



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ESCUELA DE MERCADOTECNIA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA DE MARKETING
Y CONTABILIDAD EN LA CIUDAD DE IBARRA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
MERCADOTECNIA Y CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A

AUTORES: ANDRÉS DANILO DOMÍGUEZ L.
VIKY MARIELA MALDONADO A.

DIRECTOR: DR. EDUARDO LARA

IBARRA, MARZO 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de grado se ha elaborado con el fin de ayudar a los microempresarios de la ciudad de Ibarra, a que implementen programas organizacionales y que se imparta las diferentes capacitaciones para el adecuado manejo contable y de marketing, logrando así que los negocios crezcan o se desarrollen de una manera más competitiva. La planificación que se debe tomar para dichos cambios de beneficio empresarial es un proceso de toma de decisiones que es llevada a cabo por la dirección administrativa, para buscar una adaptación al entorno en que cada negocio se desenvuelve haciendo énfasis en el qué hacer (estrategias), con el que lograr (objetivos metas) y de esta manera aprovecha las oportunidades e identificar las posibles amenazas.

El proyecto se estructura en seis capítulos: Diagnósticos Situacionales, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Evaluación Económica, Análisis de Impactos, Conclusiones, Recomendaciones y Bibliografía, además está incluido los respectivos anexos. A través del diagnóstico realizado se determinan las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades de las microempresas de la ciudad de Ibarra. Determinando que existe una mala dirección del Marketing y la Contabilidad, perjudicando el desarrollo micro empresarial de dicho negocio. El marco teórico utilizado, está enmarcado de los siguientes aspectos: conceptos básicos de Microempresa, Contabilidad, Consultoría entre otros que ayudan a entender mejor la temática propuesta. El desarrollo del estudio de mercado detalla la situación global actual de las microempresas de la ciudad de Ibarra, además de que se ha identificado el nuevo comportamiento de los clientes, que exigen nuevas opciones de productos o servicios y mejoras como: presentación del producto o servicio, formato, ampliación de cobertura, promociones, producto o servicio aumentado, etc.

En la evaluación económica se pudo analizar e identificar algunos aspectos importantes como el costo de oportunidad, tasa de redescuento, además de evaluar a aquellos parámetros que disminuyen el riesgo económico de una inversión con el VAN, TIR y el tiempo de recuperación de la inversión, y por último se efectuó el análisis de impactos que se van a tener en el desarrollo de este proyecto, los cuales son: Impacto Económico, Social, Ético, Empresarial. Finalizando el informe con la formulación de conclusiones y sus respectivas recomendaciones.

ABSTRACT

The present grade project has been elaborated with the purpose of helping to the micro managers of the city of Ibarra to that you/they implement organizational programs and that it is imparted the different trainings for the appropriate handling accountant and of marketing, achieving the business so grows or they are developed in a more competitive way. The planning that should take for this changes of managerial benefit is a process of taking of decisions that it is carried out by the administrative address, to look for an adaptation to the environment in that each business is unwrapped making emphasis in the what an one to make (strategies), with the one that to achieve (objectives goals) and this way it takes advantage of the opportunities and to identify the possible threats.

The project is structured in six chapters: Diagnostic Situational, Theoretical Marco, I Study of Market, Technical Study, Economic Evaluation, Analysis of Impacts, Conclusions, Recommendations and Bibliography, it is also included the respective annexes. Through the diagnose carried out the strengths, threats, weaknesses and opportunities of the micro companies of the city of Ibarra are determined. Determining that it exists a bad address of the Marketing and the Accounting, harming the development managerial micro of this business. The used theoretical mark, it is framed of the following aspects: basic concepts of micro companies, Accounting, Consultancy among others that help to understand the thematic proposal better. The development of the market study details the current global situation of the micro companies of the city of Ibarra besides that the new behavior of the clients has been identified that you/they demand new options of products or services and improvements like: presentation of the product or service, format, covering amplification, promotions, product or increased service, etc.

In the economic evaluation you could analyze and to identify some important aspects as the opportunity cost, rediscount rate, besides evaluating to those parameters that diminish the economic risk of an investment with the VAN, TIR and the time of recovery of the investment, and lastly you makes the analysis of impacts that will have in the development of this project, which are: I impact Economic, Social, Managerial. Concluding the report with the formulation of conclusions and their respective recommendations

AUTORÍA

Yo, Viky Mariela Maldonado Andrade, portadora de la cédula de ciudadanía N^a 040158610-2; Yo Andrés Danilo Domínguez Limaico portadora de la cédula de ciudadanía N^o 100279097-8, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

FIRMA

Trabajo de Grado de Ingeniería aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte, por el siguiente Jurado, a los 30 días del mes de Marzo del 2011.

Viky Mariela Maldonado A.

Andrés Danilo Domínguez L.

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por DOMINGEZ LIMAICO ANDRÉS DANILO Y MALDONADO ANDRADE VIKY MARIELA, para optar por los Títulos de INGENIERÍA DE MARKETING Y DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A, cuyo título es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICOEMPRESA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA DE MARKETING Y CONTABILIDAD DE LA CIUDAD DE IBARRA”. Doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del jurado examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra, a los 30 días del mes de Marzo del 2011.

Firma:

Dr. Eduardo Lara



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Viky Mariela Maldonado Andrade, portadora de la cédula de ciudadanía N^a 040158610-2; Yo Andrés Danilo Domínguez Limaico portadora de la cédula de ciudadanía N^o 100279097-8, manifestamos la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICOEMPRESA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA DE MARKETING Y CONTABILIDAD DE LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN MERCADOTECNIA Y CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En la condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):

(Firma):

Nombre:

Nombre:

Cédula:

Cédula:

Ibarra, a los 30 días del mes de Marzo de 2011.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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 dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para la cual ponemos a disposición la siguiente información:

| DATOS DEL CONTACTO | |
|----------------------------|--|
| CÉDULA DE IDENTIDAD | 100279097-8 |
| | 040158610-2 |
| APELLIDOS Y NOMBRES | Andrés Danilo Domínguez Limaico |
| | Viky Mariela Maldonado Andrade |
| DIRECCIÓN: | Los ceibos ríos jubones 1-39 y Orinoco |
| EMAIL: | jaktary@hotmail.com |
| | viky_and@yahoo.es |
| TELÉFONO FIJO | 2612620 |
| TELÉFONO MÓVIL: | 088472783 |
| | 085673446 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|--------------------------------|--|
| TÍTULO: | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA DE MARKETING Y CONTABILIDAD EN LA CIUDAD DE IBARRA” |
| AUTORES: | Andrés Danilo Domínguez Limaico |
| | Viky Mariela Maldonado Andrade |
| FECHA: | 2011/03/30 |
| PROGRAMA: | |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Ingeniería de Mercadotecnia |
| | Ingeniería de Contabilidad y Auditoría CPA |
| DIRECTOR: | Doctor Eduardo Lara |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Andrés Danilo Domínguez Limaico, con cédula de identidad Nro. 100279097-8, Viky Mariela Maldonado Andrade, con cédula de identidad Nro. 040158610-2, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma 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

Los autores manifiestan 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 son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de

la misma y saldrán, en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de marzo del 2011.

LOS AUTORES:

(Firma):

(Firma):

Nombre:

Nombre:

Cédula:

Cédula:

ACEPTACIÓN:

(Firma):

Nombre:

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario-----

DEDICATORIA

A nuestro padre Dios quien nos ha brindado la vida, a nuestros padres, hermanos, amigos y en especial a nuestra hija Daniela Domínguez Maldonado quienes nos han apoyado con amor, comprensión, dedicación y por todas sus frases de aliento y apoyo incondicional.

Los Autores

AGRADECIMIENTO

Un extenso agradecimiento a los catedráticos de la Universidad Técnica del Norte, en especial a los profesores de la escuela de Contabilidad y Mercadotécnica quienes han inculcado en nosotros, la constancia , y el aliento de superación.

Agradecemos el esfuerzo y dedicación del Doctor Eduardo Lara quien ha sabido guiarnos acertadamente en la elaboración de este proyecto.

Los Autores

PRESENTACIÓN

El presente estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría de marketing y contabilidad ubicada en el barrio los ceibos de la ciudad de Ibarra, está estructurado en seis capítulos: Diagnóstico, Marco Teórico, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico e Impactos.

En el primer capítulo se ha realizado una investigación exhaustiva y detallada de la situación actual de los microempresarios, los que se encuentran registrados en el Ilustre Municipio de Ibarra, como también a los expertos en el tema. Esta investigación ha confirmado que algunos microempresarios si requieren y si están dispuestos a acceder al servicio.

En el segundo capítulo se buscó las bases científicas en las cuales el proyecto está sustentado, para determinar el ámbito legal de su constitución, aspectos técnicos referentes a la microempresa de servicios de consultoría de marketing y contabilidad permitiendo obtener resultados efectivos, para en su momento poder tomar decisiones adecuadas.

En el capítulo tercero se ha determinado las características del servicio a ofertar, se ha realizado un análisis, proyección de la oferta y la demanda y la demanda de los servicios que brinda una consultoría de marketing y contabilidad; también se ha determinado el mercado meta y precios referentes del mercado.

En el cuarto capítulo, se determinó la estructura organizacional de la microempresa, el personal, el local físico, mobiliarios y equipo necesario para el funcionamiento del proyecto.

El quinto capítulo contiene el presupuesto necesario para la creación y funcionamiento de la microempresa la misma que se realizó la evaluación económica y proyecciones. Este estudio permitió determinar la viabilidad económica del proyecto.

El último capítulo contiene un análisis técnico de los impactos que el presente proyecto generará en los ámbitos social, económico, empresarial, ético.

Finalmente se concluye este proyecto con una serie de conclusiones y recomendaciones que deberán ser tomadas en cuenta en futuras investigaciones realizadas con el proyecto.

El presente proyecto se pone a disposición de cualquier persona que esté interesada en el tema propuesto.

| INDICE GENERAL | PÁ |
|---|-----------|
| CONTENIDO | |
| PORTADA | I |
| RESUMEN EJECUTIVO | II |
| ABSTRACT | III |
| AUTORIA | IV |
| CERTIFICACIÓN DEL ASESOR | V |
| CESIÓN DE DERECHOS A LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE | VI |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | VII |
| DEDICATORIA | X |
| AGRADECIMIENTO | XI |
| PRESENTACIÓN | XII |
| INDICE GENEREAL | XIV |
| INDICE DE CUADROS | XIX |
| INDICE DE FIGURAS | XXII |
| | |
| CAPITULO I | |
| 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | |
| ANTECEDENTES | 23 |
| OBJETIVO | 24 |
| OBJETIVO GENERAL | |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | |
| VARIABLES DIAGNÓSTICAS | |
| INDICADORES | 25 |
| MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 26 |
| IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN | 27 |
| FORMULA DEL CÁLCULO DE LA POBLACIÓN | |
| CALCULO DE LA MUESTRA DE LA POBLACIÓN | |
| DISEÑO DE INSTRUMENTOS | 28 |
| EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN | 29 |
| EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN ENTREVISTA | 43 |
| MARKETING | |
| CONTABILIDAD | 44 |
| CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ FODA | 45 |
| FORTALEZAS | |
| OPORTUNIDADES | |
| DEBILIDADES | 46 |
| AMENAZAS | |
| CRUCES ESTRATÉGICO | 47 |
| IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO | 49 |
| | |
| CAPITULO II | |
| 2. MARCO TEÓRICO | |
| QUE ES MICROEMPRESA? | 50 |

| | |
|---|----|
| DEFINICIÓN DE LA MICROEMPRESA | |
| VENTAJAS DE LA MICROEMPRESA | 51 |
| DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA | 52 |
| CARACTERÍSTICAS DE LAS MICROEMPRESAS | |
| TIPOS DE LAS MICROEMPRESAS | 53 |
| IMPORTANCIA DE LAS MICROMPRESAS | |
| DEFINICIÓN DE SERVICIOS | 54 |
| TIPOS DE SERVICIOS | |
| IMPORTANCIA DE SERVICIO | 55 |
| CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO | |
| CONSULTORÍA DE MARKETING | 57 |
| DEFINICIÓN DE MARKETING | |
| FUNCIONES DEL MARKETING | 58 |
| ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO | |
| SEGMENTACIÓN Y SELECCIÓN DE MERCADOS | |
| ANÁLISIS Y PRONÓSTICO DE LA DEMANDA | |
| ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA | |
| DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING | 59 |
| ORGANIZACIÓN E IMPLEMENTACIÓN | |
| CONTROL | 60 |
| EL PROCESO DE MARKETING: ETAPAS | |
| ESTUDIO Y SELECCIÓN | |
| LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING. | 61 |
| ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN. | |
| EL ANÁLISIS DEL ENTORNO | |
| EL ANÁLISIS INTERNO | |
| EL ANÁLISIS DEL MERCADO | 62 |
| FIJACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE MARKETING. | |
| LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING. | |
| TIPOS BÁSICOS DE ESTRATEGIAS. | 63 |
| LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX: | |
| CRITERIOS PARA EVALUAR LAS ESTRATEGIAS | 64 |
| LOS PLANES DE ACCIÓN DEL MARKETING. | |
| DEFINICIÓN DE LA CONTABILIDAD | 65 |
| OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD | |
| CLASIFICACIÓN DE LA CONTABILIDAD | |
| IMPORTANCIA | 66 |
| ECUACIÓN CONTABLE | |
| PRINCIPIOS Y PROCEDIMIENTOS CONTABLES | 67 |
| PAQUETES CONTABLES | |
| NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN | 68 |
| FINANCIERA | |
| NIIF 1 ADOPCIÓN DE LAS NIIF | |
| NIIF 2 PAGOS BASADOS EN ACCIONES | |
| NIIF 3 COMBINACIONES DE EMPRESAS | 69 |
| NIIF 4 CONTRATOS DE SEGUROS | |
| NIIF 5 ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA | 70 |
| VENTA Y OPERACIONES DISCONTINUADAS | |

| | |
|--|-----|
| NIIF 6 EXPLORACIÓN Y EVALUACIÓN DE RECURSOS MINERALES | |
| NIIF 7 INSTRUMENTOS FINANCIEROS: INFORMACIÓN A REVELAR | 71 |
| NIIF 8 SEGMENTOS DE OPERACIÓN | 72 |
| NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD | 73 |
| NIC1 PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS | |
| NIC 2 INVENTARIOS | |
| NIC 16 PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO | 74 |
| NIC 18 INGRESOS | |
| LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO | 75 |
| IMPUESTO A LA RENTA | |
| IMPUESTO AL VALOR AGREGADO | 77 |
| RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO | 81 |
| CONTRIBUYENTE SUJETO AL RÉGIMEN SIMPLIFICADO | |
| CAPITULO III | |
| 3. ESTUDIO DEL MERCADO | |
| PRESENTACIÓN | 83 |
| IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DEL MERCADO | 84 |
| IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO. | |
| CONTABILIDAD | |
| MARKETING | 85 |
| MERCADO META | |
| SEGMENTO DE MERCADO | |
| IDENTIFICACION DE LA DEMANDA | |
| CLIENTES | |
| BENEFICIOS DEL SERVICIO | 86 |
| CRECIMIENTO HISTÓRICO DE LAS MICROEMPRESAS | |
| PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | 87 |
| OFERTA | 90 |
| DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA | |
| OFERTA DE LA COMPETENCIA | 91 |
| BALANCE OFERTA – DEMANDA | |
| PRECIOS | 93 |
| NIVEL DE PRECIOS ACTUALES | |
| COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS | 94 |
| SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO | 95 |
| CONCLUSIONES DEL ESTUDIO | |
| CAPITULO IV | |
| 4. ESTUDIO TÉCNICO | |
| LOCALIZACION DEL PROYECTO | 96 |
| MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | |
| MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | 98 |
| LISTADO DE FACTORES | |
| ESCALA DE EVALUACION | 99 |
| DISEÑO DE LA MATRIZ DE FACTORES | 100 |

| | |
|---|-----|
| PONDERACION DE FACTORES | 101 |
| SEGUIMIENTO Y MONITOREO | 102 |
| UBICACIÓN DE LA PLANTA | |
| TAMAÑO DEL PROYECTO | |
| CAPACIDAD DEL SERVICIO | 103 |
| FLUJOGRAMA DE PROCESO | |
| FLUJOGRAMA SERVICIOS DE MARKETING | 104 |
| FLUJOGRAMA SERVICIO DE CONTABILIDAD. | 105 |
| FLUJOGRAMACION DEL SERVICIO CONTABLE Y DE MARKETING. | 106 |
| EQUIPAMIENTO PARA LA INSTALACION | 107 |
| EQUIPO DE COMPUTACION Y OFICINA | |
| MATERIALES Y SUMINISTROS DE OFICINA | |
| MUEBLES Y ENSERES | 108 |
| PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO | |
| DISEÑO DE INSTALACIONES | 109 |
| DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA | 110 |
| DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE CONSTRUCCIÓN | |
| ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO | 111 |
| MARCO LEGAL | |
| ASPECTOS FISCALES DE LA MICROEMPRESA | 112 |
| ASPECTOS LEGALES DE LA MICROEMPRESA | 113 |
| BASE FILOSOFICA DE LA MICROEMPRESA | |
| OBJETIVO | 114 |
| MISIÓN | |
| VISIÓN | |
| POLÍTICA DE CALIDAD | |
| VALORES CORPORATIVOS | 115 |
| SERVICIOS QUE SE OFRECERÁ | 116 |
| CONTABILIDAD | |
| ASESORÍA TRIBUTARIA | |
| MARKETING | |
| FINALIDADES | 117 |
| IMAGEN CORPORATIVA | |
| ESTRUCTURA ORGÁNICA | 118 |
| FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE TRABAJADORES QUE CONFORMAN LA CONSULTORIA DE MARKETING Y CONTABILIDAD. | |
| INTRODUCCIÓN | |
| OBJETIVO DEL MANUAL ORGÁNICO | |
| GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO | 119 |
| PRESUPUESTO TÉCNICO | 125 |
| SERVICIOS | |
| COSTO DEL PERSONAL | 129 |
| MARCA DE LA COSULTORÍA | 130 |
| SLOGAN | |
| LOGOTIPO | 131 |
| ISOTIPO | |

| | |
|---|-----|
| SIGNIFICADO DE LOS COLORES PAGINA WEB | 133 |
| CAPITULO V | |
| 5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO | |
| INVERSIÓN DEL PROYECTO | 138 |
| INVERSIÓN FIJA | |
| INVERSION DIFERIDA | 139 |
| CAPITAL DE TRABAJO | |
| ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN | 140 |
| FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO | 141 |
| PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS | 142 |
| PRESUPUESTO DE INGRESOS | |
| PRESUPUESTO DE EGRESOS | 145 |
| GASTOS OPERATIVOS | |
| GASTOS FINANCIEROS | 149 |
| ESTADOS FINANCIEROS INICIAL Y PROYECTADOS | 151 |
| ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL | |
| ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO | 152 |
| FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO | 153 |
| EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA | 154 |
| CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL Y TASA DE REDESCUENTO | |
| VALOR ACTUAL NETO (VAN) | 155 |
| TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) | 156 |
| PERÍODO DE RECUPERACIÓN | 158 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO | 159 |
| COSTO – BENEFICIO | 160 |
| RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA | 162 |
| EVALUACIÓN ECONÓMICA | 163 |
| CAPITULO VI | |
| 6. IMPACTOS DEL PROYECTO | |
| ANÁLISIS DE IMPACTOS | 164 |
| OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS | 165 |
| NIVELES DE IMPACTO | |
| FORMULA PARA CALCULAR EL NIVEL DE IMPACTO | 166 |
| IMPACTO SOCIAL | |
| IMPACTO ECONÓMICO | 167 |
| IMPACTO EMPRESARIAL | 168 |
| IMPACTO ETICO | 169 |
| IMPACTO GENERAL | 170 |
| CONCLUSIONES | 171 |
| RECOMENDACIONES | 172 |
| BIBLIOGRAFIA | 173 |
| LINCOGRAFIA | 174 |

INDICE DE CUADROS

| CUADRO Nro. | TITULO | PÁG. |
|----------------|--|------|
| | CAPITULO I | |
| 1 | MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 22 |
| 2 | CÓMO VALORARÍA USTED A LAS SIGUIENTES | 25 |
| 3 | HERRAMIENTAS QUE EN LA ACTUALIDAD SON MUY ÚTILES PARA SU NEGOCIO? | 26 |
| 4 | ESTARÍA DISPUESTO UTILIZAR UNA | 27 |
| 5 | CONSULTORÍA DONDE LE BRINDE MEJORES | |
| 6 | BENEFICIOS PARA SU MICROEMPRESA? | |
| 7 | COLOQUE UNA X EN LOS CASILLEROS Y MIDA SU | 29 |
| 8 | CONOCIMIENTO EN CUANTO A LAS HERRAMIENTAS DE MARKETING Y LA CONTABILIDAD. | |
| 9 | QUÉ TIPOS DE SERVICIOS MÁS LE GUSTARÍA | 31 |
| 10 | ADQUIRIR PARA SU NEGOCIO, MARCAR CON UNA X. | |
| 11 | CONOCE Y SE HA BENEFICIADO USTED ALGUNA | 32 |
| 12 | MICROEMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS DE: | |
| 13 | MARKETING | |
| 14 | CÓMO CALIFICARÍA USTED EL SERVICIO QUE LE | 35 |
| 15 | BRINDAN? | |
| 16 | DE QUÉ TIPO DE SERVICIOS USTED SE HA | 36 |
| 17 | BENEFICIADO ENUMÉRELAS | |
| 18 | CÓMO CREE USTED, QUE SUS CLIENTES SALEN AL ADQUIRIR UNOS DE SUS PRODUCTOS O SERVICIOS? | 37 |
| 19 | CREE USTED QUE NECESITA AYUDA TÉCNICA TANTO EN MARKETING COMO EN CONTABILIDAD PARA MEJORA DE SU NEGOCIO Y SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES? | 38 |
| 20 | CRUCES ESTRATÉGICO | 43 |
| | CAPITULO III | |
| 21 | COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA HISTORICA | 86 |
| 22 | PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | 87 |
| 23 | CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS | 88 |
| 24 | DEMANDA POTENCIAL ANUAL A SATISFACER | 89 |
| 25 | OFERTA DE LA COMPETENCIA | 91 |
| 26 | BALANCE OFERTA – DEMANDA ANUAL | |
| 27 | MENSUAL | 92 |
| 28 | DEMANDA A CUBRIR POR EL PROYECTO | |
| 29 | | |
| 30 | NIVEL DE PRECIOS ACTUALES | 93 |
| 31 | PRECIO PROYECTADO DEL SERVICIO A OFRECER | 94 |

| | | |
|----|--|-----|
| | CAPITULO IV | |
| 32 | ESCALA DE EVALUACIÓN | 99 |
| 33 | DISEÑO DE LA MATRIZ DE FACTORES | 100 |
| 34 | PONDERACION DE FACTORES | 101 |
| 35 | FLUJO DE PROCESO | 103 |
| 36 | EQUIPAMIENTO PARA LA INSTALACION | 107 |
| 37 | MATERIALES | |
| 38 | MUEBLES Y ENCERES | 108 |
| 39 | PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO | |
| 40 | DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE CONSTRUCCIÓN | 110 |
| 41 | VALORES COOPORATIVOS | 115 |
| 42 | SERVICIOS | 125 |
| 43 | COSTO PERSONAL | 129 |
| | CAPITULO V | |
| 44 | INVERSIÓN FIJA | 138 |
| 45 | EQUIPAMIENTO | |
| 46 | EQUIPOS DE OFICINA | 139 |
| 47 | MUEBLES Y ENCERES | |
| 48 | INVERSION DIFERIDA | |
| 49 | PRESUPUESTO MENSUAL CAPITAL DE TRABAJO | 140 |
| 50 | TOTAL INVERSIÓN | 141 |
| 51 | FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO | |
| 52 | PRESUPUESTO E INGRESO | 142 |
| 53 | PRECIO PROYECTADO DEL SERVICIO A OFRECER | 143 |
| 54 | PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL ANUAL | |
| 55 | INGRESOS NETOS | 144 |
| 56 | SUELDOS ADMINISTRATIVOS | 145 |
| 57 | PROVISION BENEFICIOS | |
| 58 | TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS ANUALES | |
| 59 | SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS PROYECTADOS | 146 |
| 60 | SERVICIOS BASICOS | |
| 61 | SERVICIOS BASICOS PROYECTADOS | |
| 62 | GASTO DEPRECIACIÓN | 147 |
| 63 | GASTO AMORTIZACIÓN | |
| 64 | GASTO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN PROYECTADA | |
| 65 | TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO | 148 |
| 66 | GASTO DE VENTAS | 149 |
| 67 | TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA | 150 |
| 68 | GASTO FINANCIAMIENTO Y CAPITAL PRINCIPAL | |
| 69 | ESTADOS FINANCIEROS INICIAL Y PROYECTADOS | 151 |
| 70 | FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO | 153 |
| 71 | COSTO DE CAPITAL Y TASA DE REDESCUENTO | 154 |

| | | |
|----|---------------------------------|-----|
| 72 | VALOR ACTUAL NETO | 155 |
| 73 | TASA INFERIOR | 156 |
| 74 | TASA SUPERIOR | 157 |
| 75 | TASA INTERNA DE RETORNO | |
| 76 | COSTOS VARIABLES | 159 |
| 77 | COSTOS FIJOS | 160 |
| 78 | COSTO TOTAL | |
| 79 | INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS | 161 |
| 80 | EVALUACIÓN FINANCIERA | 162 |
| | CAPITULO IV | |
| 81 | NIVEL DE IMPACTO | 165 |
| 82 | IMPACTO SOCIAL | 166 |
| 83 | IMPACTO ECONOMICO | 167 |
| 84 | IMPACTO EMPRESARIAL | 168 |
| 85 | IMPACTO ETICO | 169 |
| 86 | IMPACTO GENERAL | 170 |
| 87 | GRAFICO GENERAL | |

INDICES DE FIGURAS

| FIGURA Nro. | TITULO | PÁG. |
|----------------|--|------|
| Figura 1 | MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | 94 |
| Figura 2 | MICRO LOCALIZACION DEL PROYECTO | 95 |
| Figura 3 | FLUJOGRAMACION DEPARTAMENTO DE MARKETING | 101 |
| Figura 4 | FLUJOGRAMACION DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD | 102 |
| Figura 5 | FLUJOGRAMACION DEL SERVICIO CONTABLE Y DE MARKETING | 103 |
| Figura 6 | DISEÑO E INSTALACIONES | 106 |
| Figura 7 | EXTRUCTURA ORGÁNICA | 115 |
| Figura 8 | MARCA DE LA CONSULTORIA | 127 |
| Figura 9 | SLOGAN | |
| Figura 10 | LOGOTIPO | 128 |
| Figura 11 | ISOTIPO | |
| Figura 12 | PAGINA PRINCIPAL PAGINA WEB | 130 |
| Figura 13 | INFORMACION SOBRE NOSOTROS | 131 |
| Figura 14 | MARKETING | 132 |
| Figura 15 | CONTABILIDAD | 133 |
| Figura 16 | CONTACTOS PAGINA WEB | 134 |