campo laboral como mano de obra calificada, han optado por la pequeña actividad del comercio de bienes y servicios en general, desarrollada en la ciudad de Ibarra y el resto de ciudades de la provincia y del Norte del País. Una de las razones por las que la mayoría de las personas han optado por esta actividad es porque más del 65% de la población de la provincia de Imbabura se encuentran en el área urbana según lo demuestra el censo último del 2001.

El sector comercial es importante porque genera el tercer rubro dentro de las actividades económicas del país, en los últimos años se ha incrementado, lo que refleja una atención urgente por parte del gobierno central y seccional a través de políticas económicas urgentes.

El crecimiento económico en Imbabura según la actividad ha crecido en 18.1% lo que significa que un importante sector de la población a visto como sustento de la familia emprender en la actividad del comercio, la agricultura el 25.8%, la manufactura 17.1% y servicios 16.8% según lo demuestra el censo último del 2011.

La tasa de analfabetismo de la población de 10 años y más registra el 3.9% de los hombre y el 6.5 de las mujeres en el área urbana, lo que limita a buscar otras fuentes de trabajo calificada y por tal razón incursionan en el campo de pequeños comerciantes y servicios. Este problema se justifica porque en un 97% los comerciantes dirigen y administran sus negocios.

El mercadeo de los bienes y servicios lo realizan de forma empírica con financiamiento proveniente de bancos, cooperativas de ahorro y crédito, organizaciones, fundaciones y la usura, este último aspecto es perjudicial para el desarrollo comercial.

Últimamente estos pequeños comerciantes se han enfrentado a la competitividad de productos importados por los comerciantes asiáticos y colombianos, más el fenómeno de la dolarización que ha incidido negativamente en el poder adquisitivo, reflejándose en bajos índices de consumo, causando pérdidas económicas y quiebra de los negocios a gran y pequeña escala en nuestro país y el mundo. Esta actividad siempre ha sido realizada con fines utilitarios, ya que los pequeños como los grandes comerciantes trabajan con fines lucrativos para recuperar su

inversión y alcanzar un progreso económico, sin embargo la ausencia de políticas de Estado ha desestabilizado a los pequeños comerciantes.

Luego de este análisis, podemos afirmar que existe un insuficiente conocimiento contable, tributario y de creación de microempresas, así como de administrar los negocios y servicios por parte de los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra y en un futuro no lejano llegarán a ser sus hijos y demás descendientes.

Sin embargo la Constitución del 2008 reivindica los derechos de los ciudadanos, cuando tipifica en el “Art 33 El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado”

Por todas las razones expuestas y analizadas, el presente tema de investigación es de actualidad e importancia local, lo que suscita el interés de llevar a cabo el presente trabajo de investigación en bien de los pequeños comerciantes y sus respectivas familias.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Asesoramiento y Capacitación Contable, Tributaria y de Creación de Microempresas dirigido a los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar el desenvolvimiento de la actividad del pequeño comercio y servicio, mediante el análisis de la realidad sectorial, para mejorar el comercio y el nivel de vida.
- Investigar los fundamentos teóricos científicos que fundamentan el proceso para la creación de contabilidad, tributación y creación de microempresas.
- Realizar un estudio de mercado, para determinar la oferta y demanda de los servicios propuestos por el proyecto.
- Efectuar un estudio técnico y organizacional, para definir la ubicación estratégica, capacidades operativas y sus aspectos administrativos.
- Realizar un estudio financiero, para determinar la inversión y la rentabilidad del proyecto al momento de la gestión.
- Evaluar los impactos del presente estudio, mediante la aplicación de una investigación de campo, para establecer el grado de influencia en el ámbito socioeconómico, empresarial y educativo.

METODOLOGÍA

La presente investigación se fundamentó en una metodología variada, que al ser utilizada ha permitido la recopilación de la información para sustentar el estudio de una forma significativa, al aplicar las encuestas como instrumentos de recolección de datos se identificó con claridad las necesidades y requerimientos del mercado en el que se busca incursionar, después de analizar los resultados obtenidos. El método analítico fue de gran ayuda para establecer el marco teórico en el cual se trata el problema a través de opiniones de autores especializados en la materia, el método de síntesis permitió extraer lo más importante del estudio, para poder así expresarlo en el informe final.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL SECTOR DE LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA

1. ANTECEDENTES

La presente investigación realizada al sector del pequeño comercio de la ciudad de Ibarra, abarcó a abastos, accesorios, artesanías, bazar, boutique, cabinas, internet, cafeterías, avícolas, almacén, alquiler, consultorios, bar, floristería, ferretería, farmacia, heladerías, panadería, joyerías, restaurantes, licorería, peluquerías, ópticas, entre otros negocios que se dedican al comercio al por mayor y menor, cabe señalar que la actividad del comercio es generadora de fuentes de empleo en la ciudad de Ibarra y por ende en la provincia de Imbabura, actividad que permite una mejor calidad de vida a las familias ya que son negocios que se establecen con capital familiar.

Para esta investigación se tomó en cuenta un universo de 4925 negocios registrados en la ciudad de Ibarra, dato proporcionado por la oficina de catastros del Municipio de la ciudad, para la aplicación de las encuestas esta muestra fue estratificada entre los negocios que se encuentran dentro de la ciudad tomando como referencia las cinco parroquias urbanas. Durante la aplicación de las encuestas no se presentaron mayores problemas, más que la desconfianza de los dueños de los locales comerciales a contestar preguntas que se refieren a la ganancia de sus negocios o si pagan impuestos o no, por temor a las represalias del Servicio de Rentas Internas, y al uso que se le daría a la información.

1.1. OBJETIVOS

➤ General

Desarrollar un diagnóstico situacional al sector del pequeño comercio de la ciudad de Ibarra, en los aspectos contables, tributarios y de creación de microempresas para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

➤ Específicos

- Conocer que actividades comerciales se realizan en el sector del pequeño comercio de la ciudad de Ibarra.
- Determinar el cumplimiento de normas y leyes que envuelven las actividades del sector del pequeño comercio de la ciudad de Ibarra.
- Identificar la calidad del recurso humano que labora en el área contable, tributaria del sector del pequeño comercio de la ciudad de Ibarra.
- Distinguir las diferentes necesidades de asesoramiento y capacitación que requieren los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra.

1.2. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Para alcanzar los objetivos planteados, se han determinado aspectos o indicadores directamente relacionados con los objetivos del diagnóstico.

- ❖ Actividades comerciales
- ❖ Normas y leyes
- ❖ Recursos humano
- ❖ Asesoramiento y capacitación

1.3. INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN A LAS VARIABLES

- ❖ Actividades comerciales
 - Tipo de negocio
 - Manejo contable
 - Manejo tributario
 - Financiamiento
- ❖ Normas y leyes
 - Cumplimiento de leyes tributarias
 - Determinación y pago de Impuestos.
 - Registros contables
- ❖ Recursos humano
 - Nivel educativo y cultural
 - Perfil profesional
 - Experiencia laboral

- ❖ Asesoramiento y capacitación
 - Nivel de asesoría
 - Nivel de capacitación
 - Áreas de capacitación
 - Utilidad de asesoramiento

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

MATRIZ DE RELACION DIAGNÓSTICA

OBJETIVO	VARIABLE	ASPECTO INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	PÚBLICO META
Conocer qué actividades comerciales se realizan en el sector del pequeño comercio de la ciudad de Ibarra.	Actividades Comerciales	Tipo de negocio Manejo Contable Manejo tributario Financiamiento	Primaria	Encuesta	Comerciante Comerciante Comerciante Comerciante
Determinar el cumplimiento de normas y leyes que envuelven las actividades del sector del pequeño comercio de la ciudad de Ibarra.	Normas y Leyes	Cumplimiento de Leyes Tributarias Determinación y pago de Impuestos. Registros contables	Primaria	Entrevista Encuesta	Comerciantes Centros de Asesoría Contable
Identificar la calidad del recurso humano que labora en el área contable, tributaria del sector del pequeño comercio de la ciudad de Ibarra	Recurso Humano	Nivel Educativo y Cultural Perfil Profesional Experiencia Laboral	Primaria	Entrevista Encuesta	Comerciantes Centros de Asesoría Contable
Distinguir las diferentes necesidades de asesoramiento y capacitación que requieren los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra	Asesoramiento Y Capacitación	Nivel de asesoría Nivel de capacitación Áreas de capacitación Utilidad de asesoramiento	Primaria	Entrevista Encuesta	Comerciantes Centros de Asesoría Contable

Elaborado por: La autora

1.5. MECÁNICA OPERATIVA

❖ Identificación de la población

La población de los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra corresponde según datos proporcionados por el Municipio de Ibarra a 4925 negocios, lo que representa para nuestro estudio el cálculo de la muestra.

PARROQUIAS URBANAS	Nº COMERCIANTES
Caranqui	196,00
Alpachaca	192,00
El Sagrario	1649,00
San Francisco	2744,00
Priorato	144,00
TOTAL	4925,00

FUENTE: Municipio de Ibarra

❖ Cálculo de la muestra

Se calculará la muestra con los siguientes parámetros:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población (4925)

δ = Varianza 0.25

Z= Nivel de confianza 1.96

E= Nivel de error 5%.

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25) (4925)}{(0.05)^2 (4925 - 1) + 1.96^2 (0.25)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.25) (4925)}{(12,3125) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{4729,27}{13,2704}$$

n = 356 muestra de los pequeños comerciantes en la ciudad de Ibarra.

❖ Distribución muestra

FRACCIÓN MUESTRAL:

m= Fracción Muestral

n= Muestra

FÓRMULA:

$$m = \frac{n}{N}$$

$$m = \frac{356}{4925}$$

m= 0,0722842639

ESTRATO O POBLACIÓN DE CADA SECTOR

PARROQUIAS URBANAS	Nº COM.	FRACCIÓN M	ESTRATO
Caranqui	196,00	0,072284264	14
Alpachaca	192,00	0,072284264	14
El Sagrario	1649,00	0,072284264	119
San Francisco	2744,00	0,072284264	199
Priorato	144,00	0,072284264	10
TOTAL	4925,00		356

Elaborado por: La autora

❖ Diseño de instrumentos de investigación

Dentro de la información primaria y secundaria que se utilizó para recolectar información que permita sustentar la factibilidad de realizar el estudio, se diseña en base a los objetivos, variables e indicadores.

➤ **Información primaria**

- **Encuestas**

Las encuestas como instrumentos de investigación fueron aplicadas a los dueños y administradores de los pequeños comercios, identificados en los listados proporcionados por el Ilustre Municipio de la ciudad de Ibarra.

- **Entrevistas**

Las entrevistas fueron efectuadas a los centros de asesoría que ya están establecidos en el medio y son considerados dentro de este estudio como potenciales competidores.

- **Observación**

Esta técnica se la realiza directamente visitando cada uno de los lugares involucrados en el estudio

➤ **Información secundaria**

Para ampliar la investigación se utilizaron libros, revistas, páginas web, que sirvieron de apoyo y bases para estructurar el presente trabajo.

1.6. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

❖ Presentación de resultados de las entrevistas

Para realizar la presente investigación se ha levantado entrevistas a los centros de asesoría contable, que se encuentran registrados en el listado proporcionado por el Ilustre Municipio de la Ciudad de Ibarra, entre ellos Chacón de la Portilla Cía. LTDA (Dra. María de la Portilla), Centro de Asesoría Contable (Dra. Viviana Casanova), Asecont (Daniela Manzo), Conta & Con (Ing. Cristian Revelo), Serviprofesex y Coafic S.C (Ing. Mauro Caicedo), los resultados obtenidos se resumen a continuación:

Pregunta N° 1

¿A qué rama empresarial enfoca los servicios de su negocio?

Los centros contables en su mayoría enfocan sus servicios a todo tipo de negocios comerciales, industriales y de servicios, pues donde existan empresas con un total de activos mayores a un millón de dólares, se necesita hacer auditoría externa, sus actividades se enfocan en un 98% a hacer auditoría externa, 1% tributación y 1% contabilidad. Los pequeños comerciantes y personas naturales no obligadas a llevar contabilidad buscan simplemente que se les ayude con las declaraciones de impuestos, como implementar contabilidad o estrictamente como emprender en un negocio.

Pregunta N° 2

¿Qué tipo de servicios contables son los más solicitados por sus clientes?

Solicitan servicios de auditoría externa, realizar inventarios, llevar la contabilidad, declaración tributaria del IVA, Impuesto a la Renta, ICE, etc. mediación tributaria, asesoría en implantación de microempresas entre otras actividades relacionada al mundo de los negocios.

Pregunta N° 3

¿Qué otro tipo de servicios solicitan sus clientes?

Los servicios que más requieren es la parte tributaria como llenar un formulario, trámites a la Superintendencia de Compañías y al Municipio para sacar patentes, en contabilidad corregir sus errores tributarios,

notificaciones de diferencias, inconsistencias, omisión y algunos casos de auditoría tributarias que revisa el servicio de Rentas Internas, asesoría empresarial, manejo de personal, ahí está incluido capacitación de personal.

Pregunta N° 4

¿Los negocios que solicitan sus servicios tienen una contabilidad establecida o buscan un servicio apertura contable?

La mayoría de negocios tienen contabilidad establecida con sistemas informáticos, también hay ocasiones en que solicitan la apertura de contabilidad, en ese caso se instala la contabilidad y se realiza monitoreo de uno o dos meses, la empresa se queda con el personal capacitado. A nivel de la ciudad de Ibarra existen microempresas que solicitan se les dé llevando la contabilidad, es difícil orientar, lo manejan en el sentido tradicional, se rigen a lo que les exige el SRI.

Pregunta N° 5

¿Cuáles son las razones para que los clientes soliciten los servicios contables?

Una por ley, por disposición del SRI toda persona que pasa de un total de activos o de ventas debe llevar contabilidad, siempre es controlado, la principal causa es el desconocimiento de algunas actividades contables, el contribuyente prefiere que alguien le ayude a llevar la parte tributaria y contable, entre otras actividades que se presentan en su economía.

Pregunta N° 6

¿Cuál es el perfil académico de los profesionales que ofertan servicios dentro de su negocio?

Todas las personas que conforman los centros de asesoría son especializados en el área contable y con experiencia laboral.

Pregunta N° 7

¿Qué documentos solicita su empresa al cliente, como condición básica para iniciar el proceso contable?

Se solicitan los documentos como son registro de ingresos y gastos, facturas emitidas por el contribuyente, respaldos de compras de acuerdo a la actividad que desarrolla la empresa.

Pregunta N° 8

¿Los servicios prestados en este centro de asesoría se dirigen a empresas grandes o pequeñas?

Medianas y grandes, en caso de solicitar el servicio los pequeños comerciantes, también son considerados dentro del portafolio de clientes.

Pregunta N° 9

¿Su empresa presta servicios de Asesoramiento o de Capacitación, en que porcentaje y por qué?

La mayoría de los centros encuestados dedican su actividad al asesoramiento en contabilidad, tributación y emprendimientos en un 90% y solo cuando el cliente lo solicita brindan capacitación.

Pregunta N° 10

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de prestar este servicio?

Depende del punto de vista, desde el punto de vista profesional, todo es ventajoso, prestar este servicio es sentirse una persona útil, es contribuir de

alguna forma a que las empresas crezcan y brinden buenos servicios y a su vez tengan éxito. Desde el punto de vista económico es bueno, se puede trabajar desde la casa.

❖ **Evaluación de la información FODA de las entrevistas:**

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Programas contables que faciliten el trabajo ▪ Pocos centros prestan servicios a los pequeños comerciantes. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demanda del servicio por empresas industriales, comerciales y de servicios. ▪ Leyes tributarias cambiantes
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Limitada publicidad de los centros 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las políticas reguladoras de gobierno • Competencia fuerte y desleal.

Elaborado por: La autora

❖ **Tabulación y presentación de las encuestas**

Las encuestas fueron aplicadas personalmente a los pequeños comercios ubicados dentro de la ciudad de Ibarra e identificados en el listado proporcionado por el Municipio, en el que constan como reconocidos y a que parroquia pertenecen.

Los resultados se detallan con su respectivo análisis:

Pregunta N°1

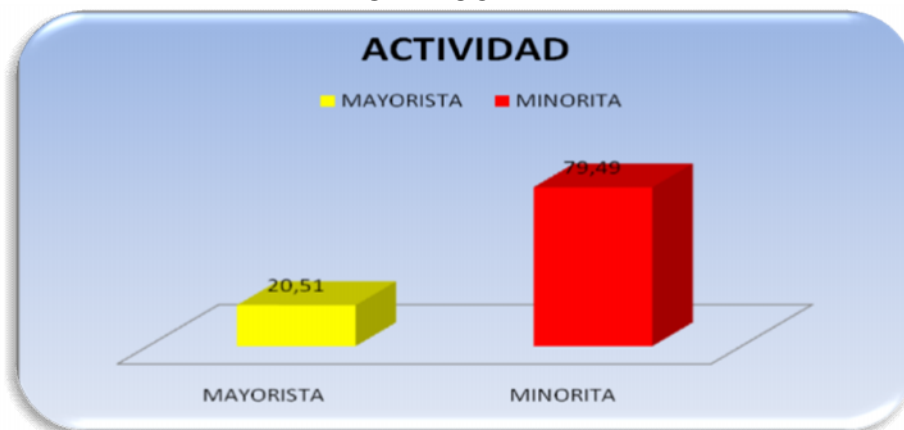
¿CÓMO COMERCIANTE USTED CONSIDERA QUE SU ACTIVIDAD ES?

CUADRO N°1
ACTIVIDAD

VARIABLE	F	%
MAYORISTA	73	20,51
MINORITA	283	79,49
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

Según la población encuestada de la ciudad de Ibarra que corresponde a 4925 unidades microeconómicas, se demuestra que la actividad que desarrollan es el 79.49% que representa 3915 comerciantes minoristas, seguido de un 20.51% es decir 1010 comerciantes mayoristas. En conclusión, en la ciudad de Ibarra se produce un gran movimiento comercial, debido a que es un sector estratégico comercial.

Pregunta N°2

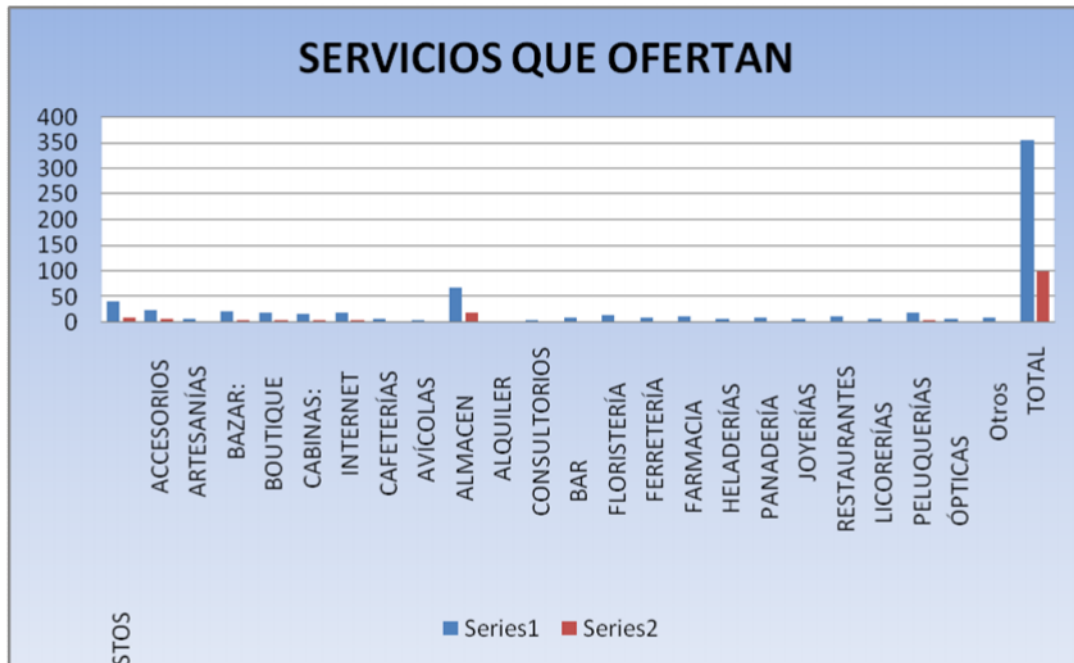
¿CUÁL ES LA ACTIVIDAD QUE OFERTA SU NEGOCIO?

CUADRO N°2

VARIABLE	F	%
ABASTOS	41	11,52
ACCESORIOS	24	6,74
ARTESANÍAS	7	1,97
BAZAR:	21	5,90
BOUTIQUE	20	5,62
CABINAS:	17	4,78
INTERNET	18	5,06
CAFETERÍAS	8	2,25
AVÍCOLAS	4	1,12
ALMACEN	68	19,10
ALQUILER	2	0,56
CONSULTORIOS	5	1,40
BAR	9	2,53
FLORISTERÍA	14	3,93
FERRETERÍA	9	2,53
FARMACIA	11	3,09
HELADERÍAS	8	2,25
PANADERÍA	10	2,81
JOYERÍAS	8	2,25
RESTAURANTES	11	3,09
LICORERÍAS	6	1,69
PELUQUERÍAS	19	5,34
ÓPTICAS	6	1,69
Otros	10	2,81
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 2



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
 ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

Dentro del análisis realizado de la investigación de campo se obtiene que almacenes es el 19.10% (941), seguido por 11.52% (367) abastos, accesorios 6.75% (332), entre otras actividades también representativas. En conclusión, en la ciudad de Ibarra existe una gran variedad de almacenes que representan la actividad del pequeño comercio y son los generadores de fuentes de empleo.

Pregunta N°3

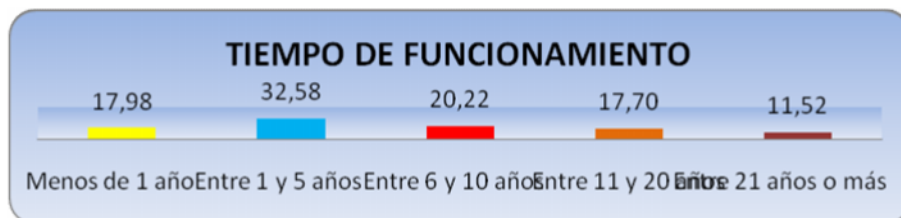
¿SU ESTABLECIMIENTO FUNCIONA DESDE HACE?

CUADRO N° 3

VARIABLE	F	%
Menos de 1 año	64	17,98
Entre 1 y 5 años	116	32,58
Entre 6 y 10 años	72	20,22
Entre 11 y 20 años	63	17,70
Entre 21 años o más	41	11,52
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 3



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

De los 4925 establecimiento de los pequeños comercios emprendidos alrededor de cinco años a la fecha, comprende un 50.56% que corresponde a 2490 microempresarios, seguido de negocios que se han establecido entre 6 y 10 años que representan el 20.22%, es decir 996, y finalmente negocios entre 11 a 20 años con un 17.70% que representan 872, y entre 21 años o más en un 11.52% que son 567 unidades microempresariales, que ofertan bienes y servicios en la ciudad de Ibarra. En suma, del análisis de la población muestral se desprende que la actividad del pequeño comercio tiene un gran flujo comercial por encontrarse en una zona central, donde confluyen a mediana y gran escala las variables de la oferta y la demanda.

Pregunta N°4

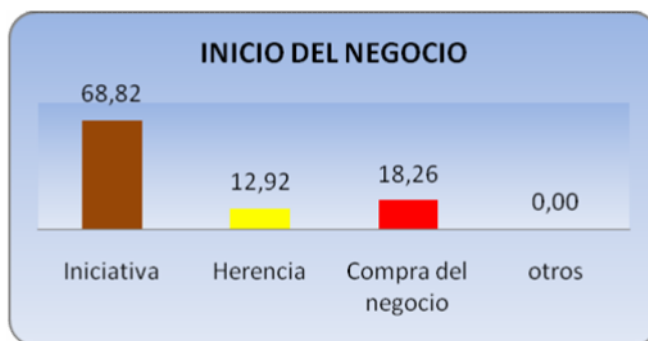
¿SU NEGOCIO LO INICIÓ POR?

CUADRO N° 4

VARIABLE	F	%
Iniciativa	245	68,82
Herencia	46	12,92
Compra del negocio	65	18,26
otros	0	0,00
Total	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 4



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

La decisión de incursionar en el pequeño comercio en la ciudad de Ibarra, que está conformada por una población de 4925 pequeños comercios legalmente inscritos, es producto de la iniciativa personal representada en un 68.82% que comprende 3389 negocios, seguido de la compra del negocio en un 18.26% que corresponde a 899, y que también existen negocios adquiridos por herencia que representan el 12.92% identificándose así 637. De este análisis se desprende que los pequeños negocios constituyen el eje de la actividad productiva en la ciudad de Ibarra.

Pregunta N°5

¿EL MANEJO DEL NEGOCIO LO REALIZA CON CAPITAL?

CUADRO N° 5

VARIABLE	F	%
Propio	221	62,08
Familiar	44	12,36
Financiado	67	18,82
Chulco	3	0,84
Heredado	20	5,62
Otros	1	0,28
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 5



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

De la investigación de campo se obtiene que los negocios emprendidos con capital propio representan el mayor porcentaje equivalente al 62.08% que representan 3057, seguido por la iniciativa del financiamiento que personifica al 18.82% correspondiente a 927 negocios, y el manejo de negocios familiares que se mantienen por tradición equivalen al 12.36% significando 609 unidades microempresariales y un 6.74% no tan significativo de otro tipo de manejo del capital de 332. Los resultados de este estudio son determinantes para afirmar que la actividad comercial en la ciudad de Ibarra es potencialmente competitiva y proyectiva.

Pregunta N°6

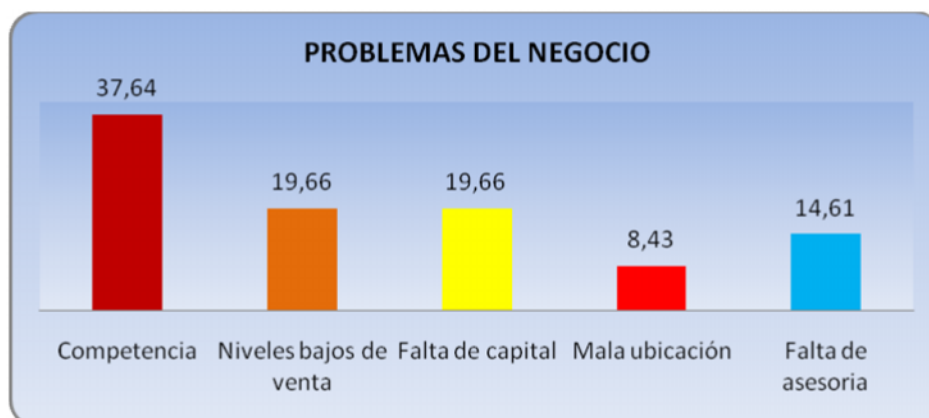
¿CUÁL ES EL PROBLEMA QUE ACTUALMENTE TIENE SU NEGOCIOS?

CUADRO N° 6

VARIABLE	F	%
Competencia	134	37,64
Niveles bajos de venta	70	19,66
Falta de capital	70	19,66
Mala ubicación	30	8,43
Falta de asesoría	52	14,61
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 6



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

El problema que más afecta a los negocios es la competencia en un 37.64% debido a la falta de visión para emprender en una actividad diferente; niveles bajos de venta 19.66% debido al escaso poder adquisitivo de los consumidores; y falta de capital en un 19.66%, ya que emprenden en un negocio de forma empírica y por intuición.

Pregunta N°7

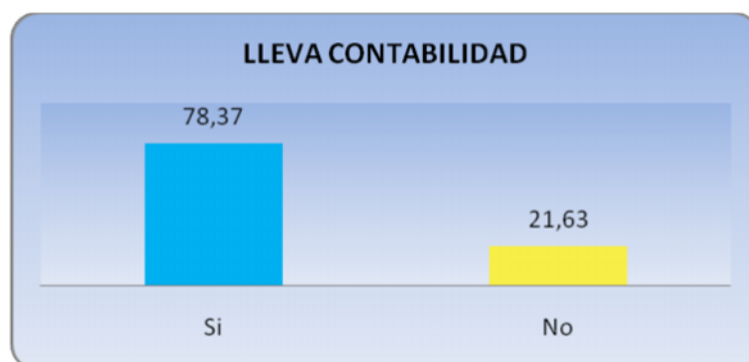
¿SU NEGOCIO LLEVA CONTABILIDAD?

CUADRO N° 7

VARIABLE	F	%
Si	279	78,37
No	77	21,63
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

En su mayoría los pequeños comerciantes llevan registros de sus transacciones en un 78.37%, seguido de negocios que no llevan la contabilidad en un 21.63%. De este análisis se desprende que el mayor porcentaje de los negocios llevan contabilidad de forma práctica y empírica, según se pudo inferir en la investigación de campo, y como contraposición a estos negocios existen otros que no llevan la contabilidad, lo que resalta la necesidad de una capacitación y asesoría.

Pregunta N° 9

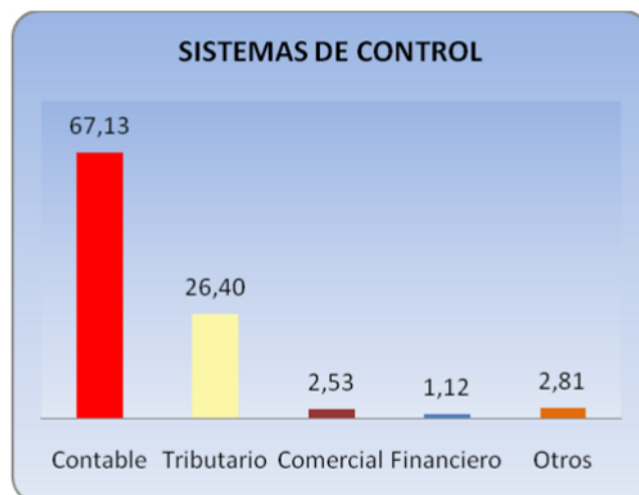
¿SU NEGOCIO ES MANEJADO CON ALGÚN SISTEMA DE CONTROL?

CUADRO N° 8

VARIABLE	F	%
Contable	239	67,13
Tributario	94	26,40
Comercial	9	2,53
Financiero	4	1,12
Otros	10	2,81
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 8



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

El manejo de los pequeños comercios es realizado por un sistema contable en un 67.13%, seguido por un control tributario en un 26.40%, y por otros controles no tan significativos pero no menos importantes.

Pregunta N°10

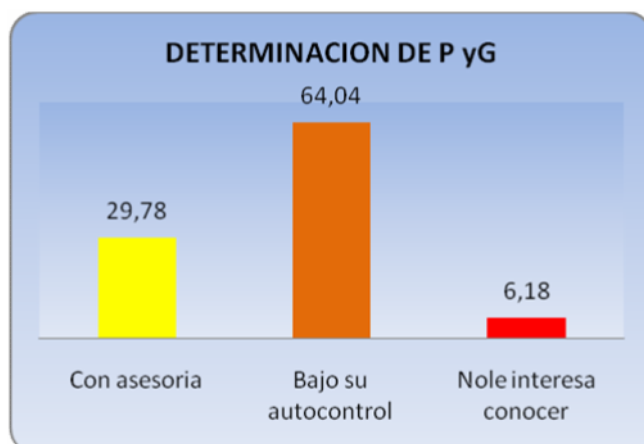
¿CÓMO DETERMINA LAS PÉRDIDAS Y GANANCIAS DE SU NEGOCIO?

CUADRO N° 9

VARIABLE	F	%
Con asesoría	106	29,78
Bajo su autocontrol	228	64,04
No le interesa conocer	22	6,18
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 9



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

Los negocios son administrados por los dueños o sus familiares, por lo que el control de las pérdidas y ganancias es bajo autocontrol en un 64.04%, y con asesoría en una 29.78%. En cuanto a la determinación de las pérdidas y ganancias de los negocios, en su mayoría no recurren a un asesoramiento, debido a que los negocios no reportan mayores utilidades.

Pregunta N°11

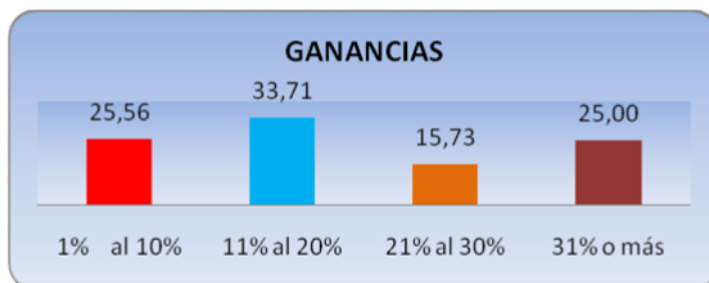
¿LAS GANANCIAS QUE OBTIENE EN SU NEGOCIO SON DEL?

CUADRO N° 10

VARIABLE	F	%
1% al 10%	91	25,56
11% al 20%	120	33,71
21% al 30%	56	15,73
31% o más	89	25,00
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 10



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

La utilidad que se obtiene del 1% al 10% es en un 25.56% que se debe a diferentes factores económicos predominantes en el país; en el rango del 11% al 20% se obtiene una utilidad del 33.71%. Y el 40.73% está en rangos diversos, debido a la naturaleza del negocio y a la situación económica que atraviesa la población.

Pregunta N°14

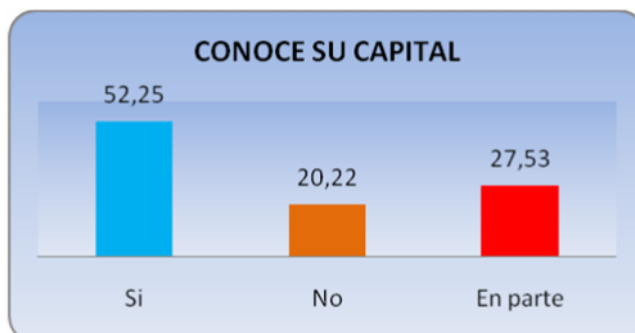
¿CONOCE A CUÁNTO ASIENDE EL CAPITAL DE SU NEGOCIO?

CUADRO N° 11

VARIABLE	F	%
Si	186	52,25
No	72	20,22
En parte	98	27,53
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 11



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

De la población analizada se obtiene que el 52.25% si conoce a cuánto asciende el capital de su negocio, seguido del 27.53% que conoce en parte a cuánto asciende el capital de su negocio, y un 20.22% que manifiesta no conocer cuánto tiene invertido en su negocio. Estos porcentajes indican la relatividad de las respuestas debido al sigilo económico que tienen los comerciantes y el temor de las represalias del SRI.

Pregunta N°15

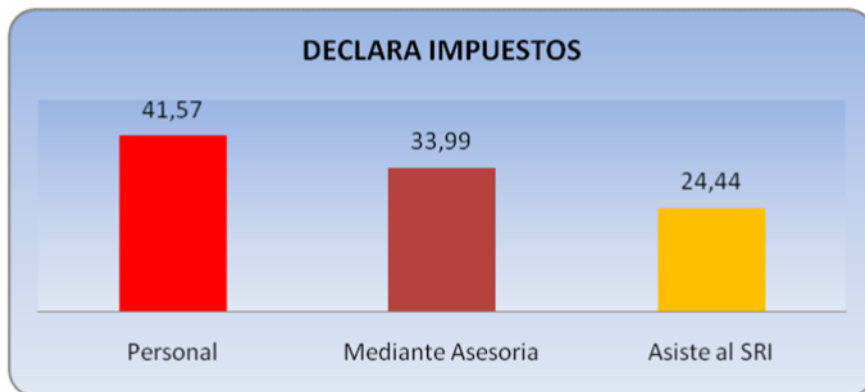
¿DE QUÉ FORMA REALIZA LA DECLARACIÓN DE LOS IMPUESTOS?

CUADRO N° 12

VARIABLE	F	%
Personal	148	41,57
Mediante Asesoría	121	33,99
Asiste al SRI	87	24,44
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 12



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

La parte tributaria es realizada en un 41.57% de forma personal por los dueños de los locales; mediante asesoría el 33.99% debido al escaso conocimiento o falta de tiempo de los propietarios y el 24.44% asisten al SRI y hacen uso de la ayuda que prestan en esta entidad.

REFERENCIAS PERSONALES:

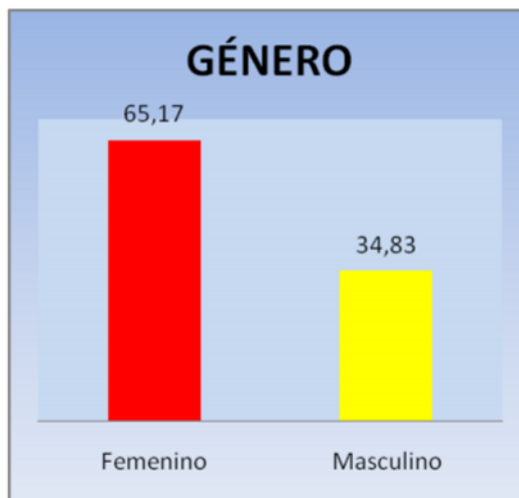
GÉNERO:

CUADRO N° 13

VARIABLE	F	%
Femenino	232	65,17
Masculino	124	34,83
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 13



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

El manejo de los pequeños negocios es realizado en un 65.17% por mujeres quienes desarrollan esta actividad para estar más cerca de su familia, el 34.83% por hombres quienes aportan para el sustento familiar.

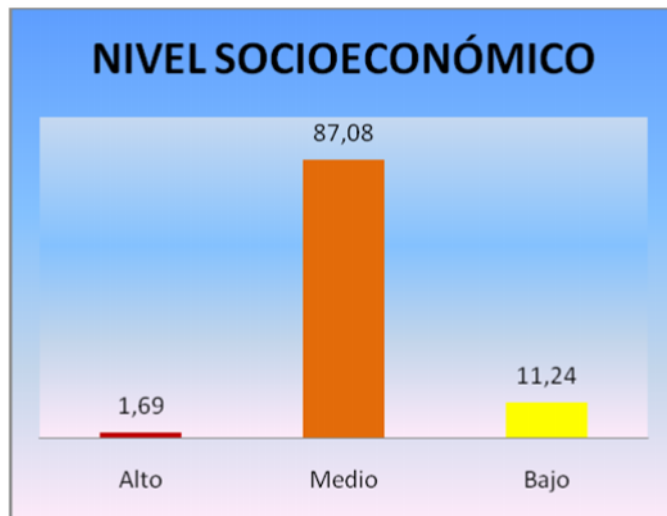
NIVEL SOCIOECONÓMICO:

CUADRO N° 14

VARIABLE	F	%
Alto	6	1,69
Medio	310	87,08
Bajo	40	11,24
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 14



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: Lorena Méndez MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

En el presente estudio de investigación se determina que el 87.08% de los comerciantes encuestados corresponden a un nivel socioeconómico medio y solo un 11.24% de un nivel económico bajo.

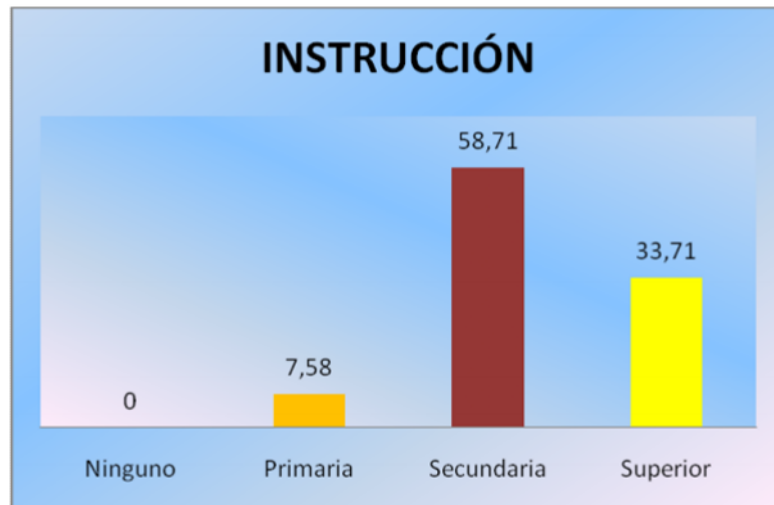
NIVEL DE EDUCACIÓN

CUADRO N° 15

VARIABLE	F	%
Ninguno	0	0,00
Primaria	27	7,58
Secundaria	209	58,71
Superior	120	33,71
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 15



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010

INTERPRETACIÓN:

El nivel de instrucción de los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra corresponde el 58.71% secundaria y 33.71% superior y en un 7.58% prácticamente tienen un nivel de instrucción primaria.

1.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN FODA DE LAS ENCUESTAS:

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Personal calificado• Servicios personalizados• Costos accesibles al público• Programas contables• Crecimiento acelerado de las PYMES• Conocimiento de la legislación laboral, contable y tributaria	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Escasa experiencia en el mercado a incursionar• Escasa accesibilidad a los clientes potenciales• Limitado número de empleados• Difícil accesibilidad al financiamiento• Capital de financiamiento limitado
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Demanda de asesoramiento contable• Demanda de asesoramiento tributario• Demanda de implantación de microempresas• Proliferación de negocios en el país• Tecnología disponible	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Competencia ya conocida en el mercado▪ Información poco confiable▪ Falta de interés de los contribuyentes para cumplir con las obligaciones tributarias▪ No considerar como necesidad el asesoramiento, ni la capacitación

ELABORADO POR: La Autora.

1.8. FODA GENERAL

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Programas contables que faciliten el trabajo ▪ Pocos centros prestan servicios a los pequeños comerciantes. ▪ Personal calificado ▪ Servicios personalizados ▪ Costos accesibles al público ▪ Crecimiento acelerado de las PYMES ▪ Conocimiento de la legislación laboral, contable y tributaria 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Demanda del servicio por empresas industriales, comerciales y de servicios. ▪ Escasa accesibilidad a los clientes potenciales ▪ Leyes tributarias cambiantes ▪ Escasa experiencia en el mercado a incursionar ▪ Limitado número de empleados ▪ Díficil accesibilidad al financiamiento ▪ Capital de financiamiento limitado
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Limitada publicidad de los centros ▪ Demanda de asesoramiento contable ▪ Demanda de asesoramiento tributario ▪ Demanda de implantación de microempresas ▪ Proliferación de negocios en el país ▪ Tecnología disponible 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia ya conocida en el mercado ▪ Información poco confiable ▪ Falta de interés de los contribuyentes para cumplir con las obligaciones tributarias ▪ No considerar como necesidad el asesoramiento, ni la capacitación

ELABORADO POR: La Autora.

➤ **CRUCES ESTRATÉGICOS FO, FA, DO, DA**

❖ **Cruces FO**

- Diseñar un portafolio de servicios dirigidos a empresas comerciales, industriales y de servicios.
- Brindar un servicio personalizado y de fácil comprensión para los posibles clientes.
- Ofrecer precios accesibles al servicio, establecido de acuerdo a las necesidades.

❖ **Cruces FA**

- Publicitar el servicio a los pequeños comercios a través de visitar puerta a puerta.
- Brindar un servicio de mediación en caso de conflictos legales.

❖ **Cruces DO**

- Promocionar los servicios de asesoría en los principales medios de comunicación que tiene la ciudad de Ibarra.
- Los constantes cambios legales del país, se tomarán en cuenta en la capacitación y la asesoría.

❖ **Cruces DA**

- Como parte de la capacitación ofrecer alternativas tecnológicas para facilitar su trabajo.
- Prestar asesoría para estudios de emprendimientos a los pequeños comercios.

1.9. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Después de haber realizado la investigación de campo, y recopilado la información necesaria de los instrumentos aplicados se obtiene como resultado, limitada publicidad de los centros, demanda de asesoramiento contable, demanda de asesoramiento tributario, demanda de implantación de microempresas, proliferación de negocios en el país, tecnología disponible, entre otros por lo tanto si se justifica la aplicación del presente estudio, por la necesidad y el requerimiento de los pequeños comerciantes quienes no son tomados en cuenta como mercado objetivo por los centros ya establecidos en el medio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. ASPECTOS DEL PROYECTO.

- **DIAGNÓSTICO**

Dentro de una empresa el diagnóstico sirve como medio de recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

Menciona DAFT R (2009) ***“Diagnóstico paso en el proceso de toma de decisiones en que los administradores analizan los factores causales subyacentes a la situación de decisión”*** pág. 208

El diagnóstico permite identificar con claridad la causa-efecto de un problema, y así llegar al resultado final o temporal del comportamiento del objeto en estudio, dentro de un contexto, en base a sus funciones y principios. La explicación y presentación del diagnóstico en un documento es el pronóstico del fenómeno que va a ser estudiado.

- **ESTUDIO DE MERCADO**

Dentro de la creación de una empresa es de vital importancia para asegurar el éxito, hacer uso de técnicas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones, para garantizar la continuidad.

Según expresan en su libro SAPAG , Nacir; SAPAG Reinaldo (2008) ***“El estudio de mercado se identifica como la definición tanto del precio al que los consumidores están dispuestos a comprar, como a la demanda”*** pág. 63

Es el proceso de recolección y análisis de datos, así como información acerca de la oferta y demanda en el mercado de un determinado producto o servicio. Por lo que, los resultados de este estudio orientan a ofertar un nuevo producto o servicio, crear o mejorar lo existente, y expandirse a nuevos mercados. Trata de analizar el área de influencia que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico.

- **FACTIBILIDAD**

Existe diversidad de criterios de factibilidad, sin embargo la definición que más se aproxima entre la teoría y la práctica, manifiesta que:

www.mitecnologico.com/Main/FactibilidadInvestigacion
“Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en tres aspectos básicos: operativo, técnico y económico. El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores.”

Luego de haber visualizado el problema, en sus múltiples variables, el presente trabajo de investigación es posible llevarlo a cabo, es factible de realización, a pesar de las limitantes que pueden presentarse, sin embargo se espera que los resultados justifiquen los objetivos planteados en el presente trabajo de estudio.

- **MERCADO META:**

Identifica las necesidades de los clientes y como la empresa va a satisfacer a determinado sector.

Menciona GARNICA Ch (2009) en su libro Fundamentos del Marketing ***“Es la parte del mercado disponible, calificado al que la empresa decide servir”*** Pág. 32.

Evaluated los diferentes segmentos de mercado, la empresa debe tomar en consideración aquellos que le permitan obtener beneficios, esto representa el mercado meta, a quien se dirigirá el servicio y qué estrategias de marketing se utilizarán para cumplir con los objetivos previamente propuestos.

- **DEMANDA**

El sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la **oferta y la demanda**

Según Zambrano P; Puga R (2007) en su libro Teoría Micro y Macroeconómica la demanda consiste en ***“Las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo constantes los, demás determinantes, que influyen en la función, en un período determinado”*** Pág. 97

Dentro de las condiciones en que la empresa se desarrolla en el mercado se presentan factores que determinan las exigencias de los consumidores y lo que desea adquirir, resaltan la preferencia, la renta en un determinado período, los precios de los demás bienes.

- **OFERTA**

La oferta se puede definir de distintas maneras y una de ellas es:

Según PARKIN M; LORIA E (2010) ***“Relación completa entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida del mismo cuando todos los demás factores que influyen en la ventas planeadas de los productores se mantienen constantes. Se describe a través de una tabla de oferta y se ilustra con una curva de oferta”*** Pág. 64

Al igual que en la demanda existe un conjunto de factores que determinan la oferta de una empresa o negocio, como pueden ser la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea ofrecer.

- **DEMANDA INSATISFECHA**

Se conoce como demanda insatisfecha a la demanda planeada o real, que exceda a la oferta planeada y por lo tanto, no puede crearse una compra efectiva de bienes y servicios.

- **PLAN COMERCIAL**

Realizar como estrategia un plan comercial garantiza una ejecución útil tanto para lanzar una nueva empresa o actividad en la empresa existente.

KERIN Roger, (2006) ***“La elección de una estrategia de entrada en el mercado es un primer paso necesario para una empresa cuando se une a la comunidad de las empresas globales”*** Pág. 153

El Plan comercial o de negocios es una herramienta de dirección para realizar una ejecución para emprender en un negocio, utilizando las mejores alternativas de promoción, para llegar al público objetivo.

- **PRODUCTO**

Se entiende por producto a la mezcla de marketing junto al precio, distribución y promoción.

Menciona GARNICA Ch (2009) en su libro Fundamentos del Marketing ***“El término producto se utiliza para abarcar bienes y servicios que se ofrecen para satisfacer un deseo”*** Pág. 26

Se puede denominar como producto cualquier bien o servicio que sirva para satisfacer una necesidad y se pueda ofertar en el mercado.

- **PRECIO**

Todas las empresas tienen fines de lucro, ponen precio a sus productos o servicios.

STANTON W (2007) se entiende por precio a la ***“Cantidad de dinero u otros elementos redituables que se necesitan para adquirir un producto”*** Pág. 725

Dentro de un mercado se denomina precio al pago asignado por la obtención de un bien o servicio o, una mercancía cualquiera.

- **PLAZA O DISTRIBUCIÓN**

La función del canal de distribución es, entregar la cantidad deseada de producto, en el lugar y momento deseado.

KERIN Roger, (2006) ***“Para comunicarse con los consumidores, una empresa puede usar uno o más de las cinco alternativas promocionales posible: anuncios, venta personalizada, relaciones públicas, promoción de ventas y marketing directo.”*** Pág. 334

Se conoce como distribución a las fases de hacer llegar físicamente el bien o el servicio al consumidor, es responsable de que perdure en el mercado, la distribución aumenta el valor poniendo a disposición del cliente en el momento en que necesite comprarlo.

- **PROMOCIÓN**

Cualquier forma pagada de presentación y promoción de bienes o servicios por una empresa.

LAMB Ch. (2006) "**Comunicación de los mercadólogos que informa, persuade y recuerda a los consumidores potenciales sobre un producto, con objeto de influir en su opinión o generar una respuesta**" Pág. 272

La promoción es la utilización de los medios publicitarios por un vendedor, para informar a los consumidores un bien o un servicio, es una poderosa herramienta de promoción.

- **ESTUDIO TÉCNICO**

Este estudio describe los requerimientos físicos del negocio, y el funcionamiento del mismo.

Menciona en su libro PRIETO Jorge (2009) el estudio técnico "**permite verificar la posibilidad de la fabricación del producto o servicio definido, analizar el tamaño óptimo, la localización más favorable, los equipos, las instalaciones y la organización necesaria para su ejecución**" pág. 100

El estudio técnico analiza elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto servicio, de ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo el cual debe justificar los requerimientos que se desean cubrir. Con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico son considerados en la elaboración y análisis de la inversión para conocer la viabilidad económica del mismo.

- **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

Describe los requerimientos físicos del negocio, y el funcionamiento de éste.

PRIETO Jorge (2009) "La ubicación de una planta productora de bienes o servicios está controlada por diversos factores y condiciones, los cuales deben ser evaluados técnica y económicamente para asegurar que la elección de entre varias alternativas es la más conveniente al proyecto" Pág. 103

Consiste en tomar en cuenta los factores cuantitativos como pueden ser los costos de transporte de materia prima y el producto terminado y también los factores cualitativos tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, etc.

- **MICROLOCALIZACIÓN**

La microlocalización se entiende como un estudio que se realiza para escoger el lugar exacto, para instalar una actividad económica y tener la certeza de obtener prosperidad y éxito empresarial.

- **MACROLOCALIZACIÓN**

La macrolocalización representa todas las facilidades de costo, materias primas, etc.

BETMAN T; SNELL (2005) "Se define como los elementos más generales del ambiente externo que puede influir potencialmente en las decisiones estratégicas" Pág. 43

Se entiende como el estadio de localización del proyecto que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

- **TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO**

El tamaño en la capacidad de producción instalada que se tendrá.

PRIETO Jorge (2009) *“se define como su capacidad de producción en un determinado período de tiempo de funcionamiento”* Pág. 101

La determinación del tamaño óptimo del proyecto se basa en consideraciones cambiantes como la relación precio-volumen, por la elasticidad de la demanda, y la relación costo-volumen, la que pueden lograrse en el proceso productivo.

- **DIAGRAMA DE BLOQUE**

Es una representación gráfica del funcionamiento interno de un sistema, que se realiza mediante bloques y sus relaciones, además, definen la organización de todo el proceso interno, sus entradas y sus salidas.

- **FLUJOGRAMA**

EL Flujograma consiste en realizar una representación gráfica de hechos, situaciones, movimientos o actividades de todo tipo, por medio de símbolos, en una secuencia lógica.

- **ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

Entendiéndose por estructura lo siguiente:

DAFT M; MARCIC D (2009) *“Estructura organizacional es el marco en el que la organización define como se divide las tareas, la forma en que se moviliza los recursos y como se coordinan los departamentos”* Pág. 249.

Permite establecer un sistema lógico de actividades que han de ser desarrolladas por los miembros de una entidad para trabajar juntos y llegar a alcanzar las metas fijadas

- **MISIÓN**

Es el propósito o fin de la existencia de una empresa u organización.

KERIN Roger, (2006) ***“es la declaración del ámbito de la organización, frecuentemente identificando a sus clientes, sus mercados, sus productos, su tecnología y sus valores”*** Pág. 25

A partir de esta estrategia se formulan objetivos detallados que son los que guiarán a la empresa u organización.

- **VISIÓN**

Una empresa debe tener bien definida su visión para alcanzar sus metas.

Hellriegel (2009) ***“Expresa las aspiraciones y el propósito fundamentales de una organización y apela por lo común al corazón y la razón de sus integrantes”***
Pág. 30

Se define como la vía a la cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento

- **ORGANIGRAMA**

Modelo abstracto y sintomático, que permite obtener una idea uniforme acerca de una organización.

Hellriegel (2009) ***“Un organigrama es un diagrama que ilustra gráficamente las relaciones entre funciones, departamentos, divisiones y hasta puestos individuales de una organización en materia de rendimientos de cuentas”*** pág.249.

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa, representa las estructuras departamentales y las personas que las dirigen, haciendo una relación jerárquica en la organización.

- **ESTUDIO FINANCIERO**

Esta etapa ordena y sistematiza la información de carácter monetario que facilita el análisis y evaluación del proyecto, para determinar su rentabilidad.

BACA Gabriel (2010) ***“Consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico, en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria, necesarios para el proceso, etc. Ahora deberá aparecer en forma de inversión y gasto”*** pág. 138

Esta evaluación financiera, económica se efectúa simultáneamente con la evaluación técnica del proyecto, consiste en cerciorarse de la factibilidad técnica, que presupone una adecuada formulación y evaluación administrativa, como también institucional y legal, o que no se contravengan reglamentaciones ecológicas.

- **PRESUPUESTO DE INVERSIÓN**

Hace referencia al destino que se le dará a los fondos financieros de una empresa con el fin de obtener recursos.

- **INVERSIÓN FIJA EN ACTIVOS FIJOS**

La inversión fija es:

BACA Gabriel (2010) "***En este aparato se define la inversión monetaria sólo en los activos fijos y diferidos, que corresponden a todos los bienes necesarios para operar la empresa desde el punto de vista de producción, administración y ventas***" Pág. 165

Inversión fija del proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva.

- **INGRESOS**

Afecta los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas.

RINCON Carlos (2010) "***Agrupar las cuentas que representan los beneficios operativos y financieros que percibe el ente económico del giro normal de su actividad comercial en un ejercicio determinado***" Pág. 26

Hacer referencia a la cantidad que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios y puede hacer referencia al conjunto de rentas recibidas.

- **EGRESOS**

Son rubros importantes dentro de las operaciones de una actividad económica, que se encuentran dentro del diario vivir.

Según establece (www.businesscol.com) "***Disminuciones Patrimoniales que afectan los resultados de un periodo, aunque no constituyan desembolso o salida***

de efectivo; tales disminuciones pueden ser gastos costos o pérdidas”

Resultan ser partidas o salidas de cualquier cuestión, que perteneces al giro de la actividad diaria.

- **EVALUACIÓN FINANCIERA O EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN**

Parte final del análisis de la factibilidad de un proyecto, sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable. Pero más importancia tiene por que le permite al empresario tomar decisiones oportunas y a tiempo antes de perder su dinero en una errónea inversión.

- **VALOR ACTUAL NETO VAN**

Es un criterio económico utilizado ampliamente en la evaluación de proyectos de inversión.

Según expresan en su libro SAPAG , Nacir; SAPAG Reinaldo (2008) “ ***El criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto VAN es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”*** Pág. 321

Es un procedimiento económico que permite al inversionista calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

- **TASA INTERNA DE RETORNO TIR**

Utilizado para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Según expresan en su libro SAPAG , Nacir; SAPAG Reinaldo (2008) ***“TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, en la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual”*** Pág. 323

Se define como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto es igual a cero. Es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

- **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

El período de recuperación es uno de los métodos que en el corto plazo, por su facilidad de cálculo y aplicación, es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo, pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

- **BENEFICIO – COSTO**

Se refiere a evaluar un proyecto, es un proceso conocido como evaluación de proyectos, sirve para tomar decisiones, este proceso involucra los gastos previstos en contra del total de los beneficios pronosticados de una o más acciones con el fin de seleccionar la mejor opción o la más rentable.

VARELA R (2010) ***“Su concepción básica es la productividad y en ese sentido se define como la relación entre el valor presente de los beneficios del proyecto y el valor presente de los valor del mismo”***
Pág. 270.

En sí es una lógica basada en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido.

- **SENSIBILIDAD DEL PROYECTO**

Sirve para tomar decisiones financieras en las que debemos invertir, es necesario conocer algunos métodos para identificar el riesgo que representa una inversión. La Sensibilidad permite visualizar de forma inmediata las ventajas y desventajas económicas de un proyecto.

- **PUNTO DE EQUILIBRIO**

Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto.

STANTON William (2007) ***“Un punto de equilibrio es la cantidad de producción en la que el ingreso total iguala a los costos totales, lo que supone cierto precio de venta”*** ‘Pág. 353

El punto de equilibrio se usa en las empresas para determinar la posible rentabilidad de comercializar un producto. Donde los ingresos totales recibidos son iguales a los costos asociados con la venta de un producto.

- **IMPACTOS**

Al analizar los impactos se profundiza la manera en que el proyecto afecta el bienestar de los demás miembros de la colectividad, se deduce de la comparación de un escenario con proyecto y otro escenario sin proyecto, y se busca lo mejor para sobresalir en cualquier actividad.

2.1. COMERCIO

Para iniciar la actividad del comercio se debe entender:

Según MARTINEZ P, (s.f.e,) define al comercio como el “**Sector de la actividad económica que persigue la intermediación comercial (compra, venta, intercambio o permuta) de bienes, derechos y servicios en el mercado entre productores, consumidores e intermediarios con la finalidad de obtener un beneficio**”. Pág. 71

En sí, el comercio es el intercambio de bienes, valores y servicios para satisfacer las necesidades inmediatas de las personas de una forma rápida y eficiente. A través del tiempo el comercio ha demostrado ser un fenómeno evolutivo que se lo ha desarrollado en el mundo entero.

- **COMERCIANTES:** Según el Código de Comercio, se refiere a la persona que teniendo la capacidad de contratar hace del comercio su profesión habitual, para comprender mejor lo enunciado, se transcribe los siguientes artículos:

- **Art 3. ACTOS DEL COMERCIO.** Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de algunos de ellos solamente:
 1. La compra o permuta de cosas muebles, hecha con el ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas.

Pertenecen también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas o ganados, más no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieran comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias.

2. La compra y la venta de un establecimiento de comercio, y de las acciones de una sociedad mercantil.
3. La comisión o mandato comercial.
4. Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes.

❖ DE LAS OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES

Art 21. Inscripción. La matrícula de comercio se llevará en la oficina de inscripción del cantón, en un libro forrado, foliado y cuyas hojas se rubricarán por el Jefe Político del Cantón. Los asientos serán numerados según la fecha en que ocurran, y suscritos por el Registro de la Propiedad.

Art 22. Solicitud de matrícula de comercio. Toda persona que quiera ejercer el comercio con un capital mayor a mil sucres, se hará inscribir en la matrícula del cantón. Al efecto, se dirigirá por escrito a uno de los jueces de lo civil, haciéndole conocer el giro que va a emprender, el lugar donde va a establecerse, el nombre o razón social con la que a de girar, el modelo de la firma que usará, y si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil, el capital que destina a ese comercio.

Si fuera una sociedad la que va a establecerse, se expresará en la matrícula el nombre de todos los socios solidarios; y si varios de ellos tuvieren derecho a usar la firma social, se acompañará el modelo de la firma de cada uno de ellos, si fuere un solo individuo, la firma se usará en sus actos de comercio.

Si el establecimiento estuviere administrado por un factor, deberá expresarse el nombre de éste, y acompañarse el modelo de su firma.

2.2. CONOCIMIENTOS NECESARIOS ACTIVIDAD PEQUEÑO COMERCIO

El comercio al por menor, al ser una actividad pequeña pero no menos importante, es realizada por una sola persona, que es la destinada a realizar de todo, sus conocimientos deben ser diversos, entre estas tareas tenemos, algunas descritas por:

LONGENECKER (2009) ***“Ventajas competitivas beneficio que existe cuando una empresa tiene un producto o servicio que es visto por su mercado meta como mejor que el de sus competidores”*** pág. 127.

Al incursionar en la actividad del pequeño comercio el comerciante debe, buscar asesoría de cómo realizar de la mejor manera su trabajo, asegurando de esta manera el éxito de su negocio.

2.3. COMERCIO AL POR MENOR

Al emprender en el comercio al por menor se necesita precauciones y reflexiones para incursionar en este campo, como son:

BASTIST J, (TOMO I) quien sostiene que es ***“Descubrir sus aptitudes, adquirir la formación necesaria para una explotación eficaz, escoger la rama de comercio que le conviene, estimar el capital que le será necesario, evaluar los emplazamientos y fondos de comercio que se ofrecen, tomar un buen punto de partida, instalación, primer stock, apertura”*** Pág. 11.

El comercio al por menor es un conjunto de actividades con capitales limitados, se orienta a la libre comercialización de productos, de alimentos y ventas en masa, así como no alimenticios y especializados. Para emprender en el pequeño comercio se debe tener intuición comercial, que representa el

primer factor del éxito, pero no es el único ya que se deben respaldar con técnicas e iniciativas creativas.

- **COMERCIO MODERNO**

Es una actividad especializada, que se orienta a satisfacer la preferencia de los consumidores, en calidad más que en cantidad, quienes a la vez dinamizan la economía y facultan la actividad del pequeño comercio. Hacer lo contrario conlleva caer en las mismas posibilidades del resto de comerciantes, que no tienen metas claras y definidas sobre las actividades económicas emprendidas.

- **PRODUCTOS DE CONSUMO CORRIENTE.**

Dentro del mercado se ofertan diversidad de productos, destinados al uso por parte del usuario final.

BAPTIST. J, (Tomo II) “es decir, los artículos que corresponden a las necesidades de base y que, por su naturaleza, son comprados frecuentemente: productos alimenticios, productos de mantenimiento, pequeños artículos para la casa, productos textiles no durables y de poco valor”, pág. 13.

Se utilizan para satisfacer las necesidades corrientes, es decir, la utilidad está en satisfacer la demanda final de los consumidores.

- **Artículos durables que necesitan reflexión.**

Dentro del sistema de ventas, se debe considerar los productos no perecederos, y que tengan una vida más larga para evitar la pérdida de dinero en mercancía.

BAPTIST, J., (Tomo II) ***“Son los artículos que cubren necesidades menos inmediatas. Para estos artículos, el consumidor se encuentra con el problema de elección. Para adquirirlos reflexiona, hace consultas, visita varios comercios. Es consciente de que ha de hacer una compra razonada y adaptada a la utilidad que busca el artículo.”***
Pag.13

Los pequeños comercios realizan una actividad empírica, por lo tanto capacitarlos adecuadamente garantiza el éxito de su negocio, y continuidad futura.

2.4. ESPECIALIZACIÓN:

Forma de organización que cada factor de producción se dedica a desarrollar una parte determinada del proceso productivo.

SNELL B. (2009) ***“La especialización es un proceso en el cual los individuos y las unidades llevan a cabo diferentes funciones”*** Pag.291

Ha de entenderse a las transacciones mercantiles que se producen cuando existe el intercambio de bienes y servicios, para satisfacer una determinada necesidad, cada transacción debe estar respaldada por un documento que servirá de respaldo al realizar el registro contable.

- **OPERACIONES COMERCIALES**

Está orientada a la determinación de artículos que van a ser comercializados, esto requiere de eficiencia por parte de los pequeños comerciantes para distribuir y equipar sus negocios, lo que quiere decir especialización en su actividad comercial.

Según MOCHON.F;(s.f.e)”**La especialización tiene lugar cuando los individuos y los países concentran sus esfuerzos en un conjunto particular de tareas, lo que permite que los individuos o países, utilicen de la mejor manera posible sus capacidades y recursos a efecto de convertirse en comercios competitivos**”. pág.7

Operación comercial es la actividad que desarrolla la empresa, enmarcada en la ley, siguiendo un proceso de crecimiento.

2.5. ASESORAMIENTO Y CAPACITACIÓN CONTABLE

Los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra son personas que necesitan de la capacitación y asesoramiento, contable, tributaria y de creación de microempresas, ya que llevan la administración de sus recursos de una forma empírica, por costumbre o por intuición, razón por la cual ponen en riesgo sus capitales que son mínimos para emprender un negocio que genere rentabilidad.

• DÓNDE LLEVAR CONTABILIDAD

Todo comerciante o persona que lleve una actividad económica, debe conocer el lugar y la actividad que desarrollan y así registrar sus transacciones para determinar las ganancias y pérdidas, gastos e inversiones. En suma toda actividad económica se sujeta al ámbito contable.

Referirse al pequeño comercio es hablar de una entidad según (CALLEJA.F; 1998;) ”**Entidad es una unidad identificable que realiza actividades económicas; constituida por la combinación de recursos humanos, recursos naturales y capital, coordinados por una autoridad que toma decisiones encaminadas a la consecución de los fines para los que fue creada**” Pág. 16

Sin importar la actividad que desarrollan las empresas o negocios tienen la necesidad de llevar contabilidad para tomar decisiones y garantizar su consecución.

- **LA CONTABILIDAD DESDE LA PERSPECTIVA DEL USUARIO**

Los pequeños comerciantes deben ser capacitados para entender y usar la información contable para su beneficio, menciona MEIGS, R, (2000,) que debe desarrollar capacidades y conocimientos acerca de:

- ***“Naturaleza de las actividades económicas que describe la información contable.***
- ***Supuestos y técnicas de medición involucradas al desarrollar la información contable.***
- ***Información que es más relevante al tomar diversos tipos de decisiones.”*** pág. 4

La contabilidad es y ha sido practicada por todos los seres humanos en sus actividades cotidianas, para tomar decisiones con respecto al buen aprovechamiento de sus recursos.

2.6. Contabilidad

La contabilidad es aplicada por el hombre en diferentes formas y para diferentes actividades, el conocimiento y dominio garantiza un mejor desenvolvimiento.

Menciona HARGADON B (2008)” ***Contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para obtener así la información necesaria relacionadas con las operaciones de una empresa***”, pág. 11

De este enunciado se concluye, que la contabilidad es una técnica que analiza, interpreta y registra cronológicamente movimientos y transacciones comerciales que surgen en el giro de un negocio.

- **CONTABILIDAD EN LOS PEQUEÑOS COMERCIOS**

Los dueños de las empresas familiares o pequeños comercios, administran los recursos de forma empírica, basándose solamente en el sentido común, ya que al conocer su negocio, sabe aproximadamente cuánto se ha vendido, cuánto deben los clientes y cuánto dinero hay en caja. Para conocer la situación financiera y administrar mejor los pocos recursos, conviene aplicar la contabilidad para tener un mejor registro, clasificación y resumen de las operaciones económicas, para tomar decisiones.

- **PERSONAS NATURALES**

Son las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas, dentro del territorio nacional, tienen la obligación de adquirir el RUC, emitir y entregar comprobantes de venta, realizar la declaración de impuestos de acuerdo a lo que establece la Legislación y sus órganos reguladores.

Según publica en su página (www.sri.gov.ec) determina que la clasificación de las personas obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad, ***“Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.”*** Si cumplen con estos

requisitos se debe contratar un contador que lleve sus registros y esté facultado para hacerlo”.

Los pequeños comerciantes en su mayoría no cumplen con las condiciones señaladas para llevar registros contables de manera obligatoria, por esta razón deben tener sus registros de ingresos y egresos, que según establece el Servicio de Rentas Internas.

- **IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD**

Es importante para el empresario o microempresario el conocer la situación económica y financiera de su actividad, para tomar decisiones oportunas y a tiempo. Cuando no se lleva contabilidad no se conoce exactamente, cuánto tiene, cuánto le adeudan, cuál es el volumen de compras, ventas, gastos, sólo tiene una idea empírica más no concreta.

2.7. CUENTA CONTABLE:

Cuenta contable es el instrumento que permite identificar, clasificar y registrar una determinada operación.

ZAPATA Pedro (2008) ***“Cuenta es un formato con términos usado en contabilidad para registrar, clasificar y resumir en forma ordenada los incrementos y disminuciones de naturaleza similar correspondiente a diferentes rubros”***
Pag.23

Es el nombre con que se le denomina a los bienes, servicios y a los derechos y obligaciones, que se presentan durante el ciclo o período contable, que debe ser claro para evitar confusiones, ejemplo: caja, bancos, cuentas por

cobrar entre otras, que se presentan diariamente producto de la actividad económica que se desarrolla.

➤ **Registros contables**

- **Libro diario**

RINCOM C. (2010) ***“Se utiliza este libro, para diligenciar los movimientos del día a día, o sea como su nombre lo indica diario.”*** Pag.61

Es un libro que la empresa lleva para el registro cronológico de las cuentas de acuerdo al desarrollo de la actividad que realicen, a través de asientos contables.

- **Asiento**

Registra las transacciones con valores deudores o acreedores, aplicando el principio de partida doble.

En contabilidad al realizar las transacciones económicas y presentarse un deudor y acreedor, se presentan dos términos determinantes en un período: el activo bienes y derechos que tiene el negocio y el pasivo registra las obligaciones.

- **Jornalización**

Registrar la contabilidad requiere exactitud y precisión por lo tanto se debe mayorizar o jornalizar.

SARMIENTO R (2003) **“Registra los valores de cada una de las cuentas del libro diario”** Pág. 36.

La jornalización que significa trasladar los datos del libro diario, para ello se aplica el principio de partida doble, las cuentas que reciben al debe; las cuentas que entregan son de orden acreedor y se registran en el haber.

➤ **Estados financieros**

Los estados financieros muestran los recursos generados o utilidades adquiridas en las actividades cotidianas del comercio, reflejan los cambios ocurridos en la estructura financiera de la empresa y su resultado final se observa en el efectivo e inversiones que reportan al final del período. Es objetivo de la contabilidad al final de cada período económico, el conocer la situación de la empresa a una determinada fecha, para tomar decisiones oportunas y aplicar instrumentos de control de existir algún problema, para ello realiza los estados financieros que son de fácil comprensión.

SARMIENTO R (2003) “Los Estados financieros demuestran los cambio o variaciones de la situación financiera de una empresa, que ocurrió en un ejercicio económico de conformidad con los principios de contabilidad vigentes en el país” Pág. 36.

La información contenida en los estados financieros debe tener las siguientes características para ser de utilidad.

Según establece (http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_financieros)

1. Pertinencia
2. Confiabilidad
3. Aproximación a la realidad
4. Esencialidad
5. Neutralidad
6. Integridad

7. Verificabilidad
8. Sistemática
9. Comparabilidad
10. Claridad”

- **Estado de situación inicial**

Los dueños de negocios necesitan tener información financiera actualizada para tomar las decisiones.

RINCON Carlos (2010) ***“Es el estado financiero que resume la información contable para dar a conocer su situación financiera en una fecha determinada. Este informe se debe emitir por lo menos una vez al año, con corte al 31 de diciembre. Para la elaboración del balance general sólo se toman las cuentas reales, o sea, el Activo, Pasivo y Patrimonio.”*** Pág. 287.

Refleja la situación patrimonial de una empresa en un período de tiempo. Consta de activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero.

- **Estado de resultados**

Estado que muestra ordenada y detalladamente la forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio.

ZAPATA P. (2011) ***“El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida”*** Pág. 62

Este estado financiero muestra ordenada y detalladamente cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un período determinado. De esta manera la utilidad o pérdida se obtiene restando los gastos a los ingresos.

- **Estado de flujo de caja**

Se entiende como los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

RINCON Carlos (2010) ***“Es el estado financiero básico que presenta la información relacionada con los recaudos y desembolsos en efectivo que se derivan de las actividades de operación (Cuentas nominales), inversión (Cuentas del activo no corriente) y financiación (Cuenta del Pasivo no corriente y Patrimonio), llevadas a cabo por el ente contable durante un período”*** Pág. 293

Es una de las herramientas de información contable, critica la toma de decisiones de su negocio, que le indica cuánto dinero necesita para iniciar su negocio y cuánto para mantenerlo funcionando, también indica cuánto ingresa de dinero al negocio y qué gastos deben pagarse.

2.8. INVENTARIOS:

Llevar un registro detallado y cronológico ayuda a mejorar la actividad de la empresa:

MARTINEZ P, (s.f.e) ***“Relación clara ordenada y valorada de todos los bienes, derechos y obligaciones que constituyen en el curso normal de sus actividades el patrimonio de la empresa en un momento determinado, y que por su importancia y para efectos de control administrativo – contable se debe expresar en forma valorada y pormenorizada indicando su estructura, cantidad, costo, clase, naturaleza y cualidades etc.”*** p. 187

El inventario es, el mayor activo en el balance general, y los gastos por inventarios, son el gasto mayor en el estado de resultados.

➤ **Métodos de valoración de inventarios**

PEPS: Primeras en entrar, primeras en salir, significa que las primeras mercaderías en entrar deben ser las primeras en salir.

UEPS: últimas en entrar, primeras en salir, significa que las mercaderías que ingresan al último son las primeras que tienen que salir.

PROMEDIO PONDERADO: por este método se determina el valor promedio, es de fácil aplicación y permite obtener un valor adecuado del inventario.

2.9. PLAN DE CUENTAS

No existe un plan de cuentas estándar, para todas las empresas su estructura y formato depende de las necesidades de la empresa o de la actividad que desempeñan.

BRAVO M (2009) “Denominado catálogo de cuentas, es la enumeración de cuentas ordenadas sistemáticamente, aplicable a un negocio concreto, que proporciona los nombres y código de cada una de ellas.” Pág.23.

Toda persona que se dedique a una actividad comercial al iniciar su contabilidad debe estructurar un plan o catálogo de cuentas, para facilitar el manejo de las cuentas, mediante códigos de identificación.

➤ **Características:**

Es necesario que quien lo elabora se anticipe con el mayor número de cuentas y se ordene en grupos, dependiendo del servicio o actividad que desarrolle la empresa.

1. Activos Estado de situación o balance general
2. Pasivos

3. Patrimonio
4. Ingreso Estado de resultados o de pérdidas y ganancias.
5. Egresos

PLAN DE CUENTAS

1. Activo
 - 1.1 Disponibles
 - 1.1.1 Caja
 - 1.1.2 Bancos
 - 1.2 Exigibles
 - 1.2.1 Cuentas por cobrar
 - 1.2.2 Documentos por cobrar
 - 1.3 Realizables
 - 1.3.1 Inventario de mercadería
 - 1.4 Fijo o perdurable
 - 1.4.1 Terreno
 - 1.4.2 Bodega
 - 1.4.3 Edificio
 - 1.5 Diferido
 - 1.5.1 Gastos anticipados, seguros
 - 1.6 Otros activos
- 2 Pasivos
 - 2.1 Corrientes
 - 2.1.1 Cuentas por pagar proveedores
 - 2.1.2 Cuentas por pagar empleados
 - 2.1.3 Impuestos por pagar
 - 2.1.4 Provisiones

- 2.1.5 Otros pasivos
- 3 Patrimonio
 - 3.1 Reservas
 - 3.2 Resultados del período
- 4 Ingresos
 - 4.1 Ingresos operacionales
 - 4.2 Otros ingresos
- 5 Egresos
 - 5.1 Egresos operacionales
 - 5.2 Gastos administrativos
 - 5.2.1 Sueldos y salarios
 - 5.2.2 Gastos administrativos generales
 - 5.3 Gastos de ventas
 - 5.4 Gastos financieros

- **INFORMACIÓN CONTABLE:**

La información contable es un medio a través del cual el pequeño comerciante puede tomar decisiones, tomando como base los resultados de la actividad que desempeñan, para llegar a un fin el que su negocio continúe prosperando y siendo más productivo.

Según (MEIGS, R, 2000,) "Los costos, precios, volumen de ventas, utilidades y retorno sobre la inversión son medidas de contabilidad. Los inversionistas, acreedores, gerentes y otros agentes que tienen algún interés financiero en una empresa necesitan comprender claramente los términos y conceptos de contabilidad", pág. 3.

El propósito fundamental de la información financiera sobre una entidad económica, es proporcionar necesaria información financiera de una

empresa para ayudar en la planeación y el control de las actividades de las organizaciones.

- **CUALIDADES DE LA INFORMACIÓN CONTABLE:**

Para registrar correctamente la contabilidad y alcanzar la meta deseada se debe tener en cuenta los siguientes requisitos. Según menciona DÍAZ H (2001):

- “Comprensibilidad. La información contable debe ser de clara y fácil comprensión por sus usuarios internos y externos, que necesiten apoyarse en estos resultados.
- Utilidad. Para ser útil, la información debe ser relevante ante la necesidad de tomar decisiones, debe ser confiable, libre de errores y de sesgos para que los usuarios puedan confiar en que es la imagen fiel de los hechos o transacciones realizadas.
- Comparabilidad. La información debe proporcionarse y presentarse sobre bases uniformes que permitan comparar los resultados a lo largo del tiempo.” Pág. 6-7.

En si llevar correctamente los registros contables proporciona una información clara y verídica, los interesados en el manejo de su capital.

- **COSTO DE LA INFORMACIÓN CONTABLE**

Los pequeños comerciantes no tienen significativos movimientos económicos, por lo que su información permite prevenir futuras pérdidas, así como tomar decisiones oportunas sobre su actividad antes de una quiebra.

Menciona MEIGS, R, (2000,)”**Los sistemas contables deben ser efectivos en términos de costos, es decir, el valor de la**

información producida debe exceder el costo que producirla.”, Pág. 6.

Los negocios con actividades pequeñas y con información contable bien llevada, tiene mayor posibilidad de crecer y desarrollarse en el medio que busca incursionar.

- **FUNCIONES DE UN SISTEMA CONTABLE**

Durante la elaboración de la información contable se identifica los resultados de la operación para conocer las funciones básicas según establece MEIGS, R, (2000):

1. ***“Interpreta y registra los efectos de las transacciones de negocios***
2. ***Clasifica los efectos de transacciones similares de tal forma que permita la determinación de los diversos totales y subtotales de utilidad para la gerencia y utilizados en los informes de contabilidad.***
3. ***Resume y transmite la información contenida en el sistema a quienes toman decisiones”*** Pág. 7.

La información contable bien llevada garantiza tomar decisiones oportunas y a tiempo, y así utilizar de mejor manera el capital invertido.

2.10. RÉGIMEN TRIBUTARIO

La obligación tributaria como ordenamiento tiene base en la capacidad económica o de pago de los contribuyentes, que debe ser igual y general para todos sin ninguna distinción.

- **CULTURA TRIBUTARIA.**

Haciendo una reseña de los hechos históricos de nuestro país, se diría que con el General Rodríguez Lara, se dio un paso importante en materia tributaria por su propuesta de alcanzar objetivos básicos de que el sistema

impositivo de nuestro país sea equitativo y justo, lo que significaba que el aporte tributario estaba en relación con la capacidad económica de los contribuyentes.

- **RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO**

Dentro de la actividad del pequeño comercio, existe una obligación tributaria que toda persona que desarrolle una actividad debe cumplir con este pago **“El RISE es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país”**.
(www.sri.gov.ec)

- **Condiciones y requisitos que se debe cumplir para integrarse al RISE** (www.sri.gov.ec)

“Condiciones:

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia que no supere por este concepto los USD. 7850 al año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.”

“Requisitos:

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Presentar el último certificado de votación.
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses). “

- **DOCUMENTOS A EMITIR**

Los comerciantes que se acogen por ley a este régimen están obligados a emitir notas de venta o tique de máquina registradora autorizada por el SRI, dentro de los requisitos para llenar, no se desglosará el 12% del IVA, se registra la fecha de la transacción y el monto de la venta. Tiene la obligación de emitir comprobantes de venta por transacciones que superen los 4USD y cuando el comprador los solicite, estos documentos sustentan costos y gastos cuando identifican claramente al consumidor y detallan el bien o servicio transferido. Como lo establece el SRI que:

“Al final de las operaciones de cada día, se deberá emitir una nota de venta resumen por las transacciones realizadas por montos inferiores o iguales a US\$ 4,00 por lo que no se emitió un comprobante”.

Cada comerciante al finalizar su actividad o labor debe tener un registro detallado y minucioso que le permita cumplir con lo que establece la ley y sobretodo un respaldo de su trabajo diario que le servirá para tomar decisiones oportunas sobre su actividad.

- **BENEFICIOS QUE OFRECE EL RISE**

“a) No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y por la contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos.

b) Se evita que le hagan retenciones de impuestos.

c) Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta.

d) No tendrá obligación de llevar contabilidad.

e) Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, Ud. se podrá descontar un 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.” (www.sri.gov.ec)

2.11. CAPACITACIÓN

La capacitación debe ser un compromiso de superación y mejoramiento, para muchos de los problemas que presentan los pequeños comercios, uno de ellos es la falta de educación. Todo paso hacia el desarrollo tiene bases en una capacitación, la cual permite satisfacer necesidades presentes y futuras.

Según expresa GEORGE J, (2010); ***“Capacitar es enseñar a los miembros de la organización como desempeñar sus puestos actuales, y ayudarlos a adquirir los conocimientos y las aptitudes que necesitan para ser titulares eficientes”*** Pág. 438.

El objetivo de prestar una capacitación a los pequeños comerciantes es satisfacer las diferentes necesidades en función de una capacitación especializada para aportar con un adiestramiento que les permita ser productivos y competitivos.

Las empresas sin importar si son grandes, medianas o pequeños comerciantes, llegan a ser exitosas porque tienen líderes en todos los niveles. Lo que significa que los dueños o las personas que administran los negocios realizan una actividad de liderazgo que ocupan su tiempo en capacitarse y a su vez capacitar, para llegar a ser entes productivos.

- **CAPACITADOR**

Es la persona que realiza diferentes actividades como instructor, profesor, entrenador y preparador, de habilidades y conocimientos que mezcla para poder desarrollar su trabajo y a su vez transmitir sus ideas de una forma sencilla a sus capacitados

- **IMPORTANCIA**

Capacitar a los trabajadores surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente. Al capacitar a los trabajadores los convierten en entes productivos.

Dados los cambios y actualizaciones dentro de las empresas o negocios para ser competitivos, ya no existen puestos de trabajo estáticos. Cada empleado debe estar preparado para ocupar las funciones que requiera la empresa.

BETEMAN SNELL (2009) *“Ayuda a los gerentes y profesionistas a aprender las habilidades necesarias para sus trabajos presentes y Futuros”* Pág.372.

La principal responsabilidad de los gerentes o quien administre es adelantarse a los cambios previniendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada persona.

- **OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN**

Concretamente, la capacitación busca mejorar el desempeño de los trabajadores, según KOONTZ H. y WEIHRICH H.(2008):

1. “Un incremento de conocimientos
2. Desarrollo de actitudes que conduzcan a una buena administración.
3. Adquisición de habilidades.
4. Mejorar el desempeño administrativo.
5. El logro de objetivos de la empresa”.

Al buscar una capacitación, esta debe estar respaldada por objetivos previos que permitan visualizar qué es lo que se busca y para qué se contrata la capacitación, de esta manera se puede eliminar las debilidades existentes y potencializar las fortalezas.

- **CAPACITACIÓN EN EL TRABAJO**

Al desarrollar una actividad dentro de la empresa, para aumentar la eficiencia del trabajador es necesario una capacitación y actualización, que incida en resultados positivos en su desempeño.

Menciona en su libro SILICEO A, (s.f.e); ***“Entendida como aquellas actividades que, directamente relacionadas con el trabajo cotidiano, pueden ser concebidas en forma sistemática y transformada en un entrenamiento permanente.*** Pág. 26-27

Capacitar en muchos casos es considerado como un gasto innecesario e inútil, pero al concientizar de su verdadero valor e importancia se convierte en una inversión que a futuro le representa un mejor rendimiento, ya que

aprovecha todo lo que le rodea pero sobre todo tiene una mejor visión y perspectiva del trabajo que desarrolla.

- **PROCESO LÓGICO DE LA FUNCIÓN DE CAPACITACIÓN**

Expresa en su libro *Capacitación y Desarrollo de personal* SILICEO A, (s.f.e) que para tener éxito en la capacitación se debe identificar previamente las etapas a seguir:

“1) Investigación para determinar la necesidades reales que existan o que deban satisfacerse a corto, mediano y largo plazo; Previsión.

2) Una vez señaladas las necesidades que han de satisfacerse, fijar los objetivos que deban lograr; Planeación.

3) Definir qué contenido de educación son necesarios, es decir, qué temas, qué materias y áreas deben ser cubiertas en los cursos.

4) Señalar la forma y método de instrucción adhoc para el curso.

5) Una vez determinado el contenido, forma y realizado el curso, se deberá evaluar.

6) El seguimiento o continuación de la capacitación”
Pág.33.

- **IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN**

Es difícil identificar en su totalidad las necesidades de los pequeños comerciantes para capacitarlos, es prioritario identificar las necesidades presentes a corto, mediano y largo plazo para prestar un servicio satisfactorio, que cumpla con las expectativas de los consumidores.

Expresa en su libro *Capacitación y Desarrollo de Personal* SILICEO A, (s.f.e) **“Especialmente, la empresa desea que solo se imparta capacitación en la medida y dosis necesarias en cada caso. Esta actitud, si bien es justa al limitar función y, por tanto, ceñir su presupuesto y no gastar inútilmente en cursos superfluos e innecesarios, debe ser**

norma de trabajo del instructor, especialmente de aquel que sea directamente responsable ante la empresa”. pág.34

De tal manera que mejorar la productividad de una empresa, se logra capacitando al personal de una forma práctica y que a futuro sea eficiente en su trabajo y efectivo en la obtención de resultados

2.12. LA EMPRESA

REY J (2009) ***“Una empresa es una entidad económica de producción, en ella se da la combinación de una serie de factores (materiales, maquinaria, personal, etc.) que son necesarios para obtener productos que luego se venden en un mercado”*** Pág. 5.

En una entidad que se compone de diversos recursos entre ellos capital y trabajo, dedica sus actividades a la producción, comercialización y venta de servicios, para satisfacer las necesidades de sus consumidores.

- **Empresa privada**

Los individuos que crean una empresa privada buscan la obtención de altos beneficios lucrativo

REY J (2009) ***“Es aquella cuya propiedad está repartida entre particulares”*** Pág. 7.

Es un segmento de la economía que no pertenece al Estado, se refiere a una empresa que se forma con capital individual, asume todos los riesgos de la actividad económica, aunque estos se reducen gracias a subvenciones públicas y otras ayudas del Gobierno.

- **Empresa pública**

Entidad con personería jurídica, constituida con capital estatal en forma total o mixta, cuya finalidad es la realización de actividades productivas.

REY J (2009) ***“Es aquella cuya propiedad pertenece al Estado”*** Pág. 7.

Busca solventar el interés general de la colectividad a la que pertenece, el proceso de toma de decisiones de la empresa pública se basa en el poder de iniciativa que parte del Estado, que lo ejerce estableciendo sus objetivos y controlando su actividad.

2.13. LA MICROEMPRESA

El trabajador autónomo es el modelo que eligen los emprendedores para intentar alcanzar sus metas y objetivos.

Menciona MARTINEZ P, (s.f.e) que la microempresa es una ***“Unidad de producción de mercancías o servicios de carácter familiar que se caracteriza por su pequeña dimensión, relativa sencillez de la tecnología que utilizan escasa organización y división del trabajo, baja productividad, ausencia de crédito y por la forma artesanal con que realizan el proceso productivo, su crecimiento es lento, y sus utilidades se destinan principalmente a satisfacer las necesidades básicas de los propietarios”*** Pág. 215.

Se debe a que se cuenta con limitado financiamiento para empezar los proyectos empresariales.

- **TIPOS DE MICROEMPRESAS**

La clasificación de las microempresas varía según su razón social o actividad que desarrollan, así tenemos:

➤ **Microempresa de producción**

En estos negocios se produce una transformación de la materia prima, en artículos terminados que posteriormente serán distribuidos al público, ejemplo: empresas textiles, panaderías etc.

➤ **Microempresa comercial**

La actividad que desarrolla es la compra venta de artículos, el precio de comercialización debe permitir al mayorista solventar los gastos operativos y obtener a su vez un margen de ganancia ejemplo: tiendas, basares, etc.

➤ **Microempresa de servicios**

Brinda atención directa al cliente y así satisfacer sus necesidades inmediatas ejemplo: servicios médicos, etc.

• **TIPO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**

- **Negocios de un solo propietario.** Son negocios conformados por una sola persona, el dueño su principal característica es que son pequeños.
- **Sociedades de personas (colectivas, limitadas, en comandita).** Su estructura es similar a los negocios de un solo propietario, con la diferencia de que existen dos o más socios, se establecen mediante escritura pública debidamente notariada.
- **Sociedades de capital (anónimas).** Son de propiedad de muchos dueños quienes aportan con su capital y su trabajo, la característica principal es que emiten acciones.

- **ANTECEDENTES DE LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR**

En el transcurso de la historia ecuatoriana la producción artesanal ha tenido un desarrollo notable por su aporte a la economía nacional, creando fuentes de trabajo y así permitiendo una forma de sustento familiar, dentro de los productos que se elaboran encontramos paños, sombreros y otros artículos tejidos que son cotizados dentro y fuera de nuestro país.

La producción industrial en el siglo XIX tuvo su mayor auge, existiendo una disminución en las importaciones y fomentando el uso de nuestra mano de obra para dejar de ser un país que solo vende materia prima, buscando una nueva alternativa de transformarla en artículos terminados.

La microempresa tradicional según MONTEROS E; (2004) tiene las siguientes características:

- ***“Poquísimo Capital***
- ***Utilización intensiva de mano de obra***
- ***Baja productividad***
- ***Inaccesibilidad al crédito en el sistema financiero formal***
- ***Mínima capacidad de ahorro***
- ***Ausencia de gestión empresarial***
- ***Mínima utilización de tecnología y nuevos conocimientos que impiden tener valor agregado”***. Pág. 18

- **CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA EN IMBABURA**

- Los pequeños negocios son de un solo propietario o se encuentran integrados por los núcleos familiares.
- La experiencia con la que administran los propietarios es escasa o empírica.
- Tienen debilidades en administración, ventas y financiamiento.

- Los productos son competitivos en el mercado en que se desarrollan.

- **CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS EN IMBABURA**

Según establece MONTEROS E (2004) en Imbabura las microempresas se clasifican de acuerdo a su actividad.

- a) “ALIMENTICIO AGROINDUSTRIAL. Actividad dedicada a la elaboración y prestación de servicios ejemplo: restaurantes y cafeterías.
- b) ARTESANALES. Elaboración de artesanías y vestidos folklóricos.
- c) PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CUERO Y CALZADO. Este sector es el que más invierte en maquinaria y tecnología ya que transforma la materia prima en artículos terminados.
- d) METALMECÁNICA. Se dedica a la transformación de hierro y otros artículos destinados a la construcción.
- e) TEXTILES Y CONFECCIONES. Otavalo y Atuntaqui son sectores predominantes en esta actividad, y el reconocimiento por la calidad de sus productos es dentro y fuera de nuestro país.
- f) GRÁFICAS E IMPRESIONES. Dentro de este grupo encontramos las imprentas y el internet que actualmente son negocios que se han proliferado por su demanda.
- g) DE LA CONSTRUCCIÓN. Producción y comercialización de materiales para la construcción.

- h) MADERERO FORESTAL. Distribución de maderas de alta calidad para artículos artesanales.

- i) SERVICIOS TECNICOS Y ARTESANALES. Dentro de esta clasificación encontramos a diferentes tipos de profesionales.” Pág. 29

En la ciudad de Ibarra la actividad económica del pequeño comercio es la principal fuente de empleo y desarrollo sustentable. Ya que la ciudad se ha constituido en el punto de encuentro de propios y extraños que realizan actividades comerciales de diferente índole.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado pretende demostrar la viabilidad de prestar servicios de asesoría, capacitación contable, tributaria y diseños de planificación para crear microempresas, para el sector microempresarial de la ciudad de Ibarra, tomando en cuenta la situación actual de la ciudad; el prestar un servicio de asesoría y capacitación a una empresa o a un pequeño negocio para que tenga una actividad económica estable le permite acceder a mejores oportunidades y esto se verá reflejado en la ampliación de sus horizontes comerciales.

En los últimos tiempos, en la ciudad se han aperturado varios centros que prestan este servicio, que tienen como público objetivo a las empresas grandes, medianas y prestan poca atención a los pequeños negocios, el centro de asesoría que se pretende implementar busca como público específico a los pequeños negocios que son quienes necesitan ayuda para continuar en el mercado y a futuro poder incrementar su actividad.

Con esta investigación se busca obtener conocimientos de la demanda del mercado, para identificar preferencias, categorías con respecto al servicio que se requiere contratar y así captar su atención, tomando como base los resultados que se obtengan, se podrá mejorar el servicio e identificar claramente las necesidades del mercado para ser satisfechas, aspiraciones y expectativas que tiene el sector microempresarial de la ciudad de Ibarra, que serían los potenciales clientes dando cumplimiento el objetivo de este estudio.

Para la investigación de campo se levantaron 356 encuestas de una población de 4925 comerciantes registrados en la ciudad de Ibarra.

3.1. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO DIRIGIDA A LOS MICROEMPRESARIOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

Pregunta N°8 (Oferta)

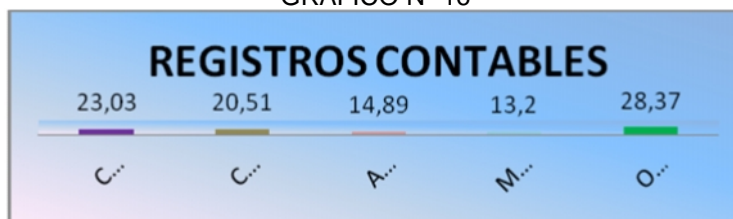
¿DE LLEVAR LA CONTABILIDAD QUIÉN LE DA REGISTRANDO?

CUADRO N° 16

VARIABLE	F	%
Contador Bachiller	82	23,03
Contador Público	73	20,51
Administrador de Empresas	53	14,89
Mercadólogo	47	13,20
Otros	101	28,37
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 16



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

El presente estudio de investigación realizado en la ciudad de Ibarra con una población de 4925 pequeños comercios, demuestra que la contabilidad de los negocios es llevada por personas ajenas al campo contable en un 28.37%, seguida por contadores bachilleres que representan el 23.06% y finalmente encontramos un 20.51% que representan a los contadores públicos y 14.83% administradores que llevan la contabilidad. En conclusión,

el registro contable de los pequeños comercios tiene la falencia de que no son administrados por profesionales de la rama contable.

Pregunta N°12 (Demanda)

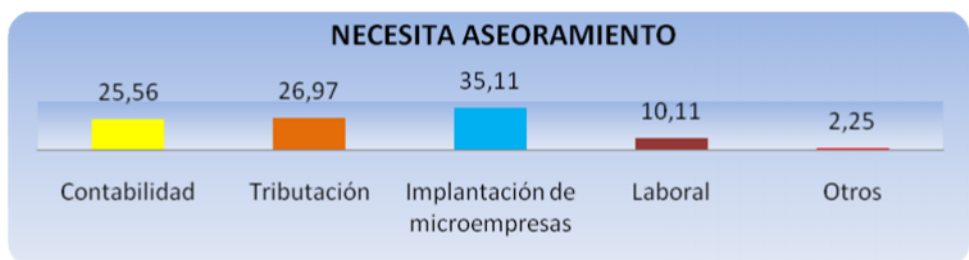
¿NECESITA USTED ASESORAMIENTO EN?

CUADRO N° 17

VARIABLE	F	%
Contabilidad	91	25,56
Tributación	96	26,97
Implantación de microempresas	125	35,11
Laboral	36	10,11
Otros	8	2,25
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
 ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 17



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
 ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

Luego de la investigación de campo, en la tabulación de resultados se observa que de la población analizada de 4925 negocios en la ciudad de Ibarra el 35.11%, manifiesta la necesidad de asesoramiento en la implantación de microempresas, seguido de un 26.97% que demanda la necesidad de asesoramiento en tributación, y un 25.56% en contabilidad. En conclusión, los parámetros analizados demandan una asesoría.

Pregunta N°13 (Precio)

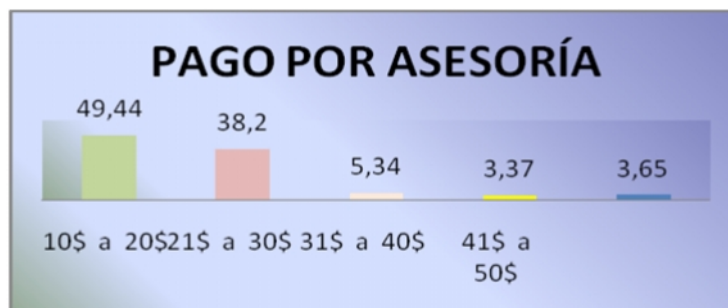
¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UNA ASESORÍA?

CUADRO N° 18

VARIABLE	F	%
10\$ a 20\$	176	49,44
21\$ a 30\$	136	38,20
31\$ a 40\$	19	5,34
41\$ a 50\$	12	3,37
Más de 51\$ dólares	13	3,65
TOTAL	356	100,00

FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

GRÁFICO N° 18



FUENTE: Pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: La Autora MAYO 2010.

INTERPRETACIÓN:

La condición socioeconómica de los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra que son una población de 4925, hace que se inclinen en un 49.44% por el pago de una asesoría de 10 a 20 dólares; seguido de comerciantes que representan el 38.20% con el deseo de pagar por un asesoría de 21 a 30 dólares; aunque también existen negocios que representan un porcentaje menor pero que están dispuestos a pagar cantidades mayores a las establecidas por la mayoría, dependiendo de la capacitación y los resultados que obtengan.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El estudio de mercado que se desarrolla tiene como fin el prestar:

- Servicios contables
- Tributación
- Planificación y gestión de emprendimientos

Para ello se prestará un servicio personalizado dependiendo de la actividad, el precio será establecido de acuerdo al número de días, los servicios que requieran respaldo tributario o de otra rama profesional se contratará personal de apoyo, para solucionar de la forma más conveniente los requerimiento del cliente.

El servicio que se pretende ofertar a las pequeñas empresas será en base a los requerimientos del cliente que pueden ser: igualar la contabilidad, registro de facturas, pago de impuestos, registro de inventarios, entre otros

Todos los negocios sin importar el tamaño ni actividad que desarrollen en el campo económico, tienen la necesidad de pagar impuestos de acuerdo a lo que establece la Ley, por lo tanto se ofertará un servicio integral de registro y pago de impuestos, mediación tributaria, declaraciones patrimoniales y demás requerimientos del cliente.

Para iniciar un negocio es necesario realizar un estudio detallado de cómo y cuándo emprender en una actividad, el servicio a ofertarse desarrollará proyectos de emprendimientos, que servirán de apoyo a los clientes para invertir su dinero y no tener una quiebra evidente por mala planeación.

CUADRO N° 19
PORTAFOLIO DE SERVICIOS A OFERTAR

Declaraciones de IVA, retención en la fuente, impuesto a la renta, impuesto a las herencias en formularios o por internet	Este servicio se prestará de forma personal o por internet dependiendo de la necesidad del negocio cliente
Devoluciones de IVA o impuesto a la renta	Se acudiría directamente al SRI para realizar este trámite en caso de ser necesario.
Anexos en relación de dependencia, gastos personales, declaración patrimonial, entre otros	Prestación del servicio Personalizado y al instante, solicitando al cliente todos los documentos necesario para respaldar la información a declarar.
Trámites en el servicio de rentas internas	Servicio personal y en caso de requerir algún otro tipo de asesoría ejemplo legal se contratará personal de apoyo.
Inicio de contabilidad	Registro de todo tipo de información económica que permita tener registros oportunos y claros.
Manejo de historia laboral del IESS, Fondos de reserva, préstamos hipotecarios, entre otros	Se realizarán todos los trámites apegados a la ley.
Impuestos municipales	Pagos personalizados
Asesoría y constitución de compañías	Asesoría personalizada en emprendimientos.
Elaboración y análisis de estados financieros.	De acuerdo a la información que proporcione el cliente se realizarán los estados de acuerdo a lo que establecen las normas y leyes contables.
Realización de plantillas del IESS y trámite respectivo.	Se trabajará de acuerdo a lo que establece la ley, y los trámites serán personalizados.
Consultoría para el diseño de la planificación estratégica de su empresa o negocio.	Se realizará un estudio de mercado previo a la implantación de cualquier negocio o lanzamiento de algún producto.

Elaborado por: La Autora

3.3. Mercado meta

El mercado meta al cual va dirigido los servicios, al inicio es al sector microempresarial de la ciudad de Ibarra, a medida que se gane prestigio a futuro se captará nuevos segmentos de mercado.

Con los servicios a ofertar se busca satisfacer las necesidades de los microempresarios de la ciudad de Ibarra.

3.4. Identificación de la demanda

Para identificar la demanda se ha tomado como base, datos proporcionados por el Ilustre Municipio del cantón de Ibarra, donde están registradas legalmente 4925 unidades productivas, que han sido tomadas en cuenta como mercado meta al cual va dirigido el servicio.

Dentro del estudio de campo se aplicó una encuesta en la que se recogió la siguiente información:

CUADRO N° 20
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

VARIABLE	%	TOTAL DEMANDA
Contabilidad	25,56	1259
Tributación	26,97	1328
Implantación de microempresas	35,11	1729
Laboral	10,11	498
Otros	2,25	111
TOTAL	100,00	4925

Elaborado por: La Autora

3.4.1. DEMANDA HISTÓRICA

La demanda histórica se obtuvo de la información proporcionada por el Departamento de Patentes de la Municipalidad, donde se puede identificar el

número de empresas creadas durante los años 2005 al 2010, a continuación un cuadro ilustrativo:

CUADRO N° 21
DEMANDA HISTÓRICA

AÑOS	Nº DE EMPRESAS	$IC = \frac{Dp}{Dh} - 1$
2005	282	
2006	233	-0,17
2007	310	0,33
2008	351	0,13
2009	398	0,13
2010	440	0,11
ÍNDICE DE CRECIMIENTO PROMEDIO=		11%

Fuente: Municipio del Cantón de Ibarra

Elaborado por: La Autora

Con estos datos se determinó el índice de crecimiento empresarial en la ciudad de Ibarra, aplicando la siguiente fórmula:

$$IC = \frac{Dp}{Dh} - 1$$

Donde:

IC= índice de crecimiento,

Dp: demanda presente

Dh: demanda histórica

Para obtener el índice de crecimiento promedio se procede dividiendo el año actual para el año base, procedimiento que permite conocer el nivel de crecimiento microempresarial de la ciudad de Ibarra.

3.4.2. DEMANDA ACTUAL

Es el número de microempresas que existen actualmente en nuestro medio, que se la puede considerar como demanda potencial que necesita de los servicios, que el proyecto propone, siendo 542 microempresas en el año 2010.

CUADRO N° 22
DEMANDA ACTUAL

AÑO	N° EMPRESAS
2010	542

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: La Autora

❖ PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para analizar la demanda potencial en el futuro, se procedió a aplicar el índice de crecimiento de las microempresas de la ciudad de Ibarra que es del 11%.

Tomando como base el número de empresas del año 2010 se aplicó el factor de crecimiento exponencial del 1,11 para proyectar cinco años, tiempo considerado como horizonte de vida del proyecto el cual permite realizar un estudio conservador utilizando escenarios consistentes.

CUADRO N° 23
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	N° EMPRESAS
1	599
2	663
3	733
4	810
5	896

Elaborado por: La Autora

3.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para realizar el análisis de la oferta se tomó como base todas las empresas que prestan un servicio de asesoramiento en contabilidad, tributación y microempresas, para ello se ha identificado del listado proporcionado por el Municipio del Cantón de Ibarra, contrastando con la información recopilada mediante observación directa, las que notifican en su razón social el prestar este servicio, vale aclarar que no son las únicas, ya que existen personas que independientemente o adicional a otro negocio prestan este servicio.

CUADRO N° 24
ANÁLISIS DE OFERTA

REPRESENTANTE LEGAL	RAZÓN SOCIAL
BARRERA RECALDE JEFFERSON RAMIRO	ASESORAMIENTO CONTABLE
CHACÓN Y DE LA PORTILLA CIA.LTDA.	AUDITORES ASOCIADOS
CUPUERAN QUESPAZ BLANCA NIEVES	ASESORAMIENTO CONTABLE
HERRERÍA GALINDO MARÍA NOEMÍ	ASECONTRI ASESORÍA CONTABLE
MORENO GUAMÁN DIEGO RAMIRO	ASESORÍA CONTABLE
QUELAL LOPEZ GUADALUPE MARGARITA	ASESORAMIENTO
VIRACOCCHA GUACOLLANTES DORA	CONTA AGIL
DANIEL MANZO	ASECONT
CRISTINA REVELO	CONTA & COM
MAURICIO CAICEDO	SERBIPROFESEX Y COAFIC S.C.

Fuente: Municipio del Cantón Ibarra

Elaborado: La Autora.

Se puede observar que actualmente existen diez empresas dedicadas a brindar servicios casi similares a los propuestos por el proyecto.

❖ OFERTA ACTUAL

En cuestión de la oferta es complicado conseguir el número exacto de clientes fijos que tienen dentro de su portafolio de trabajo, ya que este dato es confidencial de acuerdo a las políticas de cada negocio, el número de empresas que se detalla es un estimado de acuerdo a las entrevistas

realizadas a la competencia, las mismas manifiestan tener una cartera de clientes que varía entre 19 y 26 clientes, esto depende del prestigio y posición en el mercado que posee cada empresa.

CUADRO N° 25
OFERTA ACTUAL

N° OFERTANTES DEL SERVICIO	N° EMPRESAS CAPTADAS
ASESORAMIENTO CONTABLE	19
AUDITORES ASOCIADOS	32
ASESORAMIENTO CONTABLE	21
ASECONTRI ASESORIA CONTABLE	20
ASESORIA CONTABLES	18
ASESORAMIENTO	18
CONTA AGIL	17
ASECONT	24
CONTA & COM	15
SERBIPROFESEX Y COAFIC S.C.	26
TOTAL	210

Fuente: Municipio del Cantón Ibarra

Elaborado por: Autora

Tomando como base el cuadro anterior se determina que en el año 2010 la competencia tiene captado la demanda potencial a 210 empresas como clientes fijos, cabe anotar que también realizan trabajos eventuales.

3.6. BALANCE DEMANDA VS OFERTA

En este punto se realizó un contraste entre demanda y oferta, la misma que determinara la demanda insatisfecha, que para el proyecto significa una oportunidad en el mercado de demandantes que desean contratar servicios de contabilidad, tributación y microempresas.

CUADRO N° 26
BALANCE DEMANDA VS OFERTA

DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
599	232	367
662	232	430
732	232	500
810	232	578
895	232	663

Elaborado por: La Autora

Partiendo del cuadro anterior se puede afirmar que existen 367 empresas que desean contratar los servicios propuestos por el proyecto.

3.7. PRONÓSTICO DE VENTAS

Para plantear el pronóstico de ventas de la futura microempresa a gestionarse en la ciudad de Ibarra, se manejó criterios conservadores, basados en las capacidades operativas y administrativas del negocio. Con este antecedente, para iniciar el funcionamiento se plantea captar el 30% de la demanda potencial a satisfacer (demanda insatisfecha) del primer año de análisis del balance oferta y demanda, con un crecimiento gradual del 10% cada año, este crecimiento se basa en un objetivo estratégico interno de la microempresa

CUADRO N° 27
PRONÓSTICO DE VENTAS

Demanda a captar	30%	
Crecimiento	10%	1,1

AÑO	DEMANDA A CUBRIR
1	110
2	121
3	133
4	147
5	161

Elaborado por: La Autora

De ahí que en el primer año de operaciones de la microempresa se captará 110 empresas, para el 5to año a 161 empresas, lo que representa una participación significativa en el mercado.

3.8. ANÁLISIS DE PRECIOS

Para el análisis de precios se realizó una indagación en varios centros, donde se llegó a establecer que el precio de los servicios depende del tipo de servicio, la cobertura, tipo de empresa, tiempo entre otros, razón por la cual, en la ciudad de Ibarra no existen precios estandarizados.

CUADRO N° 28
ANÁLISIS DE PRECIOS

ACTIVIDAD	PRECIOS		
Declaraciones IVA	5,00	a	60
Declaraciones IR	5,00	a	60
Declaraciones ICE	5,00	a	100
Impuestos de la propiedad	5,00	a	90
Contabilidad Almacenes	30,00	a	80

Elaborado: La autora

3.9. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Después de analizar la demanda de los últimos cinco años se concluye que existe un constante crecimiento del sector en un 11%, lo que representa 542 microempresas en el año 2010, las mismas que son fuentes de trabajo y tienen una administración de corte familiar.
- Con el análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda y la oferta se estableció que existe una demanda insatisfecha significativa en el 2011 de 367 microempresas que necesitan de asesoramiento.
- De acuerdo al estudio comparativo entre oferta y demanda, se pudo determinar que al implantar el centro de asesoría y capacitación contable si existen microempresas que no se encuentran dentro del portafolio de clientes de la competencia, por tanto si existe un mercado en el cual incursionar.
- Mediante la investigación de campo se determina que los precios para este tipo de servicios en la ciudad de Ibarra no se encuentran estandarizados debido a los siguiente factores: cobertura, tiempo, tipo de servicio entre los más importantes
- Como conclusión general se determinar la factibilidad de ser implementada la microempresa con lo que respecta a mercado, en los siguientes capítulos se establecerá si existe o no la factibilidad técnica y financiera.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4. PRESENTACIÓN

El estudio técnico busca comprobar la posibilidad técnica de brindar un servicio como también determinar el tamaño óptimo, la localización, los equipos, instalaciones y requerimientos necesarios para brindar un servicio eficiente.

Al desarrollar este capítulo se pretende contestar varias interrogantes que influyen para brindar el servicio en las mejores condiciones, como son:

¿Dónde? brindar el servicio, ¿Cuándo? empezar a brindar el servicio, ¿Cuánto? se necesitara para empezar, ¿Cómo? y con qué recursos se contará.

4.2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Para poder determinar la ubicación estratégica del proyecto se analizó la macro y microlocalización.

❖ Macrolocalización

La ubicación macro del proyecto será la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad de Ibarra, que tiene una posición estratégica, en la provincia de Imbabura ya que se encuentra ubicada en la zona norte de Ecuador, a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es templado seco. Su temperatura media es de aproximadamente 16° Celsius, razón por

la cual es el eje del comercio, por su fácil traslado a los demás cantones que en muchos casos son los proveedores, tanto de mercancías , mano de obra y materias primas necesarias para desarrollar diversas actividades comerciales.

A continuación se indica la ubicación geográfica del proyecto

ILUSTRACIÓN N°1 : MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Internet

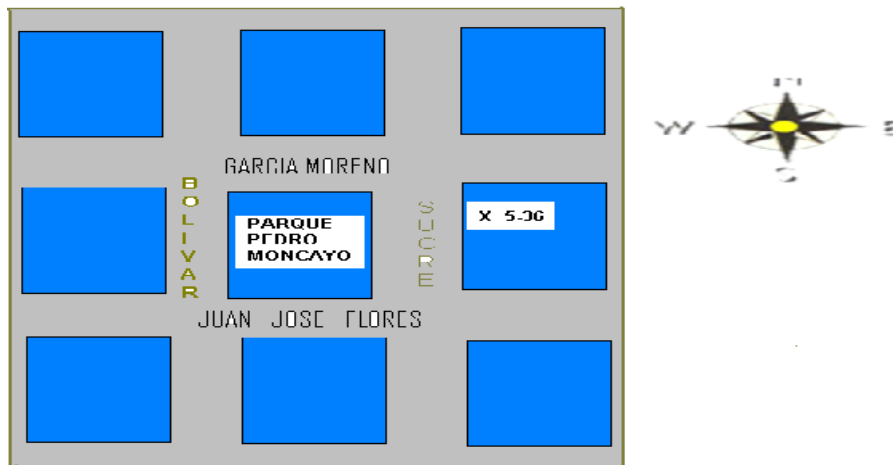
Elaborado por: La Autora

❖ **Microlocalización**

El lugar para implantar el Centro de asesoramiento motivo de esta investigación, se escogerá tomando en cuenta su ubicación, fácil acceso de los clientes, mayor afluencia de comerciantes, traslado oportuno de los profesionales que prestarán el servicio, como también hacia las instituciones con las que se necesiten realizar trámites.

El ACTYM estará ubicado en la médula comercial de la ciudad de Ibarra, específicamente en la calle Sucre y García Moreno 5-36, en la planta baja, frente al parque Pedro Moncayo.

ILUSTRACIÓN Nº 2: CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA OFICINA



Elaborado por: La Autora

4.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

Es de fundamental importancia el establecer anticipadamente el tamaño del estudio ya que se identificarán claramente las necesidades y se buscará la forma más eficaz de satisfacerlas, para distribuir los recursos de forma equitativa, es decir el costo y puesta en marcha del negocio.

Mercado meta

Para determinar el mercado al cual estará dirigido el servicio, se establece con anticipación la demanda, principalmente la demanda insatisfecha que representa el público objetivo, que no ha sido captado por la competencia y al cual se busca atraer, con propuestas novedosas y aun precio justo y accesible.

Tecnología:

Dentro de este análisis, se debe tomar en consideración el software es decir los programas de contabilidad como son Mónica, Tini, Koynor entre otros, que se adapte a las necesidades y actividad que oferte el negocio, así como brindar una capacitación personalizada en el manejo adecuado, para cumplir con los requerimientos del cliente.

El financiamiento

Para llevar a cabo el proyecto será inversión propia de la autora del 30%, y a través del financiamiento el 70%.

Talento humano

Dentro del talento humano que laborará en el Centro de Asesoría se buscará mano de obra capacitada y calificada, para cumplir con eficiencia los requerimientos del cliente.

4.4. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

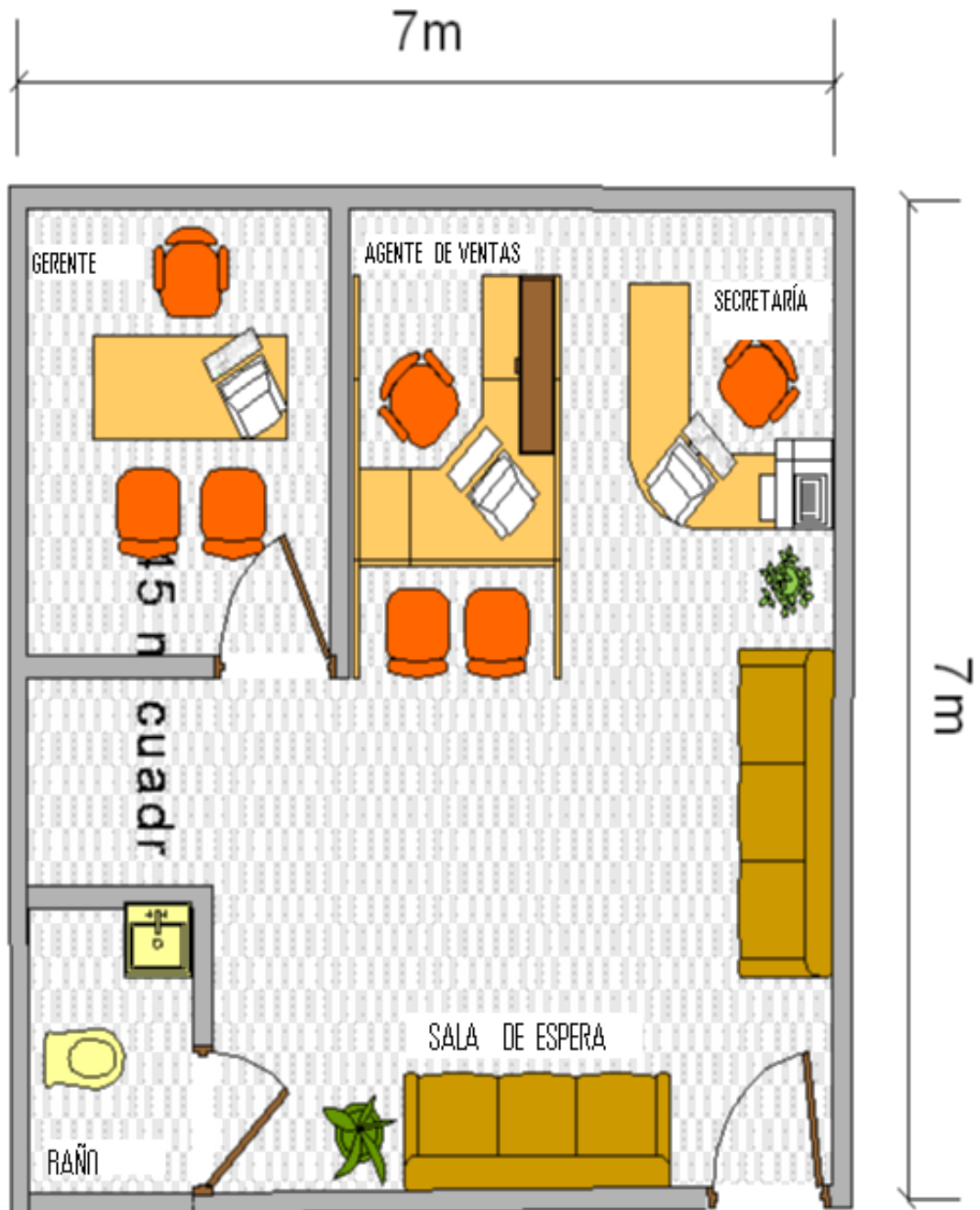
Tomando en cuenta la demanda y el tipo de servicios que ofertará la microempresa se ha determinado las siguientes dependencias:

CUADRO N° 29

DISTRIBUCIÓN	m ²
Gerencia	9
Ventas	9
Secretaría	7
Recepción	15
Baño	5
Total	45

Elaborado por: La Autora

❖ DISEÑO DE INSTALACIONES

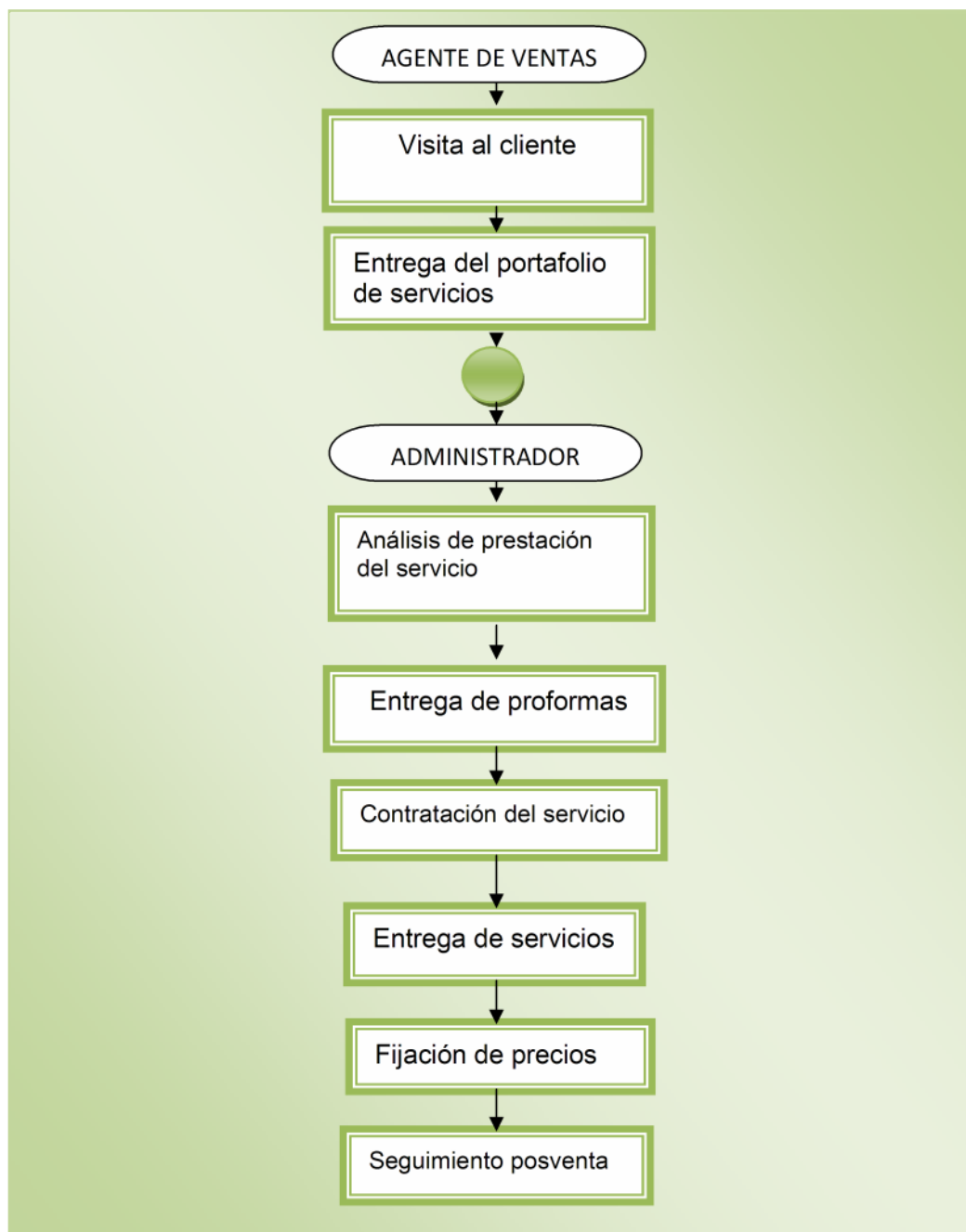


Elaborado por: La Autora

4.5. PROCESO DEL SERVICIO

❖ Diagrama de procesos

Cuadro Nº 30











Elaborado por: La Autora

❖ **Flujograma de procesos**

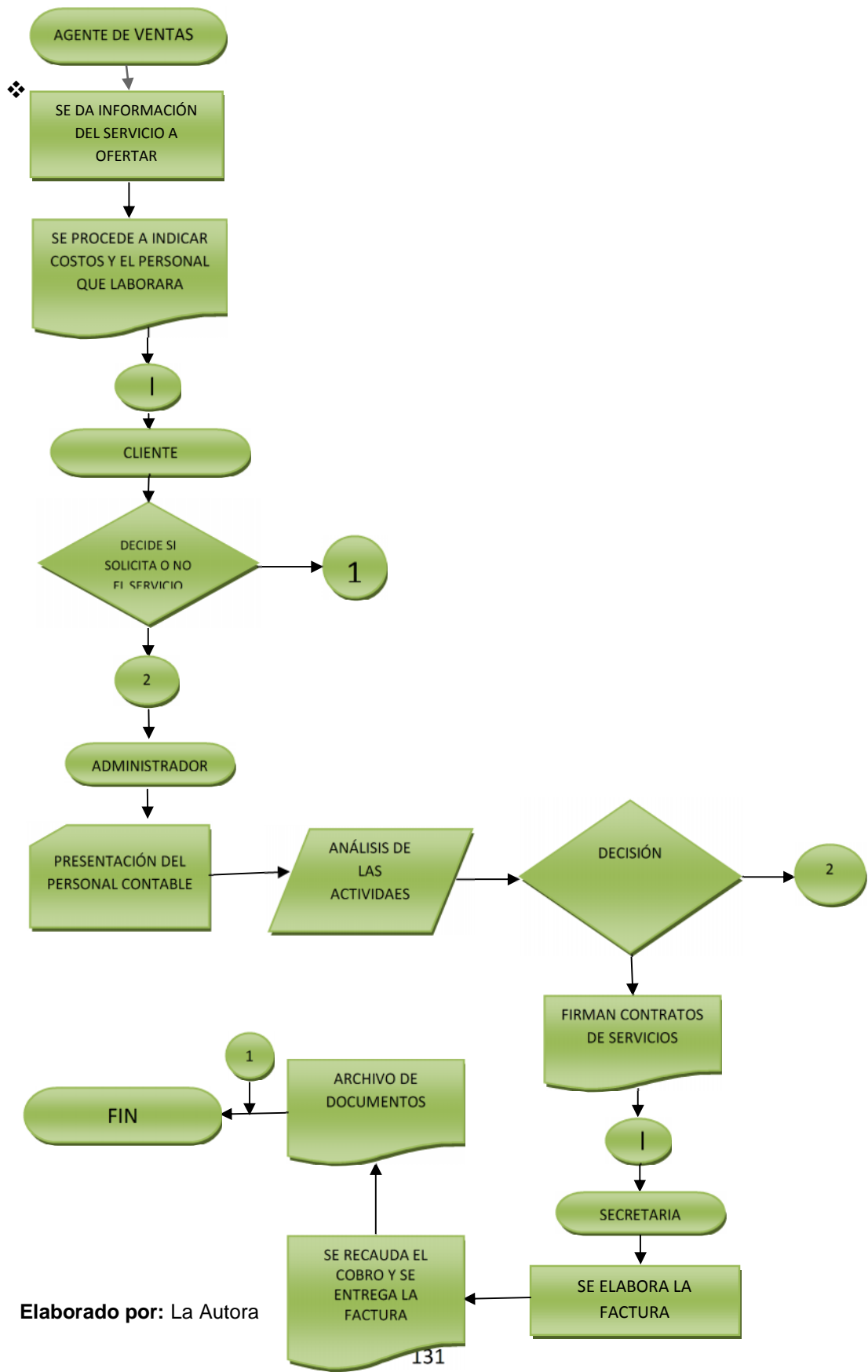
Cuadro N° 31

Simbología para flujogramas

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	<p>Inicio o finalización</p>
	<p>Alternativa de decisión</p>
	<p>Documento o archivo</p>
	<p>Procedimientos</p>
	<p>Base de datos</p>
	<p>Conector dentro de página</p>

	Verificación
	Conexión de procesos

Elaborado por: La Autora



4.6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Para el funcionamiento de la oficina de Asesoría y Capacitación Contable, tributaria y de microempresas, se contará con una estructura administrativa y funcional simple, ya que al iniciar sus actividades dentro del medio en el cual busca desarrollarse contará con tres personas para comenzar y por lo tanto tendrán pocas funciones pero grandes obligaciones, conforme crezca el negocio cada función se irá modificando y cambiando.

❖ Análisis administrativo de la microempresa

➤ Nombre de la microempresa

El nombre escogido para el centro de asesoramiento y capacitación contable es ACTYM, significa Asesoría Contable, Tributaria y de Microempresas, es una identificación corta, clara y fácil de recordar, con el cual se espera llegar a tener un alto reconocimiento y prestigio en el medio.

➤ Misión

El centro de asesoría tiene por misión:

Contribuir en el desarrollo del sector microcomercial, combinando conocimientos, experiencias y recursos para prestar servicios de contabilidad, tributación en el cambiante mundo de los negocios, a demás ser guía para brindar apoyo a emprendedores.

➤ Visión

Ser reconocidos en un período de tres años como el mejor centro de asesoría que brinda un servicio de calidad, frente a los problemas económicos, entregar soluciones y asesoramiento al sector microempresaria local y regional.

➤ **Objetivos**

- Brindar un servicio de calidad en el área de contabilidad, tributación, con el objetivo de llegar a una solución acorde a la complejidad de las necesidades de nuestros clientes.
- Ofertar un servicio con precios accesibles a los clientes, y de acuerdo al tamaño del negocio.
- Captar el mayor número de microempresas, para tener un reconocimiento en el mercado.
- Ofrecer soluciones eficaces a las necesidades de nuestros clientes y buscar alternativas que permitan mejorar las áreas de impacto.
- Crecer de la mano de nuestros clientes en la expansión y desarrollo a través de la toma de decisiones adecuadas que permitan alcanzar reconocimiento en el medio.

➤ **Políticas**

- Los profesionales encargados de la administración del centro, deberán realizar un trabajo personalizado.
- Después de prestar el servicio se debe hacer un seguimiento de si satisfizo las necesidades y requerimientos del cliente
- Contratar personal calificado como apoyo para solucionar las necesidades que requiera el cliente.

➤ **Principios**

Los principios o normas son ejes directrices de la conducta humana.

- Justicia

Dentro de la prestación del servicio se trabajará de una forma ética, y equitativa para cumplir fielmente los requerimientos del cliente, dentro de lo que establece el marco legal de la profesión.

- Decisión

Tener una actitud de profesionalismo siempre positiva, ante las dificultades que se pudieran presentar, y se busque diferentes alternativas para beneficiar al cliente, que garanticen un bajo costo.

- Puntualidad

La mejor forma de representar este valor es mostrar respeto, a todas las personas dentro y fuera del trabajo, esto se refleja al presentar a tiempo el trabajo encomendado.

➤ **Valores**

Los valores son todas las acciones positivas en bien de los demás.

- Calidad

Entregar un buen servicio a los clientes, personalizado y a un buen precio, que satisfaga todas sus expectativas.

- Profesionalismo

Actuar en todos los actos laborales dentro y fuera de la empresa de forma correcta, para así cumplir con eficiencia con las labores encomendadas.

- Compromiso

Prestar total atención y profesionalismo, para cumplir con las actividades, comunicación permanente entre el cliente y las personas dentro de la empresa.

- Honestidad

Realizar el trabajo dentro y fuera de la empresa con total transparencia

.

- Eficiencia

Dentro del diario vivir se presentan diferentes cambios, a los cuales todas las personas que trabajan dentro de la empresa deben encontrarse abiertas al cambio y adaptación al mismo, actualización de conocimientos que a futuro representarán resultados positivos en su trabajo.

➤ **Estructura organizativa**

Es la representación jerárquica de la estructura organizativa de una microempresa, a través de un esquema de las áreas que lo integran, jerarquía y líneas de autoridad y asesoría.

Niveles administrativos:

Nivel ejecutivo:

Se encuentra conformado por el administrador de la oficina, quien es el representante y responsable legal en actos y contratos, frente a terceros.

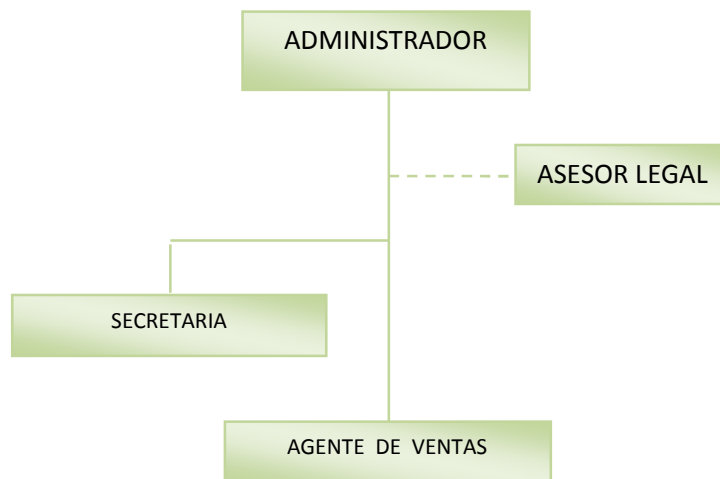
Nivel auxiliar o de apoyo:

Para cumplir con los diferentes requerimientos del cliente, se puede contratar profesionales que ayuden al cumplimiento del trabajo, este caso se presentará en la mediación laboral y tributaria, para lo cual se contratará un profesional especializado en la rama de derecho.

Nivel operativo:

En este nivel se encuentra los trabajadores directamente relacionados con el cliente, secretaria contadora, agente de ventas y mantenimiento de la oficina.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE ACTYM



Elaborado por: La Autora

➤ **Identificación de puestos y funciones**

ADMINISTRADOR

Este cargo representa al nivel directivo, en este caso en particular será la persona que realiza este estudio.

PERFIL DEL PUESTO

- Ser una persona positiva y flexible.
- Tener espíritu emprendedor y dinámico.
- Excelente comunicación.
- Capacidad de tomar decisiones bajo presión.
- Capacidad para dirigir negocios.

FUNCIONES

- Autorizar las negociaciones con los clientes.
- Establecer y regular los precios por el servicio.
- Contratar los profesionales si se requieren.
- Fijar los sueldos.
- Firmar como representante legal.
- Analizar la compra de tecnología si se requiere.
- Preparar datos y llenar formularios para pagos de impuestos y aportes al IESS.
- Elaborar nómina y pagos a los empleados.

REQUISITOS

- Estudios superiores en Contabilidad, Administración de Empresas o afines
- Conocimientos avanzados de Excel.
- Mínimo dos años en funciones similares, trabajo bajo presión.

Elaborado por: La Autora

SECRETARIA:

Corresponde al nivel apoyo, trabaja directamente con la gerencia y en conjunto con el agente de ventas que promocionará nuestro servicio, realiza actividades dentro de la secretaría que serán comunicaciones con los clientes y manejo de la documentación interna y externa correspondiente a la actividad del negocio.

PERFIL DEL PUESTO

- Iniciativa y emprendimiento.
- Responsabilidad.
- Cumplimiento de sus actividades.
- Excelentes relaciones humanas.
- Responder al trabajo bajo presión.
- Trabajo en equipo.
- Disponibilidad de trabajar en cualquier área.

FUNCIONES

- Atender a los clientes que lleguen a la oficina.
- Llevar la contabilidad del negocio.
- Contestar el teléfono.
- Realizar llamadas para contactar a los clientes.
- Recepción de mensajes y correspondencia.
- Archivo de documentos contables y demás.
- Control de consumo de útiles de oficina.
- Elaborar proformas y cotizaciones.

REQUISITOS

- Contar con Título de secretaria.
- Tener experiencia en áreas afines.
- Conocimientos en contabilidad.

Elaborado por: La Autora

AGENTE DE VENTAS

Será la persona encargada de servicios relacionados con visitas a los clientes, promoción y publicidad puerta a puerta, entre otras actividades que conlleven captación de clientes y satisfacción de sus necesidades

PERFIL DEL PUESTO

- De respeto.
- De servicio.
- De aprendizaje permanente.
- De responsabilidad.
- De análisis y reflexión.

FUNCIONES

- Visitar a los clientes promocionando los servicios.
- Entregar proformas.
- Crear un portafolio de servicios adecuado a las necesidades de los clientes.

REQUISITOS

- Contar con Título en Comercio y Administración o carreras afines.
- Conocimientos en contabilidad.
- Tener experiencia en áreas afines.

Elaborado por: La Autora

❖ **Marco legal**

➤ **Permisos de funcionamiento**

Para registrar el centro de asesoramiento debe tener 15 días a un mes de funcionamiento, el representante debe presentarse con la cédula de identidad, papeleta de votación, una carta de luz, agua o teléfono y cancelar posteriormente \$35 por la patente que incluye el pago de los bomberos, en el Ilustre Municipio de la ciudad de Ibarra. También debe presentarse al SRI y realizar su respectivo registró para cumplir con las obligaciones de Ley.

❖ **Estrategias comerciales**

Consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing, para diseñar las estrategias se debe analizar el público objetivo al cual se brindará el servicio.

➤ **Estrategias para el servicio**

El servicio que se oferta o vende a los consumidores debe buscar satisfacer las necesidades e incluir nuevas características al servicio como darle nuevas mejoras, nuevas utilidades, nuevas funciones, nuevos usos, entre otros que le garanticen su aceptación en el mercado que competirá.

➤ **Estrategia postventa:**

El centro de asesoría dentro de la prestación del servicio, proporcionará adicionalmente un servicio postventa que consiste, en lo posterior al trabajo realizado, hacer un seguimiento de la efectividad y cumplimiento, de encontrar que no cumple con los requerimientos, buscar inmediatamente una

solución efectiva y eficaz, de esta manera existe la certeza de los beneficios que otorga el brindar un buen servicio al cliente, tales como un mayor disfrute del producto para el cliente, una mayor posibilidad de que vuelva a adquirir nuestros servicio, visitarnos, o una mayor posibilidad de recomendación; el servicio de post venta nos da la posibilidad de mantenernos en contacto y alargar la relación con el cliente.

CUADRO N° 32
Estrategia postventa

TIPO DE SERVICIO	ESTRATEGIAS
Instalación de programas de contabilidad y mantenimiento	Tiempo de respuesta, Número de quejas. Indicadores financieros.
Prestación de servicios contables	Requisitos del servicio. Objetivos de calidad. Plan de formación y capacitación. Control de medidas correctivas y preventivas tomadas.
Prestación de servicios tributarios	Porcentaje de casos solucionados. Índice de devoluciones de impuestos. Número de quejas, de errores en declaraciones.
Manejo de quejas	Registro de trabajos realizados (cliente, equipamiento, tiempos de inicio y fin) Registro de trabajos pendientes.

Elaborado por: La Autora

Diferenciación del servicio.

El servicio a ofertarse consiste en brindar asesoría y como valor agregado capacitará a los propietarios y al personal, además se realizará un seguimiento personalizado en un período de tres meses posteriores a la prestación del servicio.

➤ **Estrategias para el precio**

Dentro de la prestación del servicio, la fijación del precio es la estrategia fundamental, para ser aceptado por los clientes y a su vez que exista una apertura en el mercado frente a los demás competidores.

CUADRO N° 33
Estrategias para el precio

PRECIO	ESTRATEGIAS DISEÑADAS
precio accesible	<ul style="list-style-type: none"> • Se conseguirá una rápida aceptación y reconocimiento. • Reducir los precios por debajo de la competencia, para ganar mercado. <p>El pago se realizará en tres cuotas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De 30% al inicio ▪ 30% durante la prestación del servicio, 40% al finalizar el trabajo <p>Si el pago es al contado se tomará en cuenta un descuento del 6%</p>

Elaborado por: La Autora

➤ **Estrategia de plaza o distribución**

Consiste en seleccionar el medio por cual se ofertarán los servicios a los consumidores, algunas estrategias que se pueden aplicar son:

- Ofrecer nuestros productos vía Internet
- Llamadas telefónicas
- Envío de correos.
- Visita personal a los negocios.
- Hacer uso de intermediarios para lograr una mayor cobertura del servicio.

Para iniciar la actividad se hará uso de todas las estrategias de promoción que permitan llamar la atención del cliente, la más utilizada será la publicación en los diarios de mayor circulación de la ciudad.

ILUSTRACIÓN Nº3 : PORTADA DE PRENSA

ACTYM

OFICINA DE ASESORÍA Y CAPACITACIÓN

Oferta Servicios En :

- Contabilidad
- Tributación
- Asesoramiento en emprendimientos
- Mediación tributaria, entre otros.

Calles: Sucre y García Moreno 5-36.

Celular: 090276914

Elaborado por: La Autora

ILUSTRACIÓN Nº 4: TARJETA DE PRESENTACIÓN

ACTYM

**ASESORÍA Y CAPACITACIÓN EN ASUNTOS
CONTABLES, TRIBUTARIOS Y DE
EMPRESARIOS**

Lorena Méndez

Calles: Sucre y García Moreno 5-36.
Email: actym@hotmail.com
Celular: 090276914

Elaborado por: La Autora

ILUSTRACIÓN Nº 5: PUBLICIDAD EN RADIO

RADIO ACTIVA

ACTYM empresa de Asesoría y capacitación contable, oferta sus servicios de contabilidad, tributación y demás actividades relacionadas con el giro del su negocio, ubicado en Sucre y García Moreno 5-36

Elaborado por: La Autora

ILUSTRACIÓN Nº6: HOJAS VOLANTES

ACTYM

OFICINA DE ASESORÍA Y CAPACITACIÓN

Oferta Servicios En :

- Contabilidad
- Tributación
- Asesoramiento en emprendimientos
- Mediación tributaria, entre otros.

Calles: Sucre y García Moreno 5-36.
Celular: 090276914
Email: actym@hotmail.com

Elaborado por: La Autora

ILUSTRACIÓN Nº 7: TRÍPTICO

ANVERSO

<p>Misión <i>Contribuir en el desarrollo del sector microcomercial, combinando conocimientos, experiencias y recursos para prestar servicios de contabilidad, tributación en el cambiante mundo de los negocios, además ser guía para brindar apoyo a emprendedores.</i></p> <p>Visión <i>Ser reconocidos en un período de tres años como el mejor centro de asesoría que brinda un servicio de calidad, frente a los problemas económicos, entregar soluciones y asesoramiento al sector microempresarial, local y regional.</i></p>	<p>Calles: Sucre y García Moreno 5-36.</p> <p>Celular: 090276914</p> <p>Email: actym@hotmail.com</p>	<p>ACTYM</p> <p>ASESORÍA EN CONTABILIDAD TRIBUTACIÓN Y MICROEMPRESAS</p> 
---	---	---

Elaborado por: La Autora

REVERSO:

<p>VALORES PARA ALCANZAR EL ÉXITO</p> <p>Calidad</p> <p>Profesionalismo</p> <p>Compromiso</p> <p>Honestidad</p> <p>Eficiencia</p>	<p>SERVICIOS A OFERTAR</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Declaraciones de IVA,▪ Retención en la fuente,▪ Impuesto a la renta,▪ Impuesto a las herencias▪ Devoluciones▪ Anexos en relación de dependencia, gastos personales, declaración patrimonial, entre otros▪ Trámites en el servicio de rentas internas▪ Inicio de contabilidad▪ Manejo de historia laboral del IESS, fondos de reserva, préstamos hipotecarios, entre otros▪ Impuestos municipales▪ Asesoría y constitución de compañías▪ Consultoría para el diseño de la planificación estratégica de su empresa o negocio▪ Entre otros servicios.	 <p>CAPACITACIÓN Y ASESORÍA</p>
--	--	---

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio se lo realiza con la necesidad de obtener información verídica, para poder establecer claramente y con datos exactos el monto de la inversión y costos que serán necesarios para poder llevar a la práctica el presente estudio.

La presente investigación se desarrolla para establecer un estudio económico y financiero, que respalde el estudio de factibilidad y que permita determinar si a futuro es posible su realización, basándose en la información verídica y confiable, para tomar decisiones oportunas y a tiempo.

5.1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

La inversión del proyecto está representado por: inversión fija, inversión diferida, inversión variable o capital de trabajo.

CUADRO N° 34
Presupuesto de Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	4.415,83
Activos Diferidos	350,00
Capital de Trabajo	3.593,45
TOTAL	8.359,28

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora

❖ **Inversión fija**

Para establecer la oficina de asesoría, es necesario crear una inversión fija, en la que se debe considerar los activos fijos necesarios e indispensables para iniciar con la actividad, de una forma rápida, pero sin descuidar lo mínimo necesario.

A continuación se describe lo que se necesita en activos fijos:

➤ **Equipo de computación**

El equipo de computación es importante para sistematizar la información y que el trabajo se lo realice en forma eficiente.

CUADRO N° 35
Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	2	424,25	848,50
Portátil	1	783,00	783,00
Impresora Multifunción	1	82,28	82,28
TOTAL			1713,78

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora

➤ **Equipo de oficina**

Constituye el equipo que permite desarrollar óptimamente las actividades de la oficina de asesoría contable.

CUADRO N° 36
Equipo de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	1	42,50	42,50
Teléfono fax	1	153,35	153,35
Televisión	1	159,00	159,00
Flash memory	3	9,28	27,84
TOTAL			382,69

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

➤ **Muebles y enseres**

Los muebles y enseres están representados por todo el aparato inmobiliario que facilita la gestión del negocio.

CUADRO N° 37
Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio modular	3	212,00	636,00
Silla giratoria	3	130,00	390,00
Archivadores	3	165,00	495,00
Sillas normales	10	33,00	330,00
Sillón	1	71,60	71,60
Mesa centro	1	65,00	65,00
Mueble de cafetería	1	95,00	95,00
Anaquelel Metálico	1	95,54	95,54
Papeleras	3	8,04	24,12
TOTAL			2202,26

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

❖ **Inversión diferida**

Dentro de la inversión diferida se tiene los gastos de constitución.

➤ **Gastos de constitución**

Los gastos de constitución representan a las erogaciones por concepto de patentes, permisos de funcionamiento entre los más importantes.

CUADRO N° 38
Gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Gastos de constitución	350,00
TOTAL	350,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora

❖ **Inversión variable o capital de trabajo**

Es un presupuesto que se establece como base para determinar el capital de trabajo, con el cual iniciará el funcionamiento de las actividades económicas de la oficina de asesoría, el cálculo se realiza tomando como tiempo prudencial de dos meses, cuyo dinero cubrirá el desfase del tiempo en que la oficina generará sus propios ingresos.

CUADRO N° 39
Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Costos operativos	
Sueldos	1004,05
Gastos Administrativos	
Sueldos	768,15
Arriendo	700,00
Servicios Básicos	80,00
Servicios de comunicación	130,00
Suministros de oficina	19,52
Gastos Ventas	
Sueldos	866,90
Publicidad	50,17
Subtotal	3488,79
Imprevistos 3%	104,66
TOTAL	3723,45

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.2. INGRESOS

Los ingresos representan las ventas generadas por el portafolio de servicios

❖ **Pronóstico de ventas**

Para el pronóstico de ventas se tomó en cuenta el estudio de mercado donde en el primer año de funcionamiento la oficina captará el 30% de empresas de la demanda insatisfecha con un incremento anual del 10%.

❖ **Determinación del precio**

Para el cálculo del precio se tomó en cuenta el portafolio de servicios a ofertar al mercado cuyo costo promedio es de 220 dólares con un crecimiento anual del 4%, según la inflación proyectada para el año 2011.

CUADRO N° 40
Determinación del precio

DETERMINACIÓN DEL PRECIO		
PORTALIO DE SERVICIOS		
Declaración del IVA	DE 5 A 60	32,5
Declaración del IR	DE 5 A 60	32,5
Declaración ICE	DE 5 A 100	52,5
Impuestos de la propiedad	DE 5 A 90	47,5
Contabilidad de almacenes	DE 30 A 80	55
VALOR TOTAL		220

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

❖ **Proyección de ingresos**

Como se puede observar la oficina de asesoramiento en el primer año de gestión tendrá ingresos de 24.200 dólares

CUADRO N° 41
Proyección de Ingresos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empresas	110,00	121,00	133,00	146,00	161,00
Precio de portafolio del servicio	220,00	228,80	237,95	247,47	257,37
Ingresos proyectados	24200,00	27684,80	31647,62	36130,63	41436,39

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

5.3. EGRESOS

Son las erogaciones en efectivo que necesita realizar la oficina para llevar a cabo sus operaciones, entre los cuales tenemos costos operativos, gastos administrativos, gastos de ventas, los cuales crecen anualmente al ritmo de la inflación del 4% según la tendencia de los últimos cinco años.

❖ Costos operativos

Los costos operativos están representados por los sueldos que se pagará al administrador de la oficina, el cual realizará las actividades de asesoría en forma directa con los clientes.

➤ Sueldos

CUADRO N° 42
Sueldos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	6024,3	6265,27	6515,88	6776,52	7047,58
TOTAL	6024,3	6265,27	6515,88	6776,52	7047,58

Elaborado por: La Autora

❖ **Gastos administrativos**

Dentro de los gastos administrativos se ha tomado en consideración a los sueldos, de la persona en atención al cliente, arriendo para el funcionamiento de la oficina, servicios tanto básicos, como de comunicación, suministros de oficina, estos crecen anualmente al ritmo de la inflación proyectada.

➤ **Sueldos**

CUADRO N° 43
Sueldos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Atención al cliente	4608,91	4793,27	4985,00	5184,40	5391,78
TOTAL	4608,91	4793,27	4985,00	5184,40	5391,78

Elaborado por: La Autora

➤ **Arriendo**

CUADRO N° 44
Arriendo

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	4200	4368,00	4542,72	4724,43	4913,41
TOTAL	4200	4368,00	4542,72	4724,43	4913,41

Elaborado por: La Autora

➤ **Servicios básicos**

CUADRO N° 45
Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	360	374,40	389,38	404,95	421,15
Agua	120	124,80	129,79	134,98	140,38
TOTAL	480	499,20	519,168	539,93	561,53

Elaborado por: La Autora

➤ **Servicios de comunicación**

CUADRO N° 46
Servicios de comunicación

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Internet	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Teléfono	480,00	499,20	519,17	539,93	561,53
TOTAL	780,00	811,20	843,648	877,39	912,49

Elaborado por: La Autora

➤ **Suministros de oficina**

CUADRO N° 47
Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resmas de papel boon	50,00	52,00	54,08	56,24	58,49
caja de esferos	8,00	8,32	8,65	9,00	9,36
borradores	4,50	4,68	4,87	5,06	5,26
portaminas	11,25	11,70	12,17	12,65	13,16
grapadora	14,40	14,98	15,58	16,20	16,85
perforadora	20,70	21,53	22,39	23,28	24,22
grapap	4,50	4,68	4,87	5,06	5,26
clips	3,75	3,90	4,06	4,22	4,39
TOTAL	117,10	121,78	126,66	131,72	136,99

Elaborado por: La Autora

➤ **Resumen de gastos administrativos**

Los gastos administrativos para el primer año son de 11.123,48 dólares.

CUADRO N° 48
Resumen de gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	4608,91	4793,27	4985,00	5184,40	5391,78
Arriendo	4200,00	4368,00	4542,72	4724,43	4913,41
Servicios básicos	480,00	499,20	519,17	539,93	561,53
Servicios de comunicación	780,00	811,20	843,65	877,39	912,49
Suministros de oficina	117,10	121,78	126,66	131,72	136,99
Depreciación	613,49	613,49	613,49	632,53	632,53
Imprevistos 3%	323,98	336,21	348,92	362,71	376,46
TOTAL	11123,48	11543,15	11979,60	12453,12	12925,18

Elaborado por: La Autora

❖ **Gastos de ventas**

Los gastos de ventas corresponde a las salidas en efectivo que ayudan al reconocimiento de la oficina en el sector microempresarial de la ciudad de Ibarra, entre los cuales tenemos sueldos, publicidad, estos crecen cada año al 4% según la inflación proyectada.

➤ **Sueldos**

CUADRO N° 49
Sueldos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agente de ventas	5201,4	5409,46	5625,83	5850,87	6084,90
TOTAL	5201,4	5409,46	5625,83	5850,87	6084,90

Elaborado por: La Autora

➤ **Publicidad**

CUADRO Nº 50
Publicidad

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Portada de prensa (8,3 * 7,9)	38,00	39,52	41,10	42,74	44,45
1000 Tarjetas de presentación full color.	35,00	36,40	37,86	39,37	40,95
Publicidad en radio: 12 cuñas diarias distribuidas en tres noticieros	150,00	156,00	162,24	168,73	175,48
¼ Hojas volantes	28,00	29,12	30,28	31,50	32,76
1000 Trípticos full color	50,00	52,00	54,08	56,24	58,49
TOTAL	301,00	313,04	325,56	338,58	352,13

Elaborado por: La Autora

➤ **Resumen de gastos de ventas**

Los gastos de ventas ascienden en el primer año a 5.502,40 dólares.

CUADRO Nº 51
Resumen de gastos de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	5201,40	5409,46	5625,83	5850,87	6084,90
Publicidad	301,00	313,04	325,56	338,58	352,13
TOTAL	5502,40	5722,50	5951,39	6189,45	6437,03

Elaborado por: La Autora

❖ **Gastos financieros**

Dentro de los gastos financieros se encuentra los intereses por el crédito que se realizará en una institución financiera de la localidad.

CUADRO N° 52
Gastos financieros

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	852,65	731,09	588,87	422,47	227,78
TOTAL	852,65	731,09	588,87	422,47	227,78

Elaborado por: La Autora

5.4. FINANCIAMIENTO

Para dar inicio las actividades de la oficina se necesita realizar un crédito a la cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui de 5.015,57 dólares el cual financia a una tasa del 17% con pagos anuales durante 5 años.

Deuda 5.015,57
Tasa 17,00%
Año 5
Cuota ANUAL

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERES	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				5015,57
1	1.567,69 \$	852,65 \$	715,04 \$	4.300,53 \$
2	1.567,69 \$	731,09 \$	836,60 \$	3.463,93 \$
3	1.567,69 \$	588,87 \$	978,82 \$	2.485,12 \$
4	1.567,69 \$	422,47 \$	1.145,22 \$	1.339,90 \$
5	1.567,69 \$	227,78 \$	1.339,90 \$	0,00
TOTAL	7.838,43 \$	2.822,86 \$	5.015,57 \$	

Elaborado por: La Autora

5.5. DEPRECIACIÓN

La depreciación de los activos fijos se ha calculado tomando en cuenta las leyes contables oficiales de regulación.

CUADRO N° 53
Depreciación

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipo de Computación	1.713,78	571,26	380,84	380,84	380,84		
Renovación de equipo de Computación	1.799,47	599,82				399,88	399,88
Equipo de Oficina	382,69	38,269	34,4421	34,4421	34,4421	34,4421	34,4421
Muebles y Enseres	2.202,26	220,226	198,2034	198,2034	198,2034	198,2034	198,2034
TOTAL	6.098,20	1.429,58	613,49	613,49	613,49	632,53	632,53

Elaborado por: La Autora

5.6. AMORTIZACIÓN

Los activos diferidos se amortizan el 20% cada año según la ley.

CUADRO N° 54
Amortización

DETALLA	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	350,00	20%	70	70	70	70	70

Elaborado por: La Autora

5.7. ESTADOS PROFORMA

Después de presupuestar ingresos como egresos se han estructurado los siguientes estados financieros.

❖ ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA – INICIAL

El estado de situación financiera inicial demuestra como inicia las operaciones de la oficina de consultoría tanto en activos como en pasivos.

CUADRO N° 55
Estado de Situación Financiera – Inicial

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVOS CORRIENTES		3.593,45	PASIVOS LARGO PLAZO		5.015,57
Caja - bancos	3.593,45		Préstamo por pagar	5.015,57	
ACTIVOS FIJOS		4.415,83	CAPITAL		3.343,71
Equipo de Computación	1.713,78		Inversión propia	3.343,71	
Equipo de oficina	382,69				
Muebles y enseres	2.202,26				
Otros	117,10				
ACTIVO DIFERIDO		350,00			
Gastos Constitución	350,00				
TOTAL ACTIVOS		8.359,28	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		8.359,28

Elaborado por: La Autora

❖ Estado de resultados

En este estado financiero se encuentra los ingresos y gastos como también la utilidad neta proyectada del negocio.

CUADRO N° 56
Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	24.200,00	27.684,80	31.647,62	36.130,63	41.436,39
Costos Operativos	6.024,30	6.265,27	6.515,88	6.776,52	7.047,58
Utilidad Bruta	18.175,70	21.419,53	25.131,73	29.354,11	34.388,81
Gastos Administrativos	10.510,00	10.929,66	11.366,11	11.820,59	12.292,65
Gastos de Ventas	5.502,40	5.722,50	5.951,40	6.189,45	6.437,03
Depreciación	613,49	613,49	613,49	632,53	632,53
Amortización Diferidos	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Utilidad Operativa	1.479,82	4.083,89	7.130,74	10.641,54	14.956,60
(-)Gastos Financieros Intereses	852,65	731,09	588,87	422,47	227,78
Utilidad Antes de Reparto	627,17	3.352,80	6.541,87	10.219,07	14.728,82
(-) 15% Prov. Trabajadores	94,08	502,92	981,28	1.532,86	2.209,32
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	533,10	2.849,88	5.560,59	8.686,21	12.519,49
10 % de Impuesto a la Renta FBFE	0	0	0	0	1251,95
Utilidad Neta Proyectada	533,10	2.849,88	5.560,59	8.686,21	11.267,54

Elaborado por: La Autora

NOTA: El impuesto a la renta por ser una persona natural y de acuerdo a lo que establece la tabla de la fracción básica, en el quinto año llega a la base imponible y debe calcular el 10% de acuerdo a la tabla.

Según el cuadro anterior se puede observar que para el primer año de funcionamiento de la oficina se obtendrá una utilidad neta proyectada de 533,10 dólares, consecuentemente para el quinto año una utilidad neta significativa de 11.267,54 dólares.

❖ **Estado de flujo de caja con protección**

El flujo de caja describe el dinamismo del efectivo tanto en entradas como en salidas, este balance es importante para la evaluación financiera.

CUADRO N° 57
Estado de flujo de caja con protección

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-8.359,28					
(=) Utilidad Neta		399,82	2.137,41	4.170,44	6.514,66	9.389,62
Depreciación		613,49	613,49	613,49	632,53	632,53
Reinversión					1.799,47	
Valor de Rescate						1.429,58
Otros						
(=) Total Ingresos		1.013,31	2.750,89	4.783,93	8.946,66	11.451,73
EGRESOS						
Pago al Principal		715,04	836,60	978,82	1.145,22	1.339,90
(=) Total Egresos		715,04	836,60	978,82	1.145,22	1.339,90
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-8.359,28	298,27	1.914,30	3.805,11	7.801,44	10.111,82

Elaborado por: La Autora

5.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

Este aspecto permite tomar decisiones para minimizar el riesgo en un proyecto, para el presente estudio se evaluará aplicando los ratios o índices financieros como VAN, TIR, PRI, B/C los cuales toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo

❖ **Determinación del costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio**

Para este cálculo se determinó la inversión propia y financiada como también la tasa pasiva y activa que actualmente se encuentra en el mercado financiero

CUADRO N° 58

Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	3.343,71	40,00	4,60	184,00
Capital Financiado	5.015,57	60,00	17,00	1020,00
TOTAL	8.359,28	100,00	21,60	1204,00

Elaborado por: La Autora

Costo de oportunidad =12,04%

Para encontrar la tasa de rendimiento medio o de descuento se aplicó la siguiente fórmula:

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

DATOS:

$$Ck= 13,10$$

$$If= 4,00$$

$$TRM= ((1+Ck)(1+If)-1)+ Pr$$

$$TRM= 0,1652$$

$$TRM= 16,52\%$$

❖ **Valor actual neto (VAN)**

Con el cálculo del VAN se obtiene un acercamiento real, en términos monetarios, permite visualizar si a futuro invertir en la ejecución del proyecto reportará beneficios, se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

Significado:

I = Inversión Inicial

FNE= Sumatoria de Flujos de Efectivo

i = Tasa de Redescuento

n = Número de períodos

CUADRO N° 59
Valor actual neto

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 16,52%	ENTRADAS ACTUALES
0	-8.359,28			-8.359,28
1		298,27	0,86	255,98
2		1.914,30	0,74	1.409,97
3		3.805,11	0,63	2.405,28
4		7.801,44	0,54	4.232,27
5		10.111,82	0,47	4.707,90
VAN				4.652,11

Elaborado por: La Autora

Fuente: Flujo de caja

El proyecto genera un VAN de 4.652,11 dólares lo que significa en términos teóricos que el proyecto es factible.

❖ Tasa interna de retorno (TIR)

Calcular la tasa interna de retorno, permite obtener anticipadamente la ganancia que el proyecto reportará durante el tiempo de ejecución, tomando como punto de partida la proyección del valor actual neto (VAN) cuando este es igual a cero.

El TIR para ser aceptado dentro del análisis debe ser mayor a la tasa de redescuento, para el cálculo se utiliza la fórmula siguiente:

CUADRO N° 60
Tasa interna de retorno

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 16,52%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 31%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-8.359,28		-8.359,28		-8.359,28
1	298,27	0,86	255,98	0,76	227,69
2	1.914,30	0,74	1409,97	0,58	1.115,49
3	3.805,11	0,63	2405,28	0,44	1.692,60
4	7.801,44	0,54	4232,27	0,34	2.649,05
5	10.111,82	0,47	4707,90	0,26	2.621,04
VAN			4.652,11		-53,42

Elaborado por: La Autora

Fuente: Flujo de caja

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

$$TIR = 16,52 + (31 - 16,52) \frac{4.652,11}{4.652,11 - (-53,42)}$$

$$TIR = 30,78\%$$

La rentabilidad del proyecto es del 30,78% lo que significa que es superior a la tasa mínima de rendimiento medio del 16,52% por tanto se considera al proyecto factible en las condiciones estudiadas.

❖ Período de recuperación de la inversión

➤ PRI con valores corrientes

CUADRO N° 61
PRI con valores corrientes

AÑOS	CAPITAL	UTILIDAD	RECUP. CAPITAL
1	8.359,28	298,27	298,27
2		1.914,30	1.914,30
3		3.805,11	3.805,11
4		7.801,44	2.341,60

1 Año

2 Años

3 Años

3 Meses

Elaborado por: La Autora

Fuente: Flujo de caja

La recuperación del proyecto con valores corrientes es en 3 años 3 meses.

➤ **PRI con valores constantes**

CUADRO N° 62
Flujos deflactados

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	298	0,86	256,0
2	1.914	0,74	1.410,0
3	3.805	0,63	2.405,3
4	7.801	0,54	4.232,3
5	10.112	0,47	4.707,9

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 63
Flujos deflactados

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL
1	8.359,28	255,98	255,98
2		1.409,97	1.409,97
3		2.405,28	2.405,28
4		4.232,27	4.232,27
5		4.707,9	55,78

1 Año
2 Años
3 Años
4 Años

Fuente: Flujo de caja

La recuperación del proyecto con valores constantes se realizará en 4 años, lo que significa que es más real ya que se utiliza para el análisis de flujos deflactados

❖ **Beneficio-coste**

CUADRO N° 64

Beneficio-coste

AÑO	FNE	FACTOR 16,27%	FNE ACTUALIZADOS
1	298,27	0,8582	255,98
2	1.914,30	0,7365	1.409,97
3	3.805,11	0,6321	2.405,28
4	7.801,44	0,5425	4.232,27
5	10.111,82	0,4656	4.707,90
			13.011,39

Elaborado por: La Autora

$$B/C = \frac{\sum FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓNINICIAL}$$

$$B/C = \frac{13.011,39}{8.359,28}$$

B/C=1.56

Este indicador establece que por cada dólar invertido la oficina genera 1, 56 ctvos.

❖ **Punto de equilibrio**

$$PEP = \frac{InversiónFija + Costos.Fijos}{M arg en.de.Contribución}$$

$$PEP = \frac{Inversión.Fija + CostosFijos}{PVu - CVu}$$

Inversión Fija = 4.416

Costos Fijo = 17549

Precio de Venta = 220,00

Costo de venta = 54,77

$$PEP = \frac{4416 + 17549}{220 - 54,77}$$

PE= 133

Empresas

Con el análisis del punto de equilibrio se determina que la oficina necesita vender el portafolio de servicios a 133 empresas para comenzar a recuperar inversión fija y costos fijos

5.9. SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

La sensibilidad del proyecto significa analizar el cambio de variables, para el caso de estudio se ha disminuido la variable ventas.

Esto ayudará a determinar si el proyecto sigue siendo factible si las ventas disminuyen

❖ Escenario uno: cuando las ventas disminuyen en el 7%

Si las ventas de la oficina disminuyen en el 7%, el proyecto sigue siendo factible ya que se obtiene un VAN positivo y un TIR superior a la tasa mínima de rendimiento o de descuento

CUADRO N° 65
Escenario uno de sensibilidad

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR % 16,52	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 18%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-8.359,28		-8.359,28		-8.359,28
1	-781,66	0,86	-670,83	0,85	-662,42
2	678,86	0,74	500,01	0,72	487,55
3	2.392,84	0,63	1512,56	0,61	1.456,35
4	6.189,11	0,54	3357,58	0,52	3.192,27
5	8.262,72	0,47	3846,99	0,44	3.611,71
VAN			187,03		-273,81

TIR= 17,11%

❖ **Escenario dos: Cuando las ventas disminuyen el 8%**

Por el contrario si las ventas disminuyen en el 8%, el proyecto es muy riesgoso ya que desaparece su condición de factibilidad porque su VAN es negativo y el TIR es inferior a la tasa mínima de rendimiento o de descuento

CUADRO N° 66
Escenario dos de sensibilidad

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR % 16,52	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 16%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-8.359,28		-8.359,28		-8.359,28
1	-935,93	0,86	-803,24	0,86	-806,84
2	502,37	0,74	370,02	0,74	373,34
3	2.191,08	0,63	1385,03	0,64	1.403,73
4	5.958,78	0,54	3232,63	0,55	3.290,98
5	7.998,57	0,47	3724,00	0,48	3.808,22
VAN			-450,84		-289,83

TIR= 15,09%

❖ **Resumen de la evaluación financiera**

En este punto se presenta un resumen de la evaluación financiera:

CUADRO N° 67
Resumen de la evaluación financiera

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		16,52	
VAN =	VAN > 0	4.652,1	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	30,78%	Aceptable
Sensibilidad -7% en ventas	TIR	17,11%	Aceptable
Sensibilidad -8% en ventas	TIR	15,09%	No se acepta
PRI con valores corrientes		3, 3	Años muy bueno
PRI con valores constantes		4	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,56	Aceptable

Elaborado por: La Autora

Finalmente se puede concluir de este capítulo, que el proyecto es factible en las condiciones y escenarios estudiados, es importante tomar en cuenta los riesgos en el futuro mitigando mediante un plan de contingencias.

CAPÍTULO VI

IMPACTOS

Se definen como aquellos cambios que se generan a través de la ejecución de la investigación y que determinarán los efectos en los ámbitos de influencia.

6.1. DETERMINACIÓN DE IMPACTOS

Se determinan áreas para el desarrollo y análisis, siendo estos los siguientes:

- Impacto socioeconómico
- Impacto empresarial
- Impacto educativo
- Impacto general

6.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS

El desarrollo de este capítulo es de gran importancia, ya que permite realizar un análisis minucioso de los principales impactos que la ejecución del proyecto tendrá referente a su entorno.

6.3. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

Dentro de la evaluación de los impactos que se obtienen como resultado que el proyecto tenga sobre el medio dentro del cual va a ser ejecutado, se

manipulará una matriz de impactos para cada uno de los elementos de análisis.

Técnica que consiste en proporcionar valores a los elementos de cada aspecto a analizar y así determinar el impacto sobre el aspecto general de análisis.

Analizando las matrices de impactos se justifican las razones, causas y circunstancias de por qué se produce cada uno de los indicadores, valoración que se da según los niveles de impacto que se detallan a continuación.

6.4. NIVELES DE IMPACTO

CUADRO N° 68
Niveles de impacto

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

ELABORADO POR: La Autora.

Luego de asignar valores a cada elemento motivo del análisis, se procede a sumar los mismos y el valor resultante se lo divide para el número de elementos motivo de este estudio, obteniendo de esta manera el impacto que la ejecución del proyecto producirá.

Al finalizar el análisis de los impactos relacionados con la presente investigación, se podrá determinar el impacto general del mismo; aspecto fundamental para la decisión de ejecución o no del proyecto.

- **Impacto socioeconómico**

Este proyecto tiene un impacto socioeconómico positivo, por ser una fuente de trabajo que ayuda al impulso de la economía de nuestra ciudad y de la provincia, así como crear otras fuentes de empleo que ayudan a disminuir el índice de desempleo.

CUADRO N° 69
Impacto socioeconómico

Indicadores	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de empleo.							X
Estabilidad familiar.							X
Servicios.							X
Total							9

ELABORADO POR: La Autora.

$$\text{Nivel de Impacto Socioeconómico} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Socioeconómico} = \frac{9}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Socioeconómico} = 3 \quad \text{Impacto Positivo}$$

ANÁLISIS:

1) Generar empleo produce 3 puntos positivos dentro de la calificación de los impactos, ya que la oficina de asesoría producirá: servicios eficaces y

eficientes que encaminarán al desarrollo y aceptación de la misma, en el medio que va a competir.

2) La estabilidad familiar de los pequeños comercios permitirá que cuenten con un ingreso fijo para cubrir las necesidades básicas como: alimentación, vestido y vivienda, entre otros.

3) Las unidades microempresariales de la ciudad de Ibarra podrán contar con un servicio de calidad, moderno que contribuirá a optimizar los recursos de tiempo y economía.

- **Impacto empresarial**

Con el impacto empresarial se crea la libre competencia, ya que no existe un mercado cerrado, por el contrario se demuestra que si existen fuentes y alternativas de empleo, la libre competencia es sana para la interacción del mercado e impulsa a quienes intervienen en él a seguir adelante y a mejorar los servicios que ofertan para ser cada vez más competitivos.

CUADRO N° 70
Impacto empresarial

Indicadores	Nivel de impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
1. Organización.							X
2. Compromiso del personal.							X
3. Productividad.							x
Total							9

ELABORADO POR: La Autora.

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{9}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = 3 \text{ Impacto Alto}$$

ANÁLISIS:

- 1) La oficina de asesoría tendrá bien definidas sus políticas y objetivos para crecer, ya que busca consolidarse en el medio y obtener reconocimiento por brindar un buen servicio a las unidades microempresariales de la ciudad de Ibarra.
- 2) El compromiso de quienes integren el centro de asesoría debe estar enfocado al desarrollo y prosperidad, siendo conscientes que el crecimiento se reflejará en el desarrollo personal de cada uno.
- 3) La productividad que se busca alcanzar, pretende un cambio en este tipo de servicios ya que se enfocará en captar la atención de los microempresarios brindándoles un servicio eficiente y oportuno.

• **Impacto educativo**

Otro impacto que se presenta de forma positiva es el impacto educativo, ya que los dueños de los pequeños comercios tienen la obligación de estar actualizados con todo lo relacionado a la actividad de su negocios, por tanto deben desarrollar una cultura de autoeducación.

CUADRO N° 71
Impacto educativo

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
<i>Indicadores</i>							
• Crear una cultura contable y tributaria							x
• Generación de propuestas de capacitación y asesoría							x
TOTAL							6

ELABORADO POR: La Autora.

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = \frac{6}{3}$$

Nivel de Impacto Educativo = 2 Impacto Medio Alto

ANÁLISIS:

- 1) Este proyecto ayudará a personas emprendedoras a que se motiven en la creación de nuevas microempresas, y a su vez tenga conciencia de la importancia de llevar registros contables.

- 2) Crear una propuesta de fácil comprensión y seguimiento por parte de los pequeños comerciantes, para tener un mejor rendimiento en sus actividades económicas.

6.5. MATRIZ GENERAL

CUADRO N° 72
Matriz general

Ámbito \ Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Socioeconómico							X
Empresarial							X
Educativo						x	
Total						2	6

ELABORADO POR: La Autora.

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto General} = 2.67 = 3$$

Por lo mencionado en lo referente a los impactos antes analizados que se producirán con la ejecución del proyecto, se obtiene una valoración de 3 como promedio en la matriz general; el estudio de factibilidad para la creación de una Oficina de asesoría y capacitación tendrá un impacto positivo alto, por lo que es de gran importancia la puesta en marcha de la propuesta.

CONCLUSIONES

Al desarrollar el diagnóstico se encuentra una población de 4925 pequeños comerciantes dentro de la ciudad de Ibarra, para lo cual se identifica la muestra de 356 negocios que presentan una necesidad de asesoría y capacitación al igual que otros servicios para ser más competitivos.

En el estudio de mercado se identifica una demanda insatisfecha de 367 empresas que desean contratar los servicios de ACTYM, la demanda del servicio tiene un crecimiento en los últimos años del 11%, por lo cual se concluye que sí existirá aceptación en el medio a incursionar.

Dentro del desarrollo y análisis del estudio técnico se obtiene como resultado que la oficina de asesoría y capacitación, tendrá éxito si es ubicada en la calle Sucre y García Moreno 5-36, por su ubicación estratégica y de fácil acceso para los potenciales consumidores del servicio.

Después de realizada la investigación se concluye que si existe demanda del servicio, ya que los centros que ofertan el mismo servicio no enfocan su atención en captar a los pequeños comercios, por tanto sí justifica el implantar la oficina de asesoría y capacitación

En el análisis financiero se obtiene que el monto de la inversión del VAN corresponde a 4.652,11 y del TIR es de 30, 78% por tanto es factible emprender en el presente estudio.

RECOMENDACIONES

Se debería aprovechar la competencia, ofreciendo una excelente atención y precios accesibles, con lo que se evitaría la competencia desleal.

Al instaurar la oficina de asesoría y capacitación contable, tributaria y de creación de microempresas, se reduciría la tasa de desempleo en la ciudad de Ibarra.

La ciudad de Ibarra no cuenta con una microempresa que ofrezca este tipo de servicio con precios estándar, de este modo si existe un mercado para competir y se puede lograr un posicionamiento en esta área de trabajo.

Se sugiere realizar estrategias publicitarias agresivas que utilicen todos los medios de difusión para llegar a sus posibles clientes.

Brindar asesoramiento en declaraciones tributarias para que todos cumplan con este requisito que es beneficioso para el país y evita la evasión tributaria por desconocimiento

Prestar una atención diferenciada con valores agregados tales como seguimientos posteriores al trabajo realizado.

Es importante asesorar en como instalar una microempresa para evitar que los limitados capitales se pierdan, o surja la quiebra.

GLOSARIO DE TÉRMINOS ECONÓMICOS

ACTIVO DIFERIDO: Cargo diferido; gasto pagado por anticipado.

ACTIVO FIJO: El de ciclo largo destinado a la cantidad productiva más que a la reventa. Incluye la planta, el equipo y el activo intangible.

ÁREAS DE VENTA. Dependencias de la organización encargadas de gestionar y llevar a cabo las ventas.

ÁREAS EJECUTIVAS Áreas que orientan su actividad a producciones, servicios o con criterio de territorialidad.

ÁREAS FUNCIONALES Son aquellas que agrupan especialidades ocupacionales semejantes y afines; que toman como criterio de agrupación las funciones de la propia empresa.

CAPITAL CONTABLE: total de las participaciones que aparece en el registro de contabilidad representado en interés del propietario.

CAPITAL: Activos netos de una empresa, sociedad o figura semejante, incluyendo la inversión original y todas la ganancias y beneficios sobre la misma. Cantidad invertida en la empresa.

CATÁLOGO DE CUENTAS: Contiene todas las cuentas que se estima serán necesarias al momento de instalar un sistema de contabilidad. Debe contener la suficiente flexibilidad para ir incorporando las cuentas que en el futuro deberán agregarse al sistema.

CENTRO CONTABLE Unidad Organizativa dentro de una empresa, que posee autonomía en cuanto al registro contable de las transacciones económico-financieras pudiéndose emitir Estados Financieros con sus resultados periódicos como son: Balance de Comprobación, Balance General y Estado de Resultados. Si además realiza de forma independiente el pago de sus obligaciones mediante una cuenta bancaria abierta a su nombre, se le denomina: Centro Contable y de Pago.

COSTO-BENEFICIO Es la efectividad de un proyecto en función de los costos. Criterio de evaluación que establece la relación entre los recursos asignados y los objetivos alcanzados. También se usan las expresiones costo - eficacia y costo – efectividad.

COSTOS FIJOS Son aquellos que permanecen inalterables aunque aumente o disminuya el nivel de los servicios prestados o de la producción. No tienen relación proporcional con la cantidad de artículos producidos o servicios prestados. Ejemplo: salario del personal administrativo y medidas de protección.

CUENTAS POR COBRAR: Las que se adeudan a una empresa por las ventas de mercancía, basándose en un sistema de cuentas corrientes.

CUENTAS POR PAGAR: Pasivo representado de la cantidad que debe un individuo o empresa a un acreedor por la adquisiciones de mercancía o servicios, basándose en un sistema de cuenta corriente o crédito a corto plazo.

DEPRECIACIÓN: Normalmente cargos contra beneficios para cancelar el costo de una activo menos el valor residual a lo largo de su vida útil estimada.

EFICACIA Término que indica en qué medida un programa de asistencia logra sus objetivos. Asimismo, es el cumplimiento estricto de un objetivo; por ejemplo en el plazo predeterminado, sin atender a otros aspectos tales como el costo, el recorrido, la duración, etc. Una persona eficaz es la que meramente cumple sus objetivos, sin reparar en costos.

EFICIENCIA El grado hasta el cual se ejecutaron, administraron y organizaron las actividades de un proyecto de una manera apropiada al menor costo posible para rendir los productos y/o componentes esperados.

EMPRESA DE ÚNICO DUEÑO: Es aquella donde su propietario aporta el capital de la misma, adquiriendo de esta forma todos los derechos del negocio y todas sus obligaciones.

ESTRATEGIA Término de origen militar (strategos, en griego, significa "jefe de ejército) y adoptado por la administración de organizaciones. Forma en que quien acomete un trabajo complejo adapta sus recursos y habilidades al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de los objetivos y las metas.

EVALUACIÓN DEL IMPACTO Evaluación ex post realizada generalmente cinco años después de haber concluido un proyecto, que se concentra en el fin y el propósito del proyecto, así como en sus sostenibilidad y efectos imprevistos.

EVALUACIÓN Examen independiente y objetivo (realizado durante el proyecto o una vez finalizado) del contexto, objetivos, resultados, actividades y medios utilizados, efectuado para formular las conclusiones extra - probables.

GANANCIA BRUTA: Se considera ganancia bruta al total de las sumas abonadas en cada período mensual, sin deducción de importe alguno que por cualquier concepto las disminuya.

GANANCIA NETA: Es el ingreso bruto menos todas las deducciones mencionadas precedentemente excepto, el mínimo no imponible, deducción especial y cargas de familia.

IMPACTO Son los cambios positivos y negativos producidos directamente e indirectamente, como resultados de un proyecto o programa

IMPUESTO: Es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por Derecho Público.

INGRESO: Dinero o equivalente monetario que es ganado o recibido como contra partida por la venta de bienes y servicios.

PASIVO A CORTO PLAZO: Está constituido por las deudas y obligaciones pagaderas por la empresa a corto plazo o sea dentro de un plazo aproximado no mayor de un año, a partir de la fecha del balance General normalmente se pagan con activos circulantes.

PASIVO A LARGO PLAZO: Comprende las obligaciones por pagarse dentro de un plazo mayor de un año, aproximadamente a partir siempre de la fecha del balance general.

PASIVO CIRCULANTE: Parte del pasivo que vence antes de un año. Incluye proveedores, hacienda pública, seguridad social y acreedores bancarios o varios a corto plazo.

PROYECTO Conjunto de actividades diseñadas para lograr ciertos objetivos específicos a un costo dado y dentro de un período de tiempo determinado.

RESULTADOS Son el fruto de las actividades realizadas que, en su conjunto, supondrán la consecución del objetivo específico.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) Tasa de descuentos que equivale al valor presente del flujo de caja neto en relación con el costo inicial de un proyecto.

VALOR PRESENTE NETO (VAN) Valor presente de la corriente estimada de los flujos de caja neto de un proyecto, descontando al costo de capital de la firma, menos el costo inicial del proyecto.

VARIABLE Atributo, relación o contexto seleccionado como relevante para describir las unidades de análisis en un estudio o proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

BACA Gabriel, Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Mc Graw Hill, México DF, 2008.

BAPTIST J, GREEF G, Almacén especializado gestión de stock, Tomo II, Ediciones Ibérico Colección como tener éxito en el comercio al por menor, Madrid, s.f.e.

BAPTIST J, GREEF G, El arte de vender, la promoción de ventas, la publicidad, Tomo III, Colección como tener éxito en el comercio al por menor, Madrid, s.f.e.

BAPTIST J, GREEF G, El comerciante del futuro, la localización del comercio, Tomo I, Ediciones Ibérico, Colección como tener éxito en el comercio al por menor, Madrid, s.f.e.

BAPTIST J, GREEF G, La contabilidad de gestión, la gestión de personal. Un diálogo completo, Tomo IV, Colección como tener éxito en el comercio al por menor, Madrid, s.f.e.

BETMAN Thomas; SNELL Scott, Administración un nuevo panorama competitivo; Mc Graw Hill, Sexta Edición; México, 2005.

BRAVO Mercedes, "Contabilidad General", Editorial Nuevo Día, Quito-Ecuador, 2009.

Código De Comercio, Quito- Ecuador, 2010.

DAFT Richard; MARCIC Dorothy; Introducción a la Administración, Sexta Edición, Editorial Cengage; México, 2009.

GARNICA Ch; MAUBERT C, Fundamentos del Marketing; Primera Edición, México, 2009.

HARGADON Bernard, "Principios de Contabilidad", Edt. Norma 4ª. Edición, Bogotá - Colombia, 2000.

HELLRIEGEL; JACKSON; SLOCUM; Administración un enfoque basado en competencias; Novena Edición; 2009.

JANES Gareth; GEORGE Jennifer; Administración Contemporánea; Sexta Edición, Mac Graw Hill; México DF; 2010.

KERIN Roger, HARTLEY Steven, RUDELIUS William, Marketing "Core", 2da edition, Mc Graw Hill, Madrid, 2006.

KOONTZ Harold, y WEIHRICH Heinz, "Administración una perspectiva global", Quinta Edición, Mc. Graw Hill, 2008.

LAMB Charles; HAIR Joseph; MCDANIEL Carl; Marketing; Octava Edición; Buenos Aires – Argentina; Thompson Editores; (2006)

LONGENECKER; Administración de Pequeñas Empresas; Ecuador; 2010.

MARTINEZ Patricio, Diccionario Práctico de Términos Económicos Financieros, Ecuador, s.f.e.

MEIGS Robert, Contabilidad la base para las decisiones gerenciales, McGraw Hill, Colombia, 2000.

MONTEROS Edgar, Manual de Gestión Microempresarial, Editorial Universitaria, Ecuador, 2005

PARKIN Michael; LORIA Eduardo; Microeconomía versión para Latinoamérica; Novena Edición; Ediciones Pearson; México; 2010.

POSSO Miguel Ángel, "Metodología para el Trabajo de Grado". 3era. Edición, Editorial Nina Comunicaciones, Ibarra, 2006.

PRIETO, Jorge, Proyectos enfoque general, 3era edición, Ecoe Ediciones, Colombia, 2009.

REY José; Contabilidad General; Ediciones Nobel; segunda Edición; Madrid – España; (2009).

RINCON, Carlos, LASSO Giovanni, PARRADO Álvaro, Contabilidad Siglo XXI, Reimpreso Bogotá, 2010.

SAPAG Reinaldo; SAPAG Nassir, "Preparación y evaluación de Proyectos", Segunda Edición, Mc Graw Hill, Colombia 2008.

SARMIENTO Rubén; Contabilidad General; Novena Edición; Editorial Voluntad; Quito- Ecuador; 2003.).

VARELA Rodrigo; Evaluación Económica de inversión, Séptima Edición, Mc Graw Hill; Colombia-Bogotá; 2010.

ZAMBRANO Pablo; PUGA René; Teoría Micro y Macro Económica; Editorial Habreluz; Quito-Ecuador; 2009.

ZAPATA SÁNCHEZ Pedro, "Contabilidad" Editorial McGraw Hill, Bogotá. 2008.

LINCONGRAFÍA

www.inec.gov.ec

www.mitecnologico.com/Main/FactibilidadInvestigacion

www.sri.gov.ec

www.bce.gob.ec

ANEXOS

ANEXO A

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

Encuesta DIRIGIDA A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES DE LA CIUDAD DE
IBARRA

OBJETIVO:

Recabar información de los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra, mediante el presente instrumento de investigación, para determinar el diagnóstico y estudio de mercado.

INSTRUCCIONES:

- ❖ La presente encuesta es anónima, pero se solicita responder correctamente las preguntas.
- ❖ Leer detenidamente cada pregunta y marcar con una X la respuesta que considere correcta.
- ❖ La información que usted proporcione es de carácter confidencial con fines de investigación, que respalde la factibilidad del presente estudio.

CUESTIONARIO

1. Cómo comerciante usted considera que su actividad es:

Mayorista () Minorista ()

2. ¿Cuál es la actividad que oferta su negocio?

ABASTOS: ()	ALMACEN: ()	PANADERIA ()
ACCESORIOS: ()	ALQUILER ()	JOYERIAS ()
ARTESANIAS: ()	CONSULTORIOS ()	RESTAURANTES ()
BAZAR: ())	LICORERIA ()
BOUTIQUE: ()	BAR ()	PELUQUERIAS ()
CABINAS: ()	FLORISTERIA ()	OPTICAS ()
INTERNET: ()	FERRETERIA ()	Otros
CAFETERIAS ()	FARMACIA ()
AVICOLAS: ()	HELADERIAS ()	

3. Su establecimiento funciona desde hace:

Menos de 1 año ()
Entre 1 y 5 años ()
Entre 6 y 10 años ()
Entre 11 y 20 años ()
Entre 21 años o más ()

4. Su negocio lo inició por:
- | | | |
|--------------------|-----|-------------------|
| Iniciativa | () | |
| Herencia | () | |
| Compra del negocio | () | |
| Otros | () | Especifique ----- |
5. El manejo del negocio lo realiza con ca:
- | | | | |
|----------------|-----|----------|-----|
| Propio | () | Chulco | () |
| Familiar | () | Heredado | () |
| Financiado () | | Otros | () |
- Especifique-----
-
- 6.Cuál es el problema que actualmente tiene su negocio
- | | | | |
|------------------------|-----|-------------------|-----|
| Competencia | () | Mala ubicación | () |
| Niveles bajos de venta | () | Falta de asesoría | () |
| Falta de capital | () | | |
7. Su negocio lleva contabilidad:
- Si () No ()
- En caso de ser negativa explique la razón
-
8. ¿De llevar la contabilidad quién le da registrando?
- | | | | |
|--------------------|-----|---------------------------|-----|
| Contador Bachiller | () | Administrador de Empresas | () |
| Contador Público | () | Mercadologo | () |
| Otros | () | Especifique..... | |
-
9. Su negocio es manejado con algún sistema de control:
- | | |
|------------|-----|
| Contable | () |
| Tributario | () |
| Comercial | () |
| Financiero | () |
| Otros | () |
10. ¿Cómo determina las pérdidas y ganancias de su negocio?
- | | |
|------------------------|-----|
| Con asesoría | () |
| Bajo su autocontrol | () |
| No le interesa conocer | () |
- Especifique la razón.....
-
11. Las ganancias que obtiene en su negocio son del:
- | | |
|-----------|-----|
| 1 al 10% | () |
| 11 al 20% | () |
| 21 al 30% | () |
| 31% o más | () |

12. Necesita usted asesoramiento en:

- Contabilidad ()
- Tributación ()
- Implantación de Microempresas ()
- Laboral ()
- Otros ()

Especifique.....

.....
.....
.....

13. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una asesoría:

a.

10\$ a 20\$ ()

21\$ a 30\$ ()

31\$ a 40\$ ()

41\$ a 50\$ ()

Más de 51\$ dólares ()

14. Conoce a cuanto asiendo el capital de su negocio

Si () No () En parte () Especifique la razón.....

.....

15. ¿De qué forma realiza la declaración de los impuestos?

Personal () Mediante asesoría () Asiste al SRI ()

REFERENCIAS PERSONALES:

GENERO: M () o F ()

NIVEL SOCIOECONOMICO:

Alto () Medio () Bajo ()

NIVEL DE INSTRUCCIÓN:

Ninguna ()

Primaria ()

Secundaria ()

Superior ()

Si tiene educación superior cuál es su

actividad.....

ANEXO B

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA FORMULARIO DE ENCUESTA FOCALIZADA

TEMA: Estudio de factibilidad para la creación de un centro de asesoramiento y capacitación contable, tributaria y de creación de microempresas dirigido a los pequeños comerciantes de la ciudad de Ibarra.

DIRIGIDO: A Centros de Asesoría contable de la ciudad de Ibarra

OBJETIVOS:

1. Conocer los aspectos favorables, que inciden en los centros de asesoramiento y capacitación contable, mediante una entrevista estructurada, para respaldar el proyecto de investigación.
2. Analizar los diferentes factores que influyen en los centros de asesoramiento contable y tributario en la prestación de servicios, para determinar su campo de acción.

CONTENIDO:

1. ¿A qué rama empresarial enfoca los servicios de su negocio?
2. ¿Qué tipo de servicios contables son los más solicitados por sus clientes?
3. ¿Qué otro tipo de servicios solicitan sus clientes?
4. ¿Los negocios que solicitan sus servicios tiene una contabilidad establecida o buscan un servicio apertura contable?
5. ¿Cuáles son las razones para que los clientes soliciten los servicios contables?
6. ¿Cuál es el perfil académico de los profesionales que ofertan servicios dentro de su negocio?
7. ¿Qué documentos solicita su empresa al cliente, como condición básica para iniciar el proceso contable?
8. ¿Los servicios prestados en este centro de asesoría se dirigen a empresas grandes o pequeñas?
9. ¿Su empresa presta servicios de Asesoramiento o de Capacitación, en que porcentaje y por qué?
10. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de prestar este servicio?

DATOS INFORMATIVOS:

FECHA: _____

LUGAR: _____

ENTREVISTADORA: Lorena Méndez

ENTREVISTADO: _____

CLASE DE ENTREVISTA: Estructurada y Focalizada

ANEXO C

CÁLCULO DE GASTOS MENSUALES

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	350	4200
TOTAL		4200

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	30	360
Agua	10	120
TOTAL		480

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Internet	25	300
Teléfono	40	480
TOTAL		780

SUMINISTROS DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Resmas de papel boon	12	50
caja de esferos	1	8
borradores	5	4,5
portaminas	3	11,25
grapadora	3	14,4
perforadora	3	20,7
grapas	3	4,5
clips	3	3,75
TOTAL		117,1



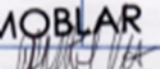
DESCRIPCIÓN	AÑO 1
Portad de prensa	38
1000 Tarjetas de presentación full color.	35
Publicidad en radio	150
¼ Hojas volantes	28
1000 Trípticos full color	50
TOTAL	301

ANEXO D
ROL DE PAGOS

SUELDO
BÁSICO 264
APORTE
PATRONAL 12,15%

N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO IV SUELDO	DÉCIMO III SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Administrador	350	4200	264	350	510,3	350	6024,3
1	Atención al cliente	264	3168	264	264	384,912	264	4608,912
1	Agente de ventas	300	3600	264	300	437,4	300	5201,4

ANEXO E
MUEBLES Y ENSERES

		Campaña Revelo Fanny Magdalena RUC: 1001360591001 Dirección: Av. Pérez Guerrero 7-28 y Olmedo Telf. 062 956 795 / Ibarra - Ecuador		Fecha: 12/03/2011 Hora: 12:09:56 VALIDEZ 10 D	
DISTRIBUYE: Colchones - Juegos de Sala - Comedor - Dormitorio - Oficina		PROFORMA Nº 000143			
Cliente: MONCZ LORONA RUC: 1002689949 Dirección: LA FLORIDA LAS ACACIAS 2-65 Telf: 099-776-024		Vendedor: S-DANIEL C Fec.Emisión: 12/03/2011 Fec.Vencimiento: 12/03/2011 CENTRO CONTABLE: 00000000			
ARTICULO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	VALOR
EMP	ESC. METAL. ESTUDIANTE PINTURA NEGRA.	3	57.143	0 0	171.429
SSAB	SILLA GIRAT C/BRAZO CI-0279-ORTIZ	3	48.214	0 0	144.642
ADPE	ANFO MET EN PVC ENMARA GRIS	1	95.536	0 0	95.536
SNCE	SILLA METAL. ENCHUB. ENMARA BISHERO	1	136.607	0 0	136.607
P	EXPLOST. METAL	3	8.036	0 0	24.108
  FIRMA AUTORIZADA 062 956-795 / 611-456			- DESCUENTO... 1 0.000 SUBTOTAL.... 1 572.322 + I.V.A..... 1 68.679 TOTAL..... 1 641.001		
NOTA: Declara haber recibido a mi entera satisfacción y sin lugar a ningún reclamo poseedor la mercadería detallada en esta factura, agudándose a las condiciones y plazos que constan en la misma y aceptar pagar los intereses de mora autorizada por la ley en caso de retrasos, en los pagos respectivos.			RECI BI CONFORME		
00013605 9071 DANIEL C			Original: Cliente - Copia : Emisor		

ANEXO F

PUBLICIDAD EN PRENSA

EL NORTE

DIARIO EL NORTE

TARIFAS DE LUNES A VIERNES VALOR DIARIO

TAMAÑO	\$ B/N	\$ F/C
B2 (8.3 x 7.9 cm)	19	39

TARIFAS SÁBADO Y DOMINGO VALOR DIARIO

TAMAÑO	\$ B/N	\$ F/C
B2 (8.3 x 7.9 cm)	21	42

Circulación de lunes a sábado 13.600 y domingo 15.500 ejemplares.

CONDICIONES GENERALES

- Cotización válida por 8 días.
- Precio no incluye IVA.
- Tarifas aplica sólo para las provincias de Imbabura y Carchi.
- Las modificaciones o suspensiones de anuncios concertados se recibirán hasta 48 horas antes de la publicación.
- En el supuesto que los originales sean aprobados por el ordenante, el diario no se hace responsable de los errores en los mismos.
- Los reclamos de los anuncios deberán ser presentados por escrito al siguiente día hábil de la publicación respectiva.

EDITORES MMA
ASOCIADOS CIA. LTDA
RUC 30209113001

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ATUNTAQUI LTDA.
La Caja Fuerte de Imbabura y del Norte del País

Requisitos Para Solicitar Prestamos

MICROPRODUCTIVO	CONSUMO	VIVIENDA	SOCIO	GARANTE			
HIPOTECARIO	GARANTE (S)		Y	Y			
ORIGINAL	RENOVACION		CONYUGE	CONYUGE			
Una fotografia tamaño carnet actualizada (en caso de ser primer prestamo)							
Copia de la cedula y papeleta de votacion actualizada y a color							
Copia de carta de un servicio básico del ultimo mes de consumo del domicilio							
Copia de la licencia, matricula y SOAT del vehiculo (en caso de tener)							
Copia de la carta del impuesto predial del año en curso							
Copia de la escritura del bien a hipotecar o hipotecado							
Certificado original del Registro de la Propiedad							
Certificado de avaluos y catastros extendido por el Municipio en caso de realizar la hipoteca por primera ves							
Certificado del plan regulador extendido por el Municipio en caso de realizar la hipoteca por primera ves							
Certificado de ingresos							
Ultimo rol de pagos debidamente legalizado							
En caso de ser jubilado, comprobante de pensión y copia de la libreta donde se acredita							
En caso de tener ingresos por arriendos contratos notariados o registrados en el inquilinato							
Copia del RUC O RISE, ultimas declaraciones al SRI del IVA, Impuesto a la Renta, facturas del negocio ultimo mes							
Copia de la patente o permiso municipal de funcionamiento							
Otros:							
MONTO	PLAZO	CUOTA	AHORRO	MONTO	PLAZO	CUOTA	AHORRO
5000	24 m	240	250	2500	24	120	125
Tasa 13,69%							

BENEFICIARIO
INSTIT. FINANCIERA **BANCO NACIONAL DE FOMENTO**

MONTO USD 2,500.00

TASA 11% **T. EFECTIVA** 11.6792%

PLAZO 2 años

GRACIA 0 años

FECHA DE INICIO 18-Mar-2011

MONEDA DOLARES

AMORTIZACION CADA 90 días

Número de periodos 8 para amortizar capital


No.	VENCIMIENTO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		2,500.00		
1	18-Mar-2011	2,187.50		
2	16-Jun-2011	1,875.00	70.00	312.50
3	14-Sep-2011	1,562.50	61.25	312.50
4	13-Dic-2011	1,250.00	52.50	312.50
5	12-Mar-2012	937.50	43.75	312.50
6	10-Jun-2012	625.00	35.00	312.50
7	08-Sep-2012	312.50	26.25	312.50
8	07-Dic-2012	0.00	17.50	312.50
			8.75	312.50


BENEFICIARIO		BANCO NACIONAL DE FOMENTO			
INSTIT. FINANCIERA	BANCO NACIONAL DE FOMENTO				
MONTO USD	4,000.00		T. EFECTIVA	11.6792%	
TASA	11%				
PLAZO	2 años				
GRACIA	0 años				
FECHA DE INICIO	18-Mar-2011				
MONEDA	DOLARES				
AMORTIZACION CADA	90 días				
Número de periodos	8 para amortizar capital				
No.	VENCIMIENTO		INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		4,000.00			
1	18-Mar-2011	3,500.00	112.00	500.00	612.00
2	16-Jun-2011	3,000.00	98.00	500.00	598.00
3	14-Sep-2011	2,500.00	84.00	500.00	584.00
4	13-Dic-2011	2,000.00	70.00	500.00	570.00
5	12-Mar-2012	1,500.00	56.00	500.00	556.00
6	10-Jun-2012	1,000.00	42.00	500.00	542.00
7	08-Sep-2012	500.00	28.00	500.00	528.00
8	07-Dic-2012	0.00	14.00	500.00	514.00

BENEFICIARIO		BANCO NACIONAL DE FOMENTO			
INSTIT. FINANCIERA	BANCO NACIONAL DE FOMENTO				
MONTO USD	6,000.00		T. EFECTIVA	11.6792%	
TASA	11%				
PLAZO	2 años				
GRACIA	0 años				
FECHA DE INICIO	18-Mar-2011				
MONEDA	DOLARES				
AMORTIZACION CADA	90 días				
Número de periodos	8 para amortizar capital				
No.	VENCIMIENTO		INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		6,000.00			
1	18-Mar-2011	5,250.00	168.00	750.00	918.00
2	16-Jun-2011	4,500.00	147.00	750.00	897.00
3	14-Sep-2011	3,750.00	126.00	750.00	876.00
4	13-Dic-2011	3,000.00	105.00	750.00	855.00
5	12-Mar-2012	2,250.00	84.00	750.00	834.00
6	10-Jun-2012	1,500.00	63.00	750.00	813.00
7	08-Sep-2012	750.00	42.00	750.00	792.00
8	07-Dic-2012	0.00	21.00	750.00	771.00

ANEXO H

EQUIPO DE COMPUTACION


WORLD COMPUTERS
 Su inversión inteligente



RUC: 0701084121001

RAZON SOCIAL PARA EMISION DE RETENCION, NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES	PROFORMA
--	-----------------

Cliente: SRTA. LORENA MENDEZ Atencion SRTA. LORENA MENDEZ Dirección LA FLORIDA Teléfono: 0902769-14	Fecha: 12-mar-11 Condición: PROPUESTA Validez: 15 DIAS Entrega: SEGUN STOCK
--	--


Cantidad	DETALLE	Precio Unitario	TOTAL
PC'S ESCRITORIO			
2	COMPUTADOR ORIGINAL CASE ATX MAINBOARD GIGA G31 PROCESADOR INTEL CELERON 2.6 DISCO DURO DE 500 GB MEMORIA DE 1 GB DVD WRITER, LECTOR DE TARJETAS MONITOR DE 19" LCD TECLADO, MOUSE, PARLANTES GENIUS PAD MOUSE, COBERTORES	424,25	848,50
1	PORTATIL HP CORE I3 MEMORIA DE 6 GB 500 DISCO DURO	808,00	808,00
1	IMPRESORA MULTIFUNCION HP 4575 COPIADORA, IMPRESORA, SCANNER, FAX	82,28	82,28
1	TELEFAX PANASONI MODELO KX-FG2451	153,35	153,35
1	TELEFONO PANASONIC MODELO KX-TG 4011	42,50	42,50
3	FLASH MEMORY DE 4 GIGAS	9,28	27,84
		SUBTOTAL	1.962,47
		IVA 12%	235,50
			2.197,97


LA GARANTIA Y CONFIANZA ES LO MAS IMPORTANTE

MAURICIO ANDRADE CEL 098389876


ASESOR COMERCIAL

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


WORLD COMPUTERS
 Su inversión inteligente



20 AÑOS DE SERIEDAD Y CONFIANZA



IBARRA, 12 de marzo 2011

PROFORMA

SRS. Lorena Mendez
RUC/ CI: 1002889949
DIRECCION: LAS ACASIAS 275
TELEFONO: 090278914

ARTICULO	MARCA	MOD	CANT.	VALOR	CV. TOTAL
COMPUTADOR DE ESCRITORIO	SAMSUNG	13550	1	670.00	670.00
MEMORIA RAM 4 GB					
DISCO DURO DE 1 TB,DVD WRITER SATA					
TARJETA DE VIDEO Y SONIDO					
LAPTO SONY VAIO	SONY	EE7BL	1	783.00	783.00
DISCO DURO 320.00GB					
MEMORIA RAM 4GB EXPANDIBLE A 8 GB					
PANATALLA LED DE 15.5 "					
TV PANTALLA PLANA					
PROGRAMABLE ,ENCENDIDO Y APAGADO AUTO	LG	14FU7	1	159.00	159.00
TELEFONO INALAMBRICO	PANASONIC	1311	1	57.00	57.00
2.8 OZ DE DISTANCIA					
GARANTIA DE LOS PRODUCTOS					
1 AÑO					
TOTAL \$					1669.00

NOTA: ESTOS VALORES YA INCLUYEN IVA
LA PRESENTE TIENE VALIDEZ DE 8 DIAS



JOSE LUIS ESCUDERO
EJECUTIVO DE VENTAS

POINT TECHNOLOGY
SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS
COMPUSSINES Cia. Ltda.
RUC: 1791774582001

MATRIZ: ESTABLECIMIENTO 002: Quito - Ecuador
El Ejido • Av. 18 de Agosto 983 Esq. y Río de Janeiro
Teléfono: 258-1594556 • Fax: 254-42-62 • Cel: 899235851
ESTABLECIMIENTO 005: C.C. EL RECREO
ESTABLECIMIENTO 006: C.C. SAN LUIS
ESTABLECIMIENTO 008: EL CONDADO
ESTABLECIMIENTO 009: C.C. ISAGOITO

Fecha: 2011-03-01
Cliente: Carolina Mendez
Dirección: La Gasca
R.U.C.I.: 1002682949
Teléfono: 090276914

PROFORMA
Nº 017350

VALIDO HASTA			
DIA	MES	AÑO	

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
3	0		
2	computadora Combo escolar CPU-DTC-1.8 Memoria 250 Memori 1GB / conexión Red Mouse Mouse Cable		712,50
3	Mouse Pad / Mat / Alfom brazo	13,39	40,17
1	Mouse inalámbrico HP250 Cable de conexión (impres ora)		53,57
Son:		SUBTOTAL	806,25
		L.V.A. TARIFA 0%	
		L.V.A. TARIFA 12 %	50,86
		TOTAL \$	903,25

Original Cliente / Copia Remitente Emisor

FOR: SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS
COMPUSSINES Cia. Ltda.

Recibi Conforme

POINT TECHNOLOGY
SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS
COMPUSSINES Cia. Ltda.
RUC: 1791774582001

MATRIZ: ESTABLECIMIENTO 002: Quito - Ecuador
El Ejido • Av. 18 de Agosto 983 Esq. y Río de Janeiro
Teléfono: 258-1594556 • Fax: 254-42-62 • Cel: 899235851
ESTABLECIMIENTO 005: C.C. EL RECREO
ESTABLECIMIENTO 006: C.C. SAN LUIS
ESTABLECIMIENTO 008: EL CONDADO
ESTABLECIMIENTO 009: C.C. ISAGOITO

Fecha: 2011-03-01
Cliente: _____
Dirección: _____
R.U.C.I.: _____
Teléfono: _____

PROFORMA
Nº 017349

VALIDO HASTA			
DIA	MES	AÑO	

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Portatil Sony Vaio Core i3, Hardo 35H Dualboot WiFi 4GB Memoria Ram Cable Mouse Cable Mouse Mouse Pad / Mat / Alfom brazo		106,25
Son:		SUBTOTAL	
		L.V.A. TARIFA 0%	
		L.V.A. TARIFA %	
		TOTAL \$	106,25

Original Cliente / Copia Remitente Emisor

FOR: SUPERMERCADO DE COMPUTADORAS
COMPUSSINES Cia. Ltda.

Recibi Conforme

ANEXO I
MUEBLES DE OFICINA

Ibarra 12 de marzo del 2011.

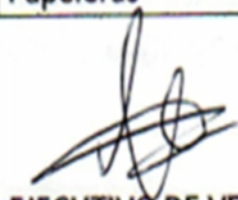
PROFORMA MUEBLES DE OFICINA

Srta: Lorena Méndez

RUC: 1002689949


Cel: 090236914

MUEBLES Y ENSERES	CANT	PRECIO
Escritorio modular	3	212
Silla giratoria	3	130
Archivadores	3	165
Sillas normales	10	33
Papeleras	3	24,11



EJECUTIVO DE VENTAS

ANEXO J
PUBLIDAD



activa^{FM}
98.7
el sonido puro

L. Madera 4-52 y Sucre • IBARRA
Telefax: (06) 644100 / 644103
E-mail: activa@imbanet.net

Ibarra, 19 de Marzo de 2011

Sr. Gerente
"ACTYM" Capacitación Contable
Ibarra.

NOTICIERO EN PRIMER PLANO Y PUNTO DEPORTES

NUESTRA OFERTA DE SERVICIOS

Espacios que cuentan con el respaldo y garantía de un Equipo de Periodistas Profesionales de amplia trayectoria que trabaja con las nuevas exigencias de la Tecnología Digital.

- **NOTICIARIO EN PRIMER PLANO**

Tres noticieros diarios: Lunes a Viernes
Horario: 06h00 a 08h00; 12h00 a 13h00; 18h00 a 19h00
12 cuñas diarias distribuidas en los TRES noticieros.
COSTOS: \$ 150 dolares mas IVA

- **PUNTO DEPORTES**


Programa deportivo de Lunes a Viernes. Horario 13h00 a 14h30. 6 cuñas diarias, más menciones transmisiones fuera de Estudio. 12 menciones o más por transmisión.
COSTOS: \$ 150 dolares mas IVA

Su aporte como nuestro PATROCINADOR ELEMENTAL, sería tomado en cuenta con Prioridad UNO.

Para sus contactos. Sr. Luis Guerrero P. Cel.: 088706046
Ibarra - Ecuador

COBERTURA:
Regional:
IMBABURA: (Ibarra, Otavalo, Atuntaqui, Cotacachi, Urcuqui y sus poblaciones).
CARCHI: (El Ángel, San Gabriel, Bolívar, Mira y sus poblaciones).
NORTE DE PICHINCHA. Igualmente se llega al Oriente de Esmeraldas y a otros sectores del país por aspectos topográficos y atmosféricos.

RADIO ACTIVA F.M. - IBARRA
NUESTROS CONTACTOS:
L. Madera 4-52 y Sucre Telefax: 644100
Ventas Sr. Luis Guerrero
Cel.: 088706046



ANEXO K

LISTADO PROPORCIONADO POR EL MUNICIPIO DE LA CIUDAD DE IBARRA

SEGARRA GABRIEL	COMERCIAL GABRIEL SEGARRA	AV RIVADENEIRA 6-013
CABRERA PAREDES JORGE BOLIVAR	VENTA DE REPUESTOS RADIO Y TV	CHICA NARVAEZ 06-067
CABRERA PAREDES JORGE BOLIVAR	PEÑA BAR EL PEDREGAL RESTAURANT	AV J ROLDOS 04-029
MIRANDA GALLEGOS INGRID IBETH	REPUESTOS ELY ELY MATEO	AV F VACAS G 07-008
BENAVIDES CARPIO EDGAR HENRY	FERRETERIA MEGA FERRETERO	AV J ROLDOS 11-007
GUERRA CASTILLO FERNANDO MOISE	HOSTAL RESTAURANTE VIAJERO	AV C DE TROYA 12-055
BECERRA VILLARREAL SIMON AGAPITO ALEJANDRO	CAJAS NUEVAS PARA TOMATE Y FRUTAS	AV J ROLDOS 13-020
CORAL GERARDO SEGUNDO	REPUEST BICICLETAS ART. CLF	GRIJALVA 6-29
ROSALES ORBE SEGUNDA MARIA ELISA	BAZAR	AV V M GUZMAN 08-071
MEJIA GARCIA SEGUNDO LEOPOLDO	VENTA DE MADERA	AV C DE TROYA 14-057
YEPEZ CASTILLO SEGUNDO APOLINAR	VIDRERIA VIDALON	MEJIA 7-012
PASPUEL VACA GLORIA ODILA	FLORISTERIA	AV V M GUZMAN 04-008
ULCUANGO GUALAVISI GENARO	REPARACION BOMBAS DE FUMIGAR	AV C DE TROYA 08-067
CASTILLO QUIROZ INES MARIA	HOSPEDAJE POSADA CENTRAL	ROCAFUERTE 04-033
CASTILLO QUIROZ INES MARIA	PARQUADERO CENTRAL	ROCAFUERTE 04-033
USIÑA MAYANQUER EMMA HIPATIA	CAFE CON EEMPANADAS	AV 17 DE JULIO 05-080
VACA GUERRA ELPIDIO ERASMO	LUBRICADORA Y VENTA DE LU	J D DIOS NAVAS 2-21
JACOME FRAGA AYDA POEMA	ABACERIA Y SALON AIDITA	AV AURELIO ESPINOZA P 5-024
CHUGA RODRIGUEZ BLANCA MAGDALENA	GARAJE	GRIJALVA 8-69
MALQUIN PORTILLA JORGE ENRIQUE	GIMNASIO	PANAMA 1-123
TATES FERNANDEZ MARCIA ELENA	GABINETE ART CLF	AV J ROLDOS 10-055
FLORES VERDESOTO EDWIN HERNAN	COMPRAVENTTA ELECTRODOMESTICOS EL BARATON	AV C DE TROYA 06-018
PUEDMAG PASPUEL BLANCA JIMENA	CYBER CAFE Y ADILEYS CABINAS TELEFONICAS	OLMEDO 02-28
VASQUEZ ITURRALDE WILSON HERNAN	CONSULTORIO MEDICO	JORGE DAVILA MEZA 1-10 CLINICA IBARRA OF 307
ARAGON ARAGON ANGEL GUILLERMO	GALLERA	AV C DE TROYA 03-055
RUEDA ORTIZ GLADYS ALICIA	GRUPO COMPUNOR	FLORES 04-026
SANTAFE POZO GUILLERMO VINICIO	KARAOKE AVACUS	LUIS F BORJA 08-028
CANGAS MENDEZ WILSON FABIAN	FERRETERIA UNIVERSAL	SUCRE 06-90
ENRIQUEZ NARVAEZ LUIS ANIBAL	DISTRIBUIDORA DE GASES Y SOLDADURAS OXI	AV C DE TROYA 06-181
TANA POZO SUSANA NOEMI	PANADERIA	AV M ACOSTA 14-206
GUERRERO NILO GERMAN	VULCANIZADORA DON NILO	AV C DE TROYA 06-145
VARGAS VILLARREAL JOSE ERICK	MEGA SERVI Y CABINAS TELEFONICAS	ROCAFUERTE 04-051
SALAZAR BURBANO IVAN NORBERTO	CONSULTORIO MEDICO	JORGE DAVILA MEZA 1-10

BENAVIDES OBANDO IBED NARCISA	LAVADORA	P ALBERTO HARO 1-66
GUACHAN CHULDE OLGA ROSARIO	VIVERES STEVEEN	13 DE ABRIL Y MORONA SANTIAGO
BENAVIDES ENRIQUEZ MAURA ELINA	ART.CLF.PELUQUERIA	FLORES 15-099
MONTENEGRO AYALA WILSON VAINEIRO	METALICAS WILSON	AV C DE TROYA 04-103
MIÑO MEDINA EDISON MILTON	LABONORT	AV C DE TROYA 02-044
ARAGON ARAGON CESAR ANTONIO	ART.CALIF VULCANIZADORA	AV M ACOSTA 25-046
PROAÑO ENRIQUEZ ROGELIO DAVID	ELECTROMECAICA VULCANO (CS)	AV HELEODORO AYALA ENTRE C TOBAR SUBIA Y AV M ACOSTA (CS)
GARCIA CALVACHI WILSON MARCELO SN	ARQUITECTO	SAN LORENZO 1-74
QUEZADA AYALA DANIEL HUMBERTO	PUBLICIDAD	AV C DE TROYA 04-076
MAIGUA CHICO LUIS ENRIQUE	FRITADAS AJAVI	AV RIVADENEIRA 1-30
BLANCO LOPEZ LUIS JULIO	LICORERIA	OLMEDO 05-18
VILATUÑA HONORIO	AUTOMOTRIZ LA FORD	PANA NORTE
ESPARZA ROJAS ALFONSO EDUARDO	BALNEARIO QUINTA SAN ANDRES	13 DE ABRIL S/N
LOPEZ GLORIA MARIA	IMPRESA	CHICA NARVAEZ 04-080
FUENTES DIAZ HILDA TERESA	FARMACIA FEDERAL	SANCHEZ Y C 08-92
BORJA PAREDES GONZALO	VENTA DE REPUESTOS	AV C DE TROYA 10-048
BORJA PAREDES JORGE HERIBERTO	ART.CALIF RECTIFICADORA BORJA	PANA NORTE Y LUIS G
GORDILLO PEREZ NESTOR ELIAS	BODEGA DE AZUCAR	PEDRO MONCAYO 13-16
SOLANO JACOME LUIS HUMBERTO	RESIDENCIAL LA POSADA	URUGUAY 1-27
SUASTI RECALDE CARLOS ALFONSO	REPARACION DE VEHICULOS	BRASIL 3-35 Y
SANCHEZ GAVILANES MARIANA	PANADERIA	J SALINAS 05-053
ALMEIDA ALOMIA MIGUEL ALBERTO	ALMACEN ELECTROLUZ	GRIJALVA 6-36
POZO PINTO OLANDA MAGDALENA	TIENDA	ROCAFUERTE 03-041
ESPINOZA REA LUIS ALFONSO	AUTOMOTRIZ DIESEL	AV C DE TROYA 07-075
MONTENEGRO RAUL	VENTA DE GAS	P CARVALO 1-77
FLORES MORALES MARIA LIDIA BLANCA	REPUESTOS DE BICICLETAS	CHICA NARVAEZ 04-018
RUALES VILLARRUEL EDGAR ANIBAL	ART.CALIF IMPRESA	GRIJALVA 9-24
TORRES USIÑA JOSE DANIEL	VENTA ROPA USADA	CHICA NARVAEZ 03-081
LARA VILLEGAS CARLOS ALBERTO	IMPRESA ART.CLF.	ROCAFUERTE 02-048
CASTILLO ESTHELA DEL CARMEN	GABRIELA FASHION	FLORES 09-070
GALINDO SARZOSA HILDA MELIDA	ALMACEN EL GLOBO	BOLIVAR 06-091
MORENO NAVARRETE JOSE MARCELO	MECANICA E GENERAL	AV F VACAS G 07-041
GRANJA ALMEIDA GLADYS MARIA	ART.CALIF PANADERIA	MEJIA 8-037
ASIPUELA MEDIAVILLA JOSE MIGUEL	CABINAS TELEFONICAS Y PUERTAS	AV M ACOSTA 12-058
MORILLO POZO MIGUEL HERNAN	MECANICA AUTOMOTRIZ	AV F VACAS G S/N
LOMAS HERNANDEZ MARIA CRISTINA	BOUTIQUE LA ELEGANCIA	RAFAEL CARVAJAL 3-133
MORENO AYALA CARMEN ELENA	PICANERIA	AV J ROLDOS S/N 06
URRESTA DELGADO ELBA	RESTAURANT CALIFORNIA	CHICA NARVAEZ 05-091

LOPEZ MONTENEGRO CARLOS ALBERTO	RESTAURANTE ISABEL LA COCINA	GARCIA MORENO 09-28
HIDALGO BERTHA LIGIA	CONFECCIONES RX SPORT	OLMEDO 05-68
GINES SANDOVAL EDGAR PATRICIO	SUPERMERCADO UNIVERSAL	OVIEDO 09-26
ALARCON ARIAS MARCO VINICIO	LABORATORIO	AV V M GUZMAN 08-053
NAZATE ITAS ROSA AURA	VIVERES LA DOLOROSA	V GOMEZ JURADO 3-44
AGUILAR JACOME CARMEN DEL ROSARIO	FRITURAS	OLMEDO 06-050
PAREDES JIJON JOAQUIN	CLINICA METROPOLITANA CONS N 101	CHICA NARVAEZ 04-021
CRUZ CEVALLOS LUIS FERNANDO	CONSULTORIO MEDICO	FLORES 08-029
GALLEGOS HERNANDEZ VINICIO	ART.CALIF SERIGRAFIA	LUIS F VILLAMAR 3-15
PAZMIÑO BONILLA CELIA CONSUELO DEL ROSARIO	RESIDENCIAL MAJESTIC	OLMEDO 07-63
AGUIRRE TERAN JORGE LAURENTINO	ABOGADO	SUCRE 06-24
ENDARA BOLAÑOS FRANCISCO JAVIER	CONSULTORIO MEDICO	CHICA NARVAEZ 4-15
CHAGLLA SANCHEZ ERNESTO	TORNOS	J ZALDUMBIDE 1-58
GUERRERO JORGE IVAN	VULCANIZADORA EN GENERAL	AV C DE TROYA 07-091
GUERRON VALENCIA JENNY GUADALUPE	RESTAURANT EL CHANCE	CHICA NARVAEZ 05-077
SANCHEZ GARCIA JORGE ANIBAL	RESTAURANT EL CHANCE 2	CHICA NARVAEZ 05-077
PIJAL FONTE MARIANA TERESA	BAR DE ESCUELA RICARDO SANCHEZ	IBARRA Y AV JOSE M VACA
MONTENEGRO HUERTAS SECUNDINO BOLIVAR	OPTICA BOLIVAR 2 (+SUCURSAL)	SANCHEZ Y C 08-59
MORENO SEGUNDO NABOR	FRITURAS	OLMEDO 06-038
BASTIDAS OTERO WASHINGTON PATRICIO	MECANICA AUTOMOTRIZ	BOLIVAR 02-080
BOLAÑOS RUALES LIGIA MARIA	CABINAS PORTA IMBACELL	MALDONADO 05-033
SARZOSA TOBAR NELSON OSWALDO	CABINAS TELEFONICAS	AV C DE TROYA 04-011
JARAMILLO ARELLANO NANCY MARIA	COMEDOR DELICIAS DE NANCY	TROYA 2-07
RECALDE ERAZO JOSE ESTEBAN	RESTAURANTE "MESÓN COLONIAL"	ROCAFUERTE 05-053
BASTIDAS SALAZAR GALO EFRAIN	GYM IRONMEN	J D DIOS NAVAS 2-74
PILLAJO CERON VICTOR JULIO	ART.CLF. GUITARRAS	J D DIOS NAVAS 5-11
CARRERA RUEDA LUIS ALBERTO	MECANICA TECNI DIESEL AUTOMOTRIZ	AV J ROLDOS Y 13 DE ABRIL
VASQUEZ PANTOJA LEONIDAS ANTONIO	FOTOGRAFO ART.CLF.	FLORES 09-041
GUERRERO GARCIA EDISON RENE	PIZZERIA METRICA AL PASO	AV V M GUZMAN 04-003
AYALA BEDON LUIS GUSTAVO	CABINAS TELEFONICAS (6)	AV C DE TROYA 09-031
GUDIÑO CHALA TELMO ORLANDO	INMOBILIARIA NUEVA VIDA	PEDRO MONCAYO 13-46
ROSERO URTADO IVAN EDUARDO	DECORAVID	CHICA NARVAEZ 06-020
CALDERON IMBAQUINGO NERY MARIANA	ODONTOLOGO	SANCHEZ Y C 08-88
MIER MENDEZ SUSANA ARACELI	HOSTAL BIREY	AV RIVADENEIRA 2-28
TOROMORENO AREVALO LUCIA DEL CARMEN	LABORATORIO	TROYA 2-29
CISNEROS VASQUEZ WILSON ALEJANDRO	TAPICERIA ALFARO AUTOMOTRIZ	AV ELOY ALFARO 3-028
MORENO RECALDE MARIA AMERICA	RESTAURANTE DOÑA AMERICA	AV RIVADENEIRA 1-40
RECALDE NAVARRETE MARIA MARLENE	BAZAR	CHICA NARVAEZ L-19 MERCADO SANTO DOMINGO
FLORES VACA ELBA SUSANA	FARMACIAS ECONOMICAS	JORGE DAVILA MEZA 1-33

AVILA URIBE MILTON BOLIVAR	ART.CALIF CONFECCIONES MILTON	GARCIA MORENO 08-85
AVILA URIBE MILTON BOLIVAR	VENTA ROPA	GARCIA MORENO 08-85
DE LA PORTILLA VERA MARIA ZOILA	DE TROYA EVENTOS RESTAURANT	OVIEDO 03-76
NAVARRETE PALACIOS EDISON BAKER	TALLER BAKER	JOSE N VACAS 2-29
NUÑEZ ORTIZ EDUARDO MOISES	LICORERIA DELICATESSEN MOISES	SUCRE 03-71
MALQUIN CANACUAN CLARA AURORA	CONFECCION DE PRENDAS	PEDRO RODRIGUEZ 1-23
SAUD GALINDO FAUSTO MICHEL	EL GLOBO	BOLIVAR 06-024
PALACIOS S GUADALUPE GARDENIA	ODONTO LASER	AV A PEREZ G 06-075
ANDRADE TAPIA CARMITA SUSANA	KARAOKE ILUSIONES	J N HIDALGO 3-38
GUDIÑO JARA CECILIA MAGDALENA	INTERNET Y CABINAS TIA CECY	AV CARCHI 1-293
BORJA CRUZ EMMA BEATRIZ	FRITURAS	OLMEDO 06-042
FLORES TORRES JOSE MARIA	TIENDA	PANA NORTE S/N
MORAN BENITEZ ANGEL GUSTAVO	ART.CALIF MECANICA	ARTURO HIDALGO 1-81
SARAVINO FARINANGO	FRITURAS	OLMEDO 06-0
BENAVIDES ORTEGA MARIA BERTILA	CABINAS Y ACCESORIOS	10 DE AGOSTO 02-088
PUPIALES GUALPA LUCIA DEL CARMEN	PICANteria EL PASTUSITO	PANA NORTE S/N JUNTO (GAS.LOS OLIVOS)
PASTAS PUIALES MARIA INES CELINA	VENTA DE ARTICULOS MUSICALES	PEDRO MONCAYO 12-37
ROSERO TAFUR EDUARDO TIBERIO	COPIADORA	FLORES 06-077
ZURITA DOMINGUEZ OSWALDO RENE	VENTA DE COMPUTADORAS	GONZALO GOMEZ J 2-111
JATIVA CASTRO CONSUELO DEL CARMEN	VENTA DE EMPANADAS	GARCIA MORENO 08-20
PAEDES SALAZAR LUIS GUSTAVO	GRAFICOLOR	MANUEL ESPAÑA 1-84
VACA BASTIDAS GUSTAVO FERNANDO	BAZAR	SANCHEZ Y C 03-59
TROYA PEREZ MIRIAN YOLANDA	PICANteria	AV J ROLDOS 01-014
ROSALES CARRANCO OSCAR RENAN	ALQUILER DE MAQUINARIA	GARCIA MORENO 02-39
TERAN AUZ NANCY LEONOR	LIBRERIA SAN JUAN BAUTISTA	FLORES 09-056
ACOSTA PALOMEQUE JUAN ALBERTO	SERVICIO DE FRECUENCIA	JORGE E VILLACIS 1-97
MORALES ARMAS PATRICIO FERNANDO	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	FLORES 07-079
ICHAU CUASQUI AURELIO AUGUSTO	REPUESTOS AUTOMOTRIZ	AV M ACOSTA 15-122
ANDRADE GUAMAN MARGARITA DE LOURDES	RESTAURANT PEKIN	SALVADOR DALI 01-39
CARRERA ORQUERA DANIEL AUGUSTO	RESTAURANTE 7-45 Y SERVICIO DE BANQUETES	OLMEDO 07-45
PAVON MONTENEGRO FAUSTO ANIBAL	BLUSAS FASHION	SANCHEZ Y C 07-79
RECALDE GUERRON JAIME ERNESTO	ART.CALIF JOYERIA	FLORES 07-065
NARVAEZ ISACAS LUIS EDUARDO	CONSULTORIO MEDICO	ELIAS ALMEIDA 04-031
SALAZAR CHAMORRO JOSE FERNANDO	PAPELERIA SUMYCOM	SUCRE 05-40
GUERRERO VALLEJOS PABLO ALCIVAR	PAMESA MODULARES	BORRERO 05-38
JULIO CEVALLOS MIRIAN DEL ROCIO	BAZAR	SANCHEZ Y C 05-68
RODRIGUEZ JACOME ROCIO DEL CARMEN	LABORATORIO CLINICO EMERLAB	AV M ACOSTA 14-168
RODRIGUEZ JACOME ROCIO DEL CARMEN	LABORATORIO CLINICO EMERLAB	AV V M GUZMAN 10-007 Y BRASIL
GRANDA CHUQUIN FRANKLIN HOMERO	ART.CLF.IMPRESA	CHICA NARVAEZ 03-095

MUÑOZ LEON MIRIAM DEL CONSUELO	ART. CLF.JHINOS ROPA DEPORTIV	BORRERO 09-69
ANDRADE AGUINAGA DOLORES JUDITH	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	OLMEDO 07-74
ANRANGO APUANGO LUZ MARIA	PICANteria	OLMEDO 06-010
RIVAS VALENZUELA MANUEL ARMANDO	ELECTRONICA COLON	AV CARCHI 2-038
ROBLES BORJA ALICIA MARLENE	VENTA DE MIEL DE ABEJA	MEJIA 2-009
GUERRA HERNANDEZ SONIA MARIA	VENTA DE NOGADAS	OLMEDO 06-106
CARLOSAMA QUISINTUNA JAIME ELIAS	TALLER REPARACION ELECTRODOMESTICOS	BORRERO 09-09
FLORES REALPE CARLOS MARCELO	AVICOLA	ESMERALDAS S/N
PINEDA FLORES MARIA MAGDALENA	HOSTAL PUERTA DEL SOL	SANCHEZ Y C 08-82
PINTO BENITEZ MARISOL ELIZABETH	CLINICA IBARRA LABORATORIO CLINICO	JORGE DAVILA MEZA 1-10
PINTO BENITEZ MARISOL ELIZABETH	LABORATORIO CLINICO	RAFAEL CARVAJAL 1-39
NAVARRETE NAVARRETE CESAR RICARDO	ALMACEN DE ROPA	OLMEDO 05-80
MONCAYO ALBAN OLMEDO HIPOLITO	CAFE ARTE GALERIA	J SALINAS 05-035
CUASAPAS JACOME CARLOS IVAN SN	AUTO CONTROL ELECTRICO	GRIJALVA 9-37
MORAN BENITEZ RUPERTO ANIBAL	MECANICA SERVIAUTO MORAN	LUIS C TOBAR 06-028
ARCINIEGA SARMIENTO LUZ ELVIRA	ODONTOLOGO	BOLIVAR 06-060
ENDARA BRITO PAULINA PATRICIA	CELEBRACIONES INF.RAYITO	ERNESTO MONGE 1-204
VEGA CASTILLO IVAN	TALLER VEGA	13 DE ABRIL 16-57
CUYAGO SANDOVAL GLORIA PIEDAD	GABINETE	GARCIA MORENO 07-76
ANDRADE VARGAS MARLON TIBERIO	LABORATORIO DENTAL DENTOLUX	A MOSQUERA N 03-041
ALBAN VINUEZA FRANKLIN ALEX	MECANICA EN GENERAL/	AV F VACAS G S/N
ARCINIEGA MARIA DE LOURDES	BAR SCRAP	ROCAFUERTE 05-078
CASTELLANOS ZUMARRAGA NARCIZA	TIENDA VIVERES DANSHELY	AV ELOY ALFARO 4-034
ARIAS SAHONA JANETH IBARRURI	FARMACIA STO DOMINGO	TROYA 1-34
AVELLANEDA MONTALVO MYRIAM	MINI MARKET ISRAEL	ABELARDO 6-56
TAFUR MOLINA LUCILA ESPERANZA	FERRETERIA ECONOMICA	PANAMA 2-85
PABON CONSUELO NOHEMI	MULTIREPUESTOS IBARRA	AV RIVADENEIRA 3-61
CABASCANGO HERRERA JORGE ANIBAL	LABORATORIO FOTOGRAFICO	CHICA NARVAEZ 06-070
CRUZ CEVALLOS JUDITH COROMOTO	BAZAR	FLORES 08-021
PAZMIÑO DELGADO CARMITA BEATRIZ	FABRICA DE BLOQUES	AV F VACAS G S/N
RUALES RUALES CARLOS VICENTE	ROPA Y EQUIPO MEDICO	RAFAEL CARVAJAL 1-20
RUALES RUALES CARLOS VICENTE	CAFE EL CAFETAL	LUIS VARGAS T 3-43
PROAÑO OLMEDO HUGO ROMAN	ART.CALIF ARTICULOS DE CUERO	SANCHEZ Y C 04-15
JUMA ROSERO NELSON BOLIVAR	INMOBILIARIA	SUCRE 03-23
RIVERA NUÑEZ PIEDAD ESTELA	CABINAS TELEFONICAS	OLMEDO 04-49
PAVON BAEZ BADI RAUL	AUTOPARTES	AV RIVADENEIRA 3-19
SOLANO TERAN MARCO GERMAN	AUTOMOTRIZ DIESEL HINO	LUIS F BORJA 01-027
QUIGUANGO VASCONEZ	GIMNASIO	FLORES 13-050
SARAGURO DUEÑAS NARCISA DE JESUS	PENSION ÑUKANCHIK WASI	FLORES 10-013

VASQUEZ OCHOA OSCAR FABIAN	PATIO DE CARROS VASCAR	AV C DE TROYA
YEPEZ CHAVEZ CRISTINA IBETH	LIBRERIA MANANTIAL	AV M ACOSTA 13-016
LOPEZ MARTINEZ NATALIA MARLENE	COMEDOR BOCADITO	L C BORJA 01-91
TRUJILLO GUERRON MILTON RODRIGO	MEDICO	LUIS VARGAS T 4-19
TRUJILLO GUERRON MILTON RODRIGO	MEDICO	LUIS VARGAS T 2-37
TRUJILLO GUERRON MILTON RODRIGO	CONSULTORIO MEDICO	LUIS VARGAS T
RUALES PABON EDWIN MAURICIO	IMPRESA OFSET B&D	GRIJALVA 7-48
MALES TERAN NANCY YOLANDA	PICANERIA POCHITOS	PEDRO RODRIGUEZ 2-23
VILLA GONZALES WILSON MARCELO	JOYERIA	SANCHEZ Y C 02-81
LOPEZ MORALES CARMEN CECILIA	COMIDAS	OLMEDO 06-066
NAVARRETE ALMEIDA	RESTAURANTE CHARLOTTE	BOLIVAR 04-007
ESCOBAR ZUMARRAGA EDGAR	MOBILIARIA IMBAMERICA	CHICA NARVAEZ 06-049
PAZMIÑO BONILLA SILVIA JANETH	PAPELERIA	BOLIVAR 02-023
QUISHPE GUANOLUISA MARIA LUISA	HOTEL SUEÑO REAL	AV V M GUZMAN 01-006
MATUTE ORTIZ JACQUELINE	MI BAMBU MUEBLES/	AV M ACOSTA 23-052
CARRION PABON EDISSON JAVIER	VENTA DE REPUESTOS	AV RIVADENEIRA 3-47
ENRIQUEZ AGUIRRE JAVIER HIPOLITO	ACUARIO	FLORES 09-069
LOPEZ AGUIRRE LUIS FRANCISCO	VENTA DE REPUESTOS ELECTRONICO	AV RIVADENEIRA 3-29
ALMEIDA GALEANO ARTURO BAYARDO	IMBAREPUESTOS "LUBRICANTES"	AV RIVADENEIRA 3-20
SOLIS SOLIS LIVIA IRENE	JUEGOS ELECTRONICOS	A GOMEZ JAIME 2-075
ENDARA FLORES DIEGO FERNANDO	CENTRO DE MANEJO INTEGRAL DE HPV	C GOMEZ JURADO 03-112
GUERRERO SILVIA JAQUELINE	CAFETERIA	GARCIA MORENO 04-50
LOPEZ GRIJALVA EDWIN DAVID	DISTRIBUCION PERIODICO	CHICA NARVAEZ 06-015
TORRES GRIJALVA FAUSTO RAMIRO	PICANERIA	J HERNANDEZ 2-217
GALARRAGA PONCE WILMAN MIGUEL	ART.CLF.ELECTRICISTA	ELIAS ALMEIDA 03-052
PALACIOS SANDOVAL JORGE ANIBAL	ART.CALIF RECTIFICADORA PALACIOS	AV 17 DE JULIO 02-056
VILLEGAS DE LA CRUZ CARLOS FERNANDO	INACTIVO DIMATEC	CHICA NARVAEZ 02-090
GONZALEZ BEDON MANUEL FABIAN	FABRICACION DE MEDIAS	MARCO NICOLALDE LEON JUNTO CEMENTERIO PAZ
PASTRANA SEVILLANO MARIA TARCILA	VIDEO GALAXIA	AV RIVADENEIRA 2-13
TUZ ANITA CECILIA	PANADERIA	BOLIVAR 02-023
RECALDE VASQUEZ DIANA XIMENA	MI SPA	OVIEDO 04-44
MICHILENA MICHILENA LIDIA YOLANDA	DECORACIONES MILENIUN	AV RIVADENEIRA 5-017
FLORES CARLOSAMA WILFRIDO NESTOR	TORNO WILO FLORES	AV F VACAS G 08-114
CANACUAN QUINTERO EULALIA	CAFETERIA ESTUDIANTIL	AV 17 DE JULIO UTN
CALVACHE ROMERO CARLOS GUSTAVO	ARTE Y COLOR PUBLICIDAD	MEJIA 7-019
LASTRA GALINDO MARTIN MARCELO	BAR KARAOKE MOJITO	AV J ROLDOS SN
FLORES GONZALEZ JOSE ROBERTO SN	ECLIPSE BAR	AV RIVADENEIRA 2-55
CRUZ CEVALLOS EMMA SIOMARA	FARMACIA ALEMANA	AV V M GUZMAN 10-047
VALLEJO HERNANDEZ JULIA MARIA	KARAOKE LA FUENTE	SANCHEZ Y C 06-61

CALDERON VALLEJO EDGAR DANIEL	AUTO LINEA	PEDRO MONCAYO 12-26
VACA MOROCHO WELLINGTON ALTAMIR	RESTAURANTE EL TENEDOR	BORRERO 06-59
BENAVIDES MACHADO GUILLERMO GERMAN	EL MOLINO COMIDAS PREPARADAS	AV CARCHI 1-118
MIRANDA REALPE JORGE HUMBERTO	INTERNET	AV RIVADENEIRA 2-28
VITERI VASQUEZ KLEVER EDISON	BAZAR Y PAPELERIA	AV F VACAS G 06-010
JIMENEZ AREVALO ROSA BEATRIZ	GABINETE ART.CLFC.	GARCIA MORENO 08-76
CANO ROSERO ROSA MATILDE	TIENDA ZOILITA	MALDONADO 05-039
LOYO NARVAEZ MANUEL EDUARDO	MOTO HOUSE	ELIAS ALMEIDA 01-145
VASQUEZ TORRES PABLO ESTEBAN	AUTO REPUESTOS VASQUEZ	AV RIVADENEIRA 4-09
ARCINIEGAS PAREDES CARLOS GENARO	AUTOREPUESTOS ARCINIEGAS	AV RIVADENEIRA 4-11
RAMIREZ PONCE FANNY ESTHER	VENTA DE ALARMAS	J SALINAS 01-045
ORTIZ PRADO CARMEN JACQUELINE	FARMACIA ECONOMICA EL CISNE	BOLIVAR 03-041
ORTIZ PRADO CARMEN JACQUELINE	FARMACIAS ECONOMICAS SOFIA	LUIS VARGAS T 2-25
SIERRA CEVALLOS BETTY ELIZABETH	MICROMERCADO CHARLYS	TULCAN 1-530
MONTENEGRO VALENZUELA TARCICIO ERMILO	ART.CALIF RECTIFICADORA DE CABEZOTES IBARRA	RAMON ALARCON 3-105
PAREDES CADENA RUBI ELIZABETH	FUENTE DE SODA BERMEJITA NRO	OLMEDO 07-15
RECALDE SALGADO GILDA MARIELA	REYCA VENTA DE CAUCHOS	AV RIVADENEIRA 4-97
ANDRADE COLLAGUAZO JAIME ABEL	LABORATORIO DE REBOBINAJE	AV F VACAS G 05-079
YEPEZ MICHILENA BLANCA MERCEDES	FABRICACION DE BORDADOS	BORRERO 04-51
VIZCAINO BENAVIDES CARLOS PATRICIO	MECANICA AUTOMOTRIZ SAAB	J HERNANDEZ
VILLEGAS BOLAÑOS LUIS EDUARDO	MECANICA DE TORNOS	PASTORA ALOMIA 5-46
GARCIA ANDRADE EDWIN FERNANDO	DISCOTECA ZOOM	FLORES 03-077
MENDOZA COLIMBA JORGE VINICIO	JOYERIA Y RELOJERIA	AV RIVADENEIRA 3-12
ARCINIEGA MONTALVO TITO EDISON	RESIDENCIAL BAHAMAS	CHICA NARVAEZ 04-044
ORTEGA PANTOJA JANNET LUCIA	BALANCEADOS	J HERNANDEZ
ESPINEL JARA SARA LUCIA CONCEPCION	AQUILER EQUIPOS COMPUTACION Y COMIDA RAPIDA	AV 17 DE JULIO 06-034
MORA GRIJALVA SILVIA DOLORES	SEMILLITAS DEL FUTURO	A MOSQUERA N 01-159
VALLEJOS VILLOTA PEDRO BOLIVAR	VENTA DE AFICHES	GRIJALVA 7-10
MUÑOZ IMBAQUINGO NANCY OLIVA	CABINAS TELEFONICAS	LUIS VARGAS T 3-37
MUÑOZ IMBAQUINGO NANCY OLIVA	LA SALUD FARMARED	LUIS VARGAS T 3-39
MATEUS YANEZ LAURA JACQUELINE	CENTRO DESARROLLO INFANTIL SAN MARTIN	SALVADOR DALI 02-33 Y MIGUEL ENDARA
ROSALES PORTILLA VERONICA DANIELA	LA MERCED CASA DE VELACIONES	FLORES 09-035
QUIROZ MOREJON WISTON BENEDICTO	HOSTAL VILLA FRANCA	VIA URCUQUI KM1
QUIROZ MOREJON WISTON BENEDICTO	HOSTAL SABADELL	TULCAN 2-120
BATALLAS GUERRA	VENTA DE LLANTAS	AV C DE TROYA 07-103
URCUANGO ANRRANGO	MECANICA GENERAL	AV C DE TROYA 09-059
MAYA GUERRERO HIPATIA LORENA	VENTA DE COMPUTADORES	A GOMEZ JAIME 2-082
MAYA GUERRERO HIPATIA LORENA	SERVICIO TECNICO DE EQUIPOS	A GOMEZ JAIME 2-062
SIMBAÑA VILLARREAL ABDON MARCE	CABINAS TELEFONICAS	CHICA NARVAEZ 01-030

PAVON VARGAS SILVIA ELIZABETH	TIENDA	AV CARCHI 1-025
MEJIA PONCE JOFRE EDISON	TALLERES JM	AV F VACAS G S/N
RUANO DIBUJES SEGUNDO TOMAS	COMEDOR BLANQUITA	AV F VACAS G 03-074
SIMBA CUASQUER MIGUEL ANGEL	MECANICA	AV C DE TROYA 06-034
SIMBAÑA QUINCHE VICTOR HUGO	INNOVACION PICHÍ SPORT	ELIAS ALMEIDA 01-069
TORRES MONTALVO JOSE ELIAS	RESTAURANTE LA CASA DE LA P.	GARCIA MORENO 07-44
PAUCAR HUERTAS ELIAS IGNACIO	NOVASERVIS	AV V M GUZMAN 06-025
YEPEZ MICHILENA NARCISA DE JESUS	VIVERES AMIGUITOS	LUCIO TARQUINO PAEZ 3-15
VARGAS PALLO BLANCA MARGARITA	LA SUPER PARRILLADA	AV C DE TROYA 05-089
POZO ORTEGA SORAYA GUADALUPE	LA DELICIA	SANCHEZ Y C 06-78
PEPINOS ZULETA GRETA MARIVEL	VENTA DE REPUESTOS SERVI REPUESTO AUTOMOTRIZ	AV RIVADENEIRA 5-007
FLORES NOBOA JAIRA MARIANELA	VENTA DE PLASTICOS	J HERNANDEZ S/N
VILLEGAS PAREDES LAURA PATRICIA	NOR PAPEL PAPELERIA	FLORES 08-055
ALMEIDA MORILLO PAUL SOLIN	CARROCERIAS LENIN	AV F VACAS G Y BOLIVIA
MIRA VASQUEZ MARCO BOLIVAR	SALA DE BELLEZA	LUIS VARGAS T 5-42
VILLOTA ALBAN DIEGO MAURICIO	GLASS VIDRIERIA	CHICA NARVAEZ 06-059
VERA GOMEZ FELIPE RAUL	LICORERIA SEVEN&LEVEN	SUCRE 05-62
PORTILLA PORTILLA MIRIAM DEL ROCIO	VIDRIERIA	AV F VACAS G 04-070
RUALES SALAZAR CARLOS FRANCISCO	CONSULTORIO ODONTOLOGICO	J ZALDUMBIDE 1-34
CANGAS SALAS MANUEL ROLANDO	RESTAURANT LA CHOZA	SUCRE 06-70
MORENO SANCHEZ SEGUNDO GERMAN	VENTA DE PINTURAS EUROCOLOR	PEDRO MONCAYO 12-68
LOPEZ LOPEZ SANTIAGO HERNAN	CABINAS TELEFONICAS (6)	AV 17 DE JULIO UTN
PINEDA TOCTAQUIZA PABLO MARCELO	SUPER FERRETERIA	AV F VACAS G 09-054
FARINANGO AGUIRRE HENRY RENAN	COMERCIALIZADORA AGUIRRE	J N HIDALGO 2-24
PORTILLO ROSERO BRIAN ALEXANDER	ODONTOLOGO	CHICA NARVAEZ 01-011
ORTIZ GUERRA SANDRA JEANETH	HELADERIA COCOLITO	FLORES 05-012
ORTIZ GUERRA SANDRA JEANETH	CENTRO ESTETICO VIDA SANA	SUCRE 03-41
GAMBOA GAMBOA AMADA MACLOVIA	CITY LLANTAS	AV C DE TROYA 07-105
ZURITA GALLEGOS ZULEMA CARLINA	ODONTOLOGO	OVIEDO 08-24
VARGAS MUENALA MARIA TRANSITO	SURTIMEDIAS L'AVENIDA	AV M ACOSTA 12-046
CHECA BONILLA MARINA GIOCONDA	CABINAS E INTERNET	AV RIVADENEIRA 4-20
CARDENAS MARIN ALVARO	EMPAQUES LA MINGA	J HERNANDEZ SN
BENAVIDES HERNANDEZ CARLOS IVAN	LICORERIA EXPRESS	AV RIVADENEIRA 1-50
RODRIGUEZ QUIÑA CARMEN INES	GABINETE ART.CLF.	AV RIVADENEIRA 3-10
HIDALGO FLORES ROBINSO CRUSOE	METALMECANICA FORTEX	MEJIA Y AV C DE TROYA
ERAZO GUIZ EDUARDO FABIAN	CHEVROLMOTOR	AV RIVADENEIRA 2-17
NARVAEZ AYALA ANABELA DEL ROCIO	PICANTERIA	OLMEDO 03-69
MORALES ILES JOSE ARTURO	ZONE BIKERS	FLORES 10-069
RAMOS PAEZ ALICIA DEL CARMEN	BAZAR Y PAPELERIA PAULIS	LUIS VARGAS T 2-05

CANGAS BAEZ EDGAR VINICIO	RESTAURANT RANCHO FATIMA	PANA NORTE S/N
PALACIOS JACOME CRISTIAN PIER	VENTA DE ELECTRODOMESTICOS	SUCRE 06-24
TANDAYAMO TERAN EDISON	RESTAURANTE CLASSIC	JUAN MONTALVO 04-093
MOROCHO GUERRON SORAIDA ALICIA	TIENDA	LUIS F BORJA 16-040
REINA VASQUEZ DARWIN IVAN	VENTA DE PINTURAS UNICOLOR	AV F VACAS G 11-050
ANDRADE VARGAS ADRIANA LILIBERT	LA CUCHARA DE MAMA GOLA	GARCIA MORENO 04-23
DIAZ QUINTEROS LUCIO PATRICIO	PLAY MASTER	A GOMEZ JAIME 2-075
MARROQUIN CISNEROS RAMIRO FERNANDO	IMPRENTA	CHICA NARVAEZ 03-089
GARCIA NAVARRETE LIZETH GABRIELA	ABASTOS	BORRERO 09-52
CHULDE ANDRADE JULIA ELIZABETH	FARMACIA AJAVI	AV V M GUZMAN 09-051
MORAN ALMEIDA LENIN OMAR	HIERROS ARTISTICOS	TROYA 5-33
AGUIRRE ZUNIGA MARIA FERNANDA	ALQUILER DE VIDEO JUEGOS	A GOMEZ JAIME 6-054
ALMEIDA MORALES NELSON GUILLERMO	ART.CALIF SERIGRAFIA MASTER	RAFAEL VARELA 11
TULCANAZA PIARPUENZAN FAUSTO XAVIER	GABINETE	GRIJALVA 4-46
BATALLAS GUERRA SILVIO RENE	VENTA DE LLANTAS USADAS	AV F VACAS G 07-035
COBO TORRES YOLANDA HUBERLIZA	TERCENA LA ESPECIAL	AV J ROLDOS 09-057 Y RAMON ALARCON
MUÑOZ DIAZ MARIA ELINA	GABINETE	BORRERO 08-28
CUESTAS TIRIRA CLARA ISABEL	IBERO AMERICA EDICIONES	CHICA NARVAEZ 04-010
NARVAEZ AGUIRRE JOSE MANUEL	CABINAS	AV RIVADENEIRA 5-019
YANDUN VIZCAINO CARMEN AMELIA	PANADERIA	A GOMEZ JAIME 1-092
MENA SALAS ANGEL JAVIER	METALICAS MENA E HIJOS	BRASIL 1-12
MARTINEZ BENITEZ FRANKLIN ISRAEL	KARAOQUE TURCOS BAR	FLORES 07-081
YEPEZ MANOSALVAS CARMEN EMILIA	PANADERIA JOSIAS FRANCES	J HERNANDEZ SN
CABASCANGO ULLOA MARA NICOLASA	CAFE CON EMPANADAS	AV M ACOSTA 12-018
ARMAS TAPIA GIOVANA PAOLA	INDUSTRIAS PALUGI	JORGE DAVILA MEZA
REYES ACERO SANDRA JACQUELINE	TIENDA NICOLES	COLINAS DEL SUR SIMON
CHEZA HEREDIA ALBA MARIANELA	VIVERES YADIRA	EL OLIVO
FUENTES SARCHES ROSA MARIA	TIENDA	SANCHEZ Y C 06-07
HERNANDEZ BENITEZ RAMIRO	VENTA DE LLANTAS Y AROS	AV C DE TROYA 10-045
VILLARRUEL OBANDO MARIA DE LOS	DISCOTECA EL TERRAT	ERNESTO MONGE
VISCAINO CARVAJAL EDWIN GEOVANNY	CAFETERIA RICO COFFE	OLMEDO 07-77
CHURTA DIAZ RUBI ESPERANZA	SALA DE BELLEZA	SANCHEZ Y C 04-22
HUERTAS VELA LEONEL FABRICIO	FATAGENET	SANCHEZ Y C 03-09
COLLAGUAZO POMASQUI DORA ELIZABETH	KARAOKE MI REY	GRIJALVA 7-37
NUÑEZ SALAZAR EDUARDO XAVIER	NOGADAS Y ARROPE DE MORA DE ANA DE	SANCHEZ Y C 07-71
MUÑOZ SIERRA NORMA DANIELA	SERVICIO COSMETOLOGICO	GRIJALVA 5-44
MELO MARTINEZ ROBERTO WLADIMIR	ENMARCACIONES MELTOR	OLMEDO 05-29
CAZAR VIVERO MARIA ISABEL	CITY PET	AV C DE TROYA 09-208
VARGAS ORTEGA CARLOS JAVIER	BAZAR	OVIEDO 05-56

VACA RODRIGUEZ EDWIN ERASMO	LUBRICANTES VACA	PEDRO MONCAYO 12-12
PUMA PUMA JOSE REINALDO	PANADERIA	OLMEDO 03-87
SINGAUCHO ERAZO WASHINGTON PATRICIO	VENTA DE REPUESTOS	AV RIVADENEIRA 3-09
AGUIRRE HIDALGO OLGA LIDIA	PAN VICTORIA	AV C DE TROYA 11-014
TUZA VINUEZA ADRIANA ELIZABETH	CEVICHERIA MAR Y TIERRA	AV C DE TROYA 10-183
ROSERO VENALCAZAR CRUZ VICTORIA	PICANteria	AV J ROLDOS 10-022
IASILLO MIRANDA RICARDO ANIBAL	BAIRES CENTER	AV RIVADENEIRA 6-069
RODRIGUEZ LEITON LAURO CESAR	ART.CLF.ELECTRICISTA	FLORES 13-094
COLIMBA ALTAMIRANO NELLY	RESTAURANTE FOGON DEL PAISA	AV C DE TROYA 06-127
HIDALGO FLORES HIPOLITO HERIBERTO	CONSTRUMETAL	TROYA 3-97
BELTRAN QUINCHA MONICA	BAZAR	CHICA NARVAEZ 02-067
CRIOLLO RUALES SANTIAGO FERNANDO	LAS GOLOSINAS DE SANTI	AV C DE TROYA 02-112
VITERI ARCOS CHRISTIAN GABRIEL	VIVERES PAOLITA	AV J ROLDOS 04-040
CASANOVA SALVADOR	PAPEL & ARTS	FLORES 07-061
CEVALLOS CAIZA LUIS MAURICIO	VENTA DE GAS	PICHINCHA Y 13 DE ABRIL
CADENA BURBANO ERIKA VANESA	VERTIENT DAY SPA	OVIEDO 05-66
CADENA BURBANO JORGE ALBERTO	VENTA DE COSMETICOS PERF	OVIEDO 05-70
CARRILLO ALMEIDA ROMEL FRANCISCO	LICORERIA	BOLIVAR 04-012
SANCHEZ LECHON MARIA ISABEL	BAZAR Y FLORISTERIA	SANCHEZ Y C 08-30
GARCIA MENA AMANDA MARIA	REPARACION DE MOTOCICLETAS	ELIAS ALMEIDA 01-139
ANDRADE ACOSTA MIRYAN RAQUEL	IMPRENTA	MALDONADO 07-063
MIÑO FLORES YESENIA ELIZABETH	CAFETERIA KANELA & PIMIENTA CAFE AND GRILL	GRIJALVA 4-12
HUERA GARCIA SEGUNDO GALO	TIENDA	J HERNANDEZ SN
BASTIDAS DIAZ SONIA MARICELA	PELUQUERIA EL MUNDO DEL CABELLO	SANCHEZ Y C 03-53
MENA MARTINEZ BRONDON MARTIN	IMPRIMAX IMPRENTA DIGITAL	OLMEDO 04-77
GOMEZ TERAN CHRISTIAN ESTEBAN	CABINAS E INTERNET	AV ELOY ALFARO 3-082
CALPA TUPUE MANUEL MESIAS	FABRICA DE BLOQUES	FRAY B DE LAS CASAS 2-34
QUINTANA VACA LUCIA ELIZABETH	RODEO LOTHER IBARRA	CHICA NARVAEZ 06-049
PEÑA MELO MILTON ANDRES	INACTIVO BAR RESTAURANTE	EL OLIVO FRENTE
CALDERON RIVERA MARIA ELENA	VENTA DE CERAMICA	AV F VACAS G 04-034
ANRRANGO SANDOVAL MARLENE	PANADERIA	BORRERO 10-75
MINA MALDONADO JOSE ROBERTO	RESTAURANT	OVIEDO 08-12
MUÑOZ GUERRERO MARIA JULIA	RESTAURANT DOÑA MARY	AV C DE TROYA 10-078
PEÑAHERRERA ANDRADE ANA SILVANA	PAPELERIA RAMANGEL	CHICA NARVAEZ 02-035
ROJAS MENA JAIRO SANTIAGO	M&M IMPRENTA DIGITAL	FLORES 09-063
CALDERON PUEDMAG VIVIANA	LUBRICANTES	AV 17 DE JULIO 02-134
CALDERON PUEDMAG VIVIANA DEL ROCIO	VENTA DE REPUESTOS DE COMPUTADORAS	AV 17 DE JULIO 02-134
FLORES OBANDO MAURICIO ALEXANDER	TELEFONIA PORTA INVACELL	PANA NORTE S/N (GAS.LOS OLIVOS)
NOGUERA MORILLO SANDRA MARLENE	LUBRI-REPUESTOS ANTHUA	PIEDAD GOMEZJURADO 1-35

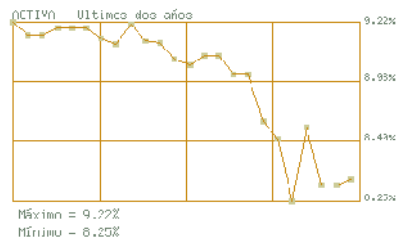
MERA BATALLAS EDWIN PATRICIO	OPTICA MERA	AV J ROLDOS Y ANGEL MENESES
VITERI LOPEZ KATHERINE ELIZABETH	TULIPAN	OLMEDO 04-38
ZAMBRANO TOAQUIZA JOHNNY ERNESTO	PAPELERIA	SUCRE 06-80
VASQUEZ BENAVIDES EDISON ANTONIO	ART.CALIF MONTAJES Y FUNDISIONES ANTONIO VASQUEZ	LUIS F MADERA 1-64
CIFUENTES PAREDES ANA LUCIA	CAFATERIA	AV J ROLDOS S/N
YEPEZ MORALES ELVA ZULEMA	GABINETE	AV F VACAS G 08-136
PORTILLA NARVAEZ MARCIA CLAUDINA	PANADERIA Y TIENDA	GABRIELA MISTRAL 2-031
MORILLO TAIBE JOHANN ANDRES	SERVICIO DE COMPUTADORAS	TROYA 3-71
MALQUIN GUERRON EDISSON VINICIO	LA CASA DEL CAUCHO MC	AV RIVADENEIRA 3-31
HERRERA ANDRADE GABRIELA ALEXANDRA	VENTA DE LUBRICANTES	AV C DE TROYA 04-068
MARIN CAMBELL RICHARD GUTEMBERTG	DEPOSITO DE MADERA	AV M ACOSTA 14-166
CHAUCA NARVAEZ ALEXANDRA PIEDAD	RESTAURANT FERNANDITA	GONZALO GOMEZ J 1-050
PEREZ CACUANGO ALICIA	SALA DE BELLEZA	LUIS F BORJA 01-030
TIPAN HERRERA CRISTIAN JOSE	TRANSPORTE EXPRESO	GRIJALVA 6-68
VACA RODRIGUEZ OSCAR JAVIER	LUBRICANTES	ELIAS ALMEIDA 01-141
REVELO IMBACUAN JORGE EDWIN	COPIADORA DE LLAVES	ELIAS ALMEIDA 01-073
GRANJA TOAPANTA JUAN PABLO	CARPINTERIA	BOLIVAR 03-030
TAPIA VARGAS ERMAN RENE	RECONSTRUCCION DE CABLES	AV F VACAS G 07-037
AGUIRRE SANTI JHONNY FABRICIO	INTERNET	AV J ROLDOS 09-041
MATEUS BASTIDAS JESSICA ANDREA	MATEUS GYM	J D DIOS NAVAS 2-54
PAREJA VEGA RAMIRO ESTEBAN	IMPRENTA	FLORES 09-068
PONCE SEVILLANO CHRISTIAN FERNANDO	COPIADORA COPY COM	FLORES 03-039
HERNANDEZ POZO MERCY VIVIANA	CABINAS TELEFONICAS	HONDURAS 04-83
HERRERA ALVAREZ MARIA EUGENIA	CEVICHERIA LA CARRETITA	AV C DE TROYA 09-160
ORTIZ CONDO DIANA PATRICIA	PANADERIA FRESPAN	AV C DE TROYA 08-033
ORTIZ CONDO DIANA PATRICIA	CABINAS TELFONICAS	AV C DE TROYA 09-044
ALULEMA MEDINA PEDRO PABLO	PINTAR COURD	OLMEDO 07-28
MITIS PUPIALES FERNANDO FRANCISCO	RESTAURANT PARADEDERO EL PASTUSITO 2	PANA NORTE EL OLIVO
SANDOVAL PILLAJO ANA LUCIA	CABINAS TELEFONICAS	AV J GUZMAN RUEDA (FRENTE U.CATOLICA)
TABANGO ARTEAGA ROSA GABRIELA	STREME NET SERVICE	BOLIVAR 06-58
CISNEROS SANCHEZ WILSON MIGUEL	CABINAS TELEFONICAS	GRIJALVA 8-23
COLLAGUAZO ANDRANGO DIEGO JAVIER	PIZZERA Y CAFETERIA EL MANA	AV J ROLDOS 03-012
ORTEGA MUGMAL ANA LUCIA	CABINAS E INTERNET	AV M ACOSTA 13-012
MARTINEZ TERAN NARCISA CUMANDA	INTERNET	AV V M GUZMAN 01-006
AYALA HERRERA LUIS GERMAN	CABINAS TELEFONICAS (4)	CHICA NARVAEZ 02-007
AYALA HERRERA LUIS GERMAN	CABINAS	AV F VACAS G 12-052
NAVAS HERNANDEZ JORGE STALIN	METALMECANICA	GARCIA MORENO 02-70
CHULDE ANDRADE LUIS EDUARDO	NETGLOB	AV J ROLDOS 04-028

ISIZAN NOVOA ALEXANDRA ELIZABETH	RESIDENCIAL LA MERCED	SANCHEZ Y C 06-34
GRIJALVA MENESES ALVARO	WORLD AUDIO	AV C DE TROYA 11-018
ROJAS BUITRON MARCELO ADRIAN	INTERNET ENTER - TECHNOLOGY	J D DIOS NAVAS 5-55
POTOSI GUBIO MIRIAN EMPERATRIZ	CAFE PUSKIN	OLMEDO 07-75
POZO CHIRIBOGA TATIANA YOLANDA	PICANTERIA	SUCRE 04-04
ARCINIEGA AVILA SILVIA PAULINA	JUEGOS ELECTRONICOS EXTREME GAME	PANA NORTE (INTERIOR TALLER ARCINIEGA)
BASTIDAS GORDON LUZ MARGOT	FERRETERIA FERRO IDEAL	SANCHEZ Y C 04-07
PITA QUINTANA ALEJANDRO GAVINO	PENSION LAS GARZAS	FLORES 03-013
GUERRA TERAN SONIA MARYURI	VITRINAS GUERRA	AV RIVADENEIRA 5-011
GUERRERO GUEVARA EDINSON ROLANDO	ALQUILER DE VAJILLAS	AV ELOY ALFARO 2-076
HEREDIA ANRANGO CRUZ ELENA	VENTA DE ROPA	FLORES 07-055
VALDEZ PERUGACHI VIOLETA CRISTINA	TIENDA	OLMEDO 03-07
BURBANO GONZALEZ ALBA CECILIA	CENTRO INFANTIL LAPICITOS DE COLORES	GARCIA MORENO 03-08
ROMERO ESPINOSA MARIA ISABEL	REPUESTOS LADA	AV RIVADENEIRA 3-39
ALARCON ALVARADO CLAUDINA	CARNAVI	MEJIA 6-055
PEÑAFIEL ARELLANO JESSICA ALEJANDRA	VENTA DE LUBRICANTES	A MONCAYO 1-064
TAPIE HERNANDEZ LIDIA CARLINA	RESTAURANT OCCIDENTAL	AV F VACAS G 08-174
BASTIDAS IBUJES JUAN CARLOS	CREATIVOX	FLORES 12-047
VASQUEZ ROSALES MAYRA CRISTINA	VENTA DE VIDEOS	OLMEDO 03-34
MONTEROS SALAZAR HECTOR	VENTA DE MUEBLES DE OFICINA	AV RIVADENEIRA 4-09
GONZALEZ VILLAGRAN EDISON IVAN	PANADERIA TIO IVAN	AV M ACOSTA 23-024
CRIOLLO MUEPAZ EDISSON FRANCISCO	CABINAS	AV C DE TROYA 02-112
NEJER HARO VERONICA ALEXANDRA	COMPUTER & TECHNOLOGY	FLORES 12-053
GARZON PEREZ CAROLINA	SALA DE BELLEZA KERLLY	J D DIOS NAVAS 3-40
OVIEDO HUERTAS XIMENA GRICELDA	PLAGAS LICORES Y VIVERES	AV CE DE TROYA 07-087
CUAMACAS IBUJES PATRICIO ROLANDO	ALQUILER DE VIDEO JUEGOS	EL MILAGRO EL CEREZO 04-28
RECALDE COLLAHUAZO DIANA	VENTA PRENDAS DE VESTIR	MEJIA 1-076
MALDONADO ESPINOSA MARIA CUMANDA	VENTA DE COMIDAS	AV 17 DE JULIO 05-038
ESPINOSA PINTO IRALDA JANETH	PELUQUERIA	GRIJALVA 7-22
COLIMBA SANDOVAL MARIA VIRGINIA	VENTA DE COMIDA	JORGE DAVILA MEZA 5-011
CARRILLO PAZ Y MIÑO JUAN ARMANDO	COPIAS LOCAL 2	AV J GUZMAN RUEDA (U CATOLICA)
REA REYES MARCELO GIOVANY	VENTA COMPUTADORAS Y ACCESORIOS, INTERNET EVOLUCION DESING	AV J ROLDOS 10-024
SAGAL MOYA PAULINA ALEXANDRA	VENTA DE ACESORIOS ELECTRICOS	AV C DE TROYA 08-129
ESTEVEZ MORA PATRICIO	PUBLICIDAD	ROCAFUERTE 06-024
FLORES SIMBAÑA MARCIA ELIZABETH	FARMACIA SOLIDARIA 2	PANA NORTE S/N
JIMENEZ GUERRERO VERONICA ELIZABETH	MICRO MERCADO NUEVO HOGAR	MEJIA 4-030
VINUEZA DAVILA JUAN JOSE	VENTA DE PERFUMES YAMBAL	OLMEDO 07-65
HERRERIA CAMBELL JOFFRE FABIAN	ASERRADERO	13 DE ABRIL Y AMBATO
FERNANDEZ GUERRERO MONICA ANDREA	SERVICIO DE PUBLICIDAD GUIA	AV F VACAS G 06-143

	IBARRA.COM	
MITES CALDERON VERONICA ANALID	VENTA DE JUGOS Y DESAYUNOS	AV J ROLDOS S/N 05
GALARRAGA BENALCAZAR MONICA DEL PILAR	CABINAS TELEFONICAS	AV J ROLDOS 01-036
CARVAJAL PEREZ PABLO RENE	PANADERIA	AV V M GUZMAN 06-030
MENESES GUTIERREZ MARIA JOSE	HOSTAL EL FOGON DEL PAISA	AV C DE TROYA 06-127
GUERRA ROSERO JENNIFER ALEJANDRA	RESTAURANTE KARINA	AV F VACAS G 07-082
BORJA CHACHALO PEDRO PABLO	VENTA PLANTAS	J HERNANDEZ SN
QUEAU GWENAEL YVON MARIE	CENTRO DE DESARROLLO INFATIL LA PRIMAVERA	MALDONADO 05-027
MORALES SANCHEZ LUZ ADRIANA	RESTAURANT EL OLIVO	AV M ACOSTA 11-056
QUINTERO TELLO WILSON	CEVICHERIA	AV C DE TROYA 09-177
SANDOVAL CEPEDA SERVANDO LEONIDAS	CAFE LA ROSA	AV J GUZMAN RUEDA (FRENTE U.CATOLICA)
RECALDE DIAZ SIXTO WILLIAM	LA CASA DEL FRENO	AV RIVADENEIRA 3-07
RECALDE DIAZ SIXTO WILLIAN	LA CASA DEL FRENO	AV RIVADENEIRA 3-17
CHACHA PUMA EDUARDO	CARPINTERIA (FRENTE AL ARCANGEL)	AV C DE TROYA S/N Y GUZMAN
JARAMILLO ROJAS PATRICIO RODRIGO	MEDICO	JORGE DAVILA MEZA 1-10
BUSTILLOS YEPEZ MIRYAN ELENA	LUK BATERIAS	AV RIVADENEIRA 3-13
ALMEIDA ANGO CARLOS RENE	VENTA PRODUCTOS CONFITERIA	ARTURO HIDALGO 2-57 Y LATACUNGA

ANEXO L

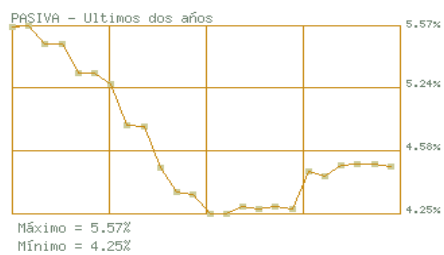
TASA INTERES ACTIVA



FECHA	VALOR
Junio-30-2011	8.37 %
Mayo-31-2011	8.34 %
Abril-30-2011	8.34 %
Marzo-31-2011	8.65 %
Febrero-28-2011	8.25 %
Enero-31-2011	8.59 %

FUENTE: www.bce.gob.ec

TASA DE INTERE PASIVA



FECHA	VALOR
Junio-30-2011	4.58 %
Mayo-31-2011	4.60 %
Abril-30-2011	4.60 %
Marzo-31-2011	4.59 %
Febrero-28-2011	4.51 %
Enero-31-2011	4.55 %

ANEXO M
TASA DE INFLACIÓN

Infación Anual 2005 fue de 4,36%

2006 2,87%

2007 3,32%

2008 8,83%

2009 4,31%

Inflación promedio de los últimos 5 años

AÑOS	INFLACIÓN
2006	2.87
2007	3.32
2008	8.83
2009	4.31
2010	3.33
2011	4.226738622

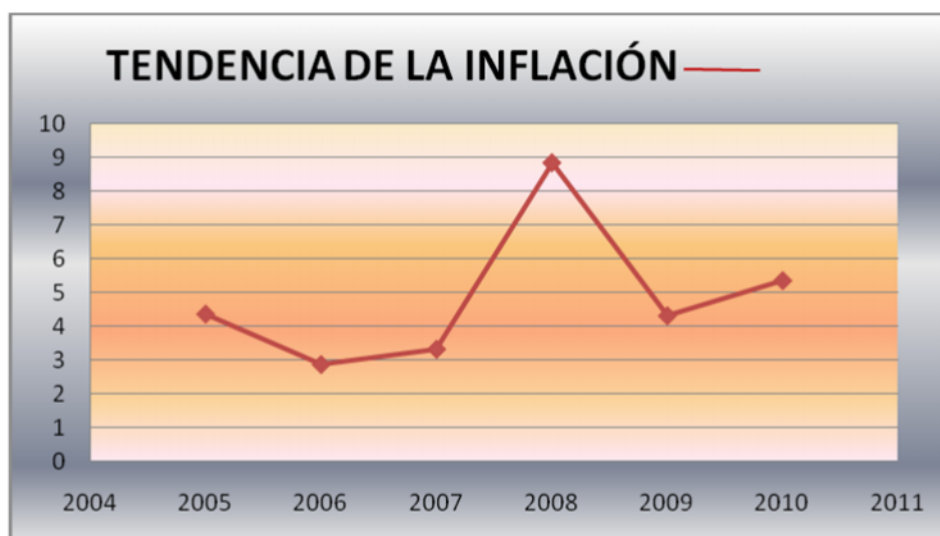
1.156794425

2.659638554

0.48810872

0.77262181

1.269290877



IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES

Año 2010 En dólares			
Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	8.910	0	0%
8.910	11.350	0	5%
11.350	14.190	122	10%
14.190	17.030	406	12%
17.030	34.060	747	15%
34.060	51.080	3.301	20%
51.080	68.110	6.705	25%
68.110	90.810	10.963	30%
90.810	en adelante	17.773	35%

Res. No. NAC-DGERCGC09-823 de 21 de diciembre de 2009

AÑO 2011 En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	9.210	0	0%
9.210	11.730	0	5%
11.730	14.670	126	10%
14.670	17.610	420	12%
17.610	35.210	773	15%
35.210	52.810	3.413	20%
52.810	70.420	6.933	25%
70.420	93.890	11.335	30%
93.890	En adelante	18.376	35%

NAC-DGERCGC10-00733 publicada en el S. S. R.O. 352 de 30-12-2010

Fuente: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/tarif>

