

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes

A través de la investigación realizada, se encontró resultados de proyectos similares, los mismos que se presenta a continuación:

1.1.1 Proyecto 1

Estudio de factibilidad para la creación de un centro especializada de desarrollo de proyectos, en el cantón Quevedo para el año 2008.

Conclusiones

Luego de haber finalizado la elaboración de esta propuesta, se concluye lo siguiente:

- El marco lógico permitió conocer ampliamente la problemática a resolverse, en función de lo cual, hemos diseñado el proyecto para las etapas de ejecución, puesta en marcha y operación. Los problemas percibidos son:
 - ❖ Pérdida de financiamiento Nacional e Internacional.
 - ❖ Alto índice de proyectos rechazado ante organismos nacionales o extranjeros. Ingresos disminuidos por servicios especializados de proyectos.

- ❖ Recurso humano especializado en proyectos es insuficiente.
 - ❖ Inadecuada infraestructura, equipamiento y legalización del centro.
 - ❖ Publicidad de poco alcance.
 - ❖ Capacitación del recurso humano especializado en proyectos es insuficiente.
 - ❖ Servicios especializados en proyectos son desactualizados.
- En el estudio de mercado se comprobó la gran demanda insatisfecha existente en la comunidad de Quevedo y la poca competencia de servicios especializados de proyectos basados en este contexto, concluimos que el proyecto es viable, desde el punto de vista del mercado.

Desde el punto de vista técnico comercial, se encontró lo siguiente:

- ❖ Existencia de pocos servicios especializados, de proyectos en Quevedo.
 - ❖ Los precios por servicio de proyecto que están dispuesto a pagar los posibles clientes son valores bajos comparados con el mercado de las grandes ciudades como Guayaquil, Quito, Cuenca, etc.
 - ❖ Desconocimiento de la competencia por escasa publicidad.
- Con la ayuda de la evaluación financiera hemos podido conocer la rentabilidad de nuestro proyecto analizando respectivamente el mercado. Los resultados han sido favorables, indicándonos que el proyecto es viable de acuerdo a lo que espera el inversionista.
 - De idéntica manera la evaluación económica nos ha demostrado el beneficio de la sociedad del cantón Quevedo una vez puesto en marcha el proyecto y su respectivo aporte económico. Por esta razón, el proyecto también es viable.

Recomendaciones

- ❖ Utilizar las herramientas del sistema de marco lógico para asegurar con precisión las alternativas convenientes mejor opcionadas y ejecutarlas en función de los indicadores de la gestión establecida para el logro de metas financieras, económicas y la sostenibilidad todo proyecto.
- ❖ Para iniciar todo negocio se debe realizar un estudio de mercado lo que nos permitirá conocer la viabilidad del proyecto, satisfaciendo a los clientes y a su vez al inversionista.
- ❖ Realizar un estudio técnico comercial antes de poner en marcha todo proyecto.
- ❖ Se debe efectuar una evaluación financiera que le permita al inversionista tomar la decisión de colocar su dinero en el proyecto una vez conocida cuáles serán sus beneficios y resultados que se obtendrán.
- ❖ Realizar la evaluación económica que le permita al inversionista cual será el aporte económico que brinda a la población en donde va a funcionar su empresa con la operación del proyecto.
- ❖ Ampliar el alcance del ante proyecto a otros cantones de la provincia de los Ríos (Chavarria *et al.*, 2008, p.83-84).

1.1.2 Proyecto 2

Diseño técnico, comercial y financiero para la creación de una empresa de consultoría de soluciones integrales en el Cantón Palestina provincia del Guayas durante el periodo 2008-2011.

Esta investigación se realizó en el año 2008 en la Provincia del Guayas, Cantón Palestina el mismo que esta situado entre las coordenadas geográficas 1°36'16" y

79°58'16" al Norte, 1°42'26" y 79°53'51" al Sur, 1°32'21" y 79°52'12" al Este, 1°36'05" y 79°58'34" al Oeste.

Este cantón a pesar de sus bondades agrícolas su sector comercial es poco desarrollado debido a la falta de respaldo técnico y asesoramiento a los grandes, medianos y pequeños empresarios del mismo, por lo que se visualizó la posibilidad de crear una empresa de soluciones integrales con la finalidad de mermar los riesgos que demanda una inversión segura y garantizada.

Se planteó el objetivo general: Construir el diseño técnico, comercial y financiero para la creación de una empresa de consultoría de soluciones integrales: proyectos, planes de desarrollo estratégico, contabilidad, tributación, banca y finanzas en el Cantón Palestina de la Provincia del Guayas durante el periodo 2008 – 2011 y los objetivos específicos: a) Elaborar la matriz de marco lógico para fortalecer la planificación, ejecución, gestión y evaluación de la empresa a crearse. b) Efectuar el estudio de mercado con procedimientos pertinentes que permita conocer la demanda insatisfecha actual y futura de los servicios a generarse. c) Establecer el diseño técnico y comercial en función de los requerimientos del segmento del mercado establecido. d) Evaluar la viabilidad económica y financiera que permita evidenciar la rentabilidad para el inversionista y sostenibilidad de la Empresa por crearse.

Entre los materiales que se utilizaron están: Computador, impresora, flash-memory, cámara fotográfica, hojas A4, carpetas, disco compactos gravables, local, insumos didácticos y refrigerio para taller. Los métodos utilizados para esta investigación son el método inductivo, deductivo, analítico, sintético. Como resultados relevantes que se presentan en el sistema de marco lógico tenemos como fin: El Incremento de ingresos por servicios especializados y el desarrollo microempresarial mejorado en el Cantón Palestina.

Como propósito de la misma tenemos: Creación de una empresa de consultaría de soluciones integrales los mismos que se cumplirán a través de las siguientes metas: 314 empresas asesoradas para el desarrollo de sus actividades

empresariales entre Enero 2009 hasta Diciembre del 2011 además de \$ 27.864,77 dólares en ingresos generados entre Enero 2009 hasta Diciembre del 2011.

La empresa de consultoría de soluciones integrales será creada en el Cantón Palestina para fines del 3 de Diciembre del 2008, a través de 6 componentes: existencia de infraestructura para el funcionamiento de la empresa, profesionales de la especialidad contratados en el Cantón, capacitación existente para los Profesionales de la especialidad, modelos técnicos- científicos de servicios especializados establecidos, publicidad en servicios de soluciones integrales desarrollada, comercialización de servicios especializados establecida.

En el estudio técnico comercial se presenta detalladamente todos los parámetros que deben tener la creación de la empresa como es sus servicios a ofrecer, precios, canales de distribución y promoción, publicidad, tamaño del proyecto, ingeniería y tecnología, plan de ejecución, financiamiento y presupuesto.

En la evaluación financiera se obtuvieron los siguientes resultados:

INDICADORES	RESULTADOS
VAN	\$18.079,75
TIR	97,05%
B/C	1,45

Por lo analizado del proyecto podemos concluir que el proyecto es conveniente ya que su VALOR ACTUAL NETO (VAN) indica que es positivo, su TASA DE INTERES DE RETORNO (TIR) es mayor al interés y la Relación BENEFICIO-COSTOS nos señala que es mayor a uno, queriendo decir que la rentabilidad es de 0,45 por cada dólar invertido.

Por tal razón desde el punto de vista Financiero el Proyecto es totalmente rentable.

En la evaluación económica se obtuvieron los siguientes resultados:

<i>INDICADORES</i>	<i>RESULTADOS</i>
VANE	\$ 113.858,65
TIRE	904,95%
RELACION BE / CE	2,09

Consecuentemente con los cálculos del VANE, TIRE y RELACION BENEFICIO/ COSTO podemos concluir que el proyecto es viable, factible y rentable económicamente.

Por todo lo desarrollado y en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, evaluación financiera y evaluación económica concluimos que aceptamos la hipótesis que dice “La viabilidad Económica y Financiera determinará que es factible la ejecución y operación de una Empresa de consultoría en soluciones integrales en el Cantón Palestina”. Y recomendamos la ejecución y operación del mismo en el Cantón Palestina (Cabrera, 2008, p.79-82).

1.2 Categorías Fundamentales

- 1.2.1 Proyectos
- 1.2.2 Sistema de Marco Lógico
- 1.2.3 Estudio de Mercado
- 1.2.4 Estudio Técnico Comercial
- 1.2.5 Estudio Económico
- 1.2.6 Evaluación Financiera
- 1.2.7 Evaluación Económica
- 1.2.8 Empresa
- 1.2.9 Empresa Consultora

1.3 Marco Teórico

1.3.1 Proyecto

Es un caso ideal una serie óptima de actividades orientadas hacia la inversión fundada, en una planificación sectorial completa coherente, mediante la cual se espera que un conjunto específico de recursos humanos y materiales produzca un grado determinado de desarrollo económico y social (Baca, 1995, p.14).

Proyecto es el plan prospectivo de unidad de acción capaz de materializar algunos aspectos del desarrollo económico o social. Desde el punto de vista económico propone la producción de algún bien o la prestación de algún servicio con el empleo de una técnica dada y con mira a obtener un determinado resultado o ventaja económica o social.

Como plan de acción, el proyecto supone también la indicación de los medios necesarios para su realización y la adecuación de esos medios a los resultados que se persiguen (Chiriboga, 2003, p.9).

Un proyecto permite conocer si una empresa puede situarse en el mercado en base a la demanda insatisfecha. El sistema de marco lógico, el estudio de mercado, estudio comercial, evaluación financiera y evaluación económica, permitirá conocer la viabilidad del proyecto.

1.3.1.1 Tipos de Proyecto

Los proyectos son de muchas clases pero se puede establecer dos grandes grupos de proyectos:

1.3.1.1.1 De inversión privada: Son aquellos que son financiados con dineros de inversionistas no gubernamentales. Generalmente son proyectos productivos. Ejemplos:

- Servicio de Internet con banda ancha en Ecuador.

- Universidad San Francisco de Quito.
- Microsoft Corporation.
- Alegro del Ecuador (Guerrero, 2006, p.5).

Son proyectos preparados y ejecutados por personas naturales o jurídicas con recursos privados o de crédito buscando siempre las mejores oportunidades de inversión y la mejor rentabilidad (Arboleda, 1998, p.20).

Los proyectos de inversión privada son aquellos que no tienen vínculos con el estado o gobierno. Estos proyectos se ejecutan con dinero de personas particulares o inversionistas.

1.3.1.1.2 De inversión pública: Son aquellos que son financiados por los Gobiernos de turno con o sin ayuda de la cooperación internacional. Abarcan los proyectos productivos, de infraestructura, sociales e investigación.

- Remodelación Puente Quevedo(Infraestructura)
- Remesas en el Ecuador(Investigación)
- Universidades ecuatorianas(Productivos)
- Computadoras para todos, Prefectura de la Provincia del Pichincha(Social)

Cabe señalar que en la realidad actual se combinan los proyectos de inversión privada con los de inversión pública (Guerrero, 2006, p.5).

Son proyectos ejecutados por entidades del gobierno y con presupuesto de inversiones públicas. Normalmente apuntan al mejoramiento de la salud, la educación, la vivienda, el transporte, etc., y son formulados en base a los planes y programas de desarrollo económico-social que preparan los diferentes niveles de la administración pública (Arboleda, 1998, p.20).

Los proyectos de inversión pública son los que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población como: vivienda, salud, educación entre otros. Estos proyectos están financiados por el estado o gobierno.

1.3.1.2 Etapas de un Proyecto

1.3.1.2.1 Fase de preinversión

Se inicia en el momento en el que nace la posibilidad de invertir en un negocio o empresa, existente o nuevo, el cual aparenta ser atractivo. Esta posibilidad debe ser estudiada, para la cual se simulan, a través de los llamados estudios de preinversión (Arboleda, 1998, p.12).

La fase de preinversión es la selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases.

Se entiende así las siguientes:

- Generación y análisis de la idea del proyecto.
- Estudio de el nivel de perfil.
- Estudio de Prefactibilidad.
- Estudio de factibilidad.

De esta manera por sucesivas aproximaciones, se define el problema por resolver. En cada fase de estudios se requiere profundidad creciente, de modo de adquirir certidumbre respecto de la conveniencia del proyecto.

Otra ventaja del estudio por fases es la de permitir que al estudio mismo, se destine un mínimo de recursos. Esto es así porque, si una etapa se llega a la conclusión de que el proyecto no es viable técnica y económicamente, carece de sentido continuar con las siguientes. Por lo tanto se evitan gastos innecesarios (Baca, 1995, p.65).

En la fase de preinversión hay que estudiar el proyecto para saber si su viabilidad es conveniente, mediante elaboración de estudios de mercado, técnicos, económicos, financieros y así continuar con la inversión, en caso de resultar que el proyecto no es viable la empresa o persona no realizará inversión de su dinero.

1.3.1.2.2 Fase de inversión

Se inicia con el establecimiento de la organización que se encargara de realizar el proyecto, la cual desarrollara la ejecución directamente a controlar los servicios de empresas de consultoría y construcción, y se atiende hasta el momento en que por primera vez sale hacia el mercado el bien o se presta el servicio (Arboleda, 1998, p.98).

La inversión o ejecución o implementación es básicamente una etapa de movilización de recursos tanto humana, como financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa (Miranda, 2003, p.27).

La fase de inversión es el desarrollo de las actividades planificadas hasta cuando el producto o servicio surja al mercado, y logre satisfacer las necesidades del consumidor.

1.3.1.2.3 Fase de operación

Comienza cuando por primera vez sale hacia el mercado el bien o se presta el servicio. Generalmente esta fase de operación y producción es la que tiene una mayor duración y corresponde el periodo en el que se espera que el proyecto genere los flujos de efectivos neto que permitan recuperar el capital invertido al tiempo que proporciona un excedente financiero significativo para los inversionistas (Arboleda, 1998, p.35).

Señala que una etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que

sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis evaluación de los resultados obtenidos (Sapag y Sapag, 2007, p.45).

La fase de operación es la que tiene mayor duración y corresponde al periodo cuando el producto o servicio sale al mercado y empieza a generar ingresos, con lo cual se recuperara el capital que se invirtió y permite la sostenibilidad del proyecto.

1.3.2 Sistema de Marco Lógico

Se sustenta en dos principios básicos: el encadenamiento (vertical y horizontal) y la participación, acepta las teorías de la complejidad y de sistemas en la administración. Los problemas esenciales nunca son fragmentos y los problemas globales son cada vez más esenciales (Clements, 2007, p.119).

La expresión 'marco lógico' hace referencia a un sistema de diseño, evaluación y gestión de proyectos de desarrollo. Suele utilizarse asociada a otros conceptos tales como 'Matriz de Marco Lógico', 'Enfoque de Marco Lógico', 'Sistema de Marco Lógico' o 'Metodología del Marco Lógico'.

El diseño de un proyecto con la metodología del marco lógico abarca diversas fases de análisis, tales como la identificación de problemas, el análisis de involucrados, el análisis de problemas, el análisis de objetivos y el análisis de alternativas, y que, finalmente, concluye en la matriz del marco lógico (Sapag y Sapag, 2003, p.77).

El sistema de marco lógico es una de las herramientas principales y se utilizan en todos los proyectos, ya que ayuda a identificar los problemas y analizarlos por lo cual es considerada una técnica apta para la toma de decisiones en la dirección de empresa.

1.3.2.1 Análisis de Involucrados

Inicia con la identificación de una situación problemática que se desea solucionar para lo cual es importante realizar un diagnóstico amplio con la participación de todos los involucrados sin excepción de nadie, para culminar con éxito este trabajo.

A través de este análisis se trata de identificar a los grupos que se relacionan directa o indirectamente con la problemática. Entre los grupos identificados deben encontrarse los posibles usuarios y beneficiarios del proyecto que pueden ser: personas, sectores, instituciones, organizaciones conocidos con el nombre de “Grupo meta”, a quienes se buscará comprometer para que aporten recursos al proyecto (Guerrero, 2006, p.12).

Esta herramienta se emplea para averiguar cuáles grupos (de población, organizaciones del sector público y del sector privado, la sociedad civil, organizaciones religiosas, grupos políticos, etc.), apoyaran una determinada estrategia para abordar el problema de desarrollo lo mismo que los grupos que se opondrían. Para estos grupos es recomendable auscultar sus intereses, la forma como perciben el problema, los recursos y mandatos con que cuentan para defender su posición. El diseño incluye medios para maximizar el apoyo o minimizar la resistencia de parte de los involucrados en el proyecto (Miranda, 2005, p.52).

El análisis de involucrados permite conocer quiénes están implicados en el problema que se desea resolver. Una vez identificados los sectores y grupos involucrados, es imprescindible conocer la opinión de cada uno de ellos en torno a la problemática. Para ello se requiere recopilar información de cada uno de estos sectores y grupos.

1.3.2.2 Árbol de problemas

Un diagrama de árbol de problemas es simplemente una forma de visualizar las relaciones de causa y efecto de una situación problemática en particular. En este

diagrama las causas se presentan en los niveles y los efectos. El problema central conecta los dos niveles. La analogía con un árbol: el tronco representa el problema central, las raíces son las causas, y las ramas representan los efectos.

Entre más específicas sean las causas, más probable será que éstas estén en los niveles más bajos del diagrama de árbol; sin embargo, la localización de un problema en un diagrama de árbol no indica necesariamente su nivel de importancia (Chiriboga, 2003, p.66).

Es un método de análisis y clasificación de problemas. En el transcurso de una reunión “árbol de problemas” se debe llegar a un consenso sobre el problema central que se situara en la base del tronco; luego los participantes determinan los principales efectos y las principales consecuencias de este problema que inscriben en las ramas del árbol. Se reservan las ramificaciones para los efectos secundarios (las consecuencias de las consecuencias). En las raíces también se escriben las causas y orígenes del problema central, ordenadas también en causas principales y causas secundarias (Beaudoux, 1992, p.52).

En el árbol de problemas se representan las causas y efectos de un problema central ya que las soluciones de dichos problemas tienden a mejorar la sostenibilidad de una eventual estrategia además es la base para diseñar el árbol de objetivos.

1.3.2.3 Árbol de Objetivos

En el árbol de objetivos los problemas se los transforman en metas que pueden ser alcanzables. El árbol de objetivos, se puede considerar que el logro de los objetivos de los niveles más bajos conducirá al logro del objetivo del nivel inmediatamente superior. Cada objetivo parece ser realista y alcanzable dentro de las actuales circunstancias locales de cultura y medio ambiente. Por tanto, podemos concluir que los objetivos contenidos en este diagrama de árbol son viables y pueden dar dirección a proyectos de desarrollo (Sapag y Sapag, 2003, p.108).

En esta fase, se debe procurar una descripción de la situación esperada, la imagen objetivo que se espera alcanzar en la medida de que se pueda solucionar el problema central que se ha detectado. Esta lógica nos permite identificar las posibles alternativas de solución, que bajo la forma de proyectos o programas de inversión pueden contribuir a superar esta situación.

Para la elaboración del árbol de objetivos (también denominado árbol de medios y fines), se sugiere seguir lo siguiente:

Poner en positivo todas las condiciones negativas del árbol de problemas que se estime que son deseadas y viables de ser alcanzadas. Al hacer esto, todas las que eran causas en el árbol de problemas se transforman en medios y los que eran efectos se transforman en fines (Beaudoux, 1992, p.53).

El árbol de objetivos es un proceso por el cual los problemas se convierten en objetivos o metas hacia las cuales se pueden dirigir las actividades. También incluye un análisis de los objetivos para considerar si éstos pueden ser alcanzados.

1.3.2.4 Selección de alternativas

Se ha procedido a realizar un análisis comparativo con el fin de seleccionar aquella alternativa que presenta un nivel mayor de cumplimiento de los objetivos de la actuación y que, en consecuencia, se propone para su desarrollo a nivel de Proyecto.

El encadenamiento de objetivos (o los distintos encadenamientos) permite establecer la base para determinar las distintas estrategias alternativas que podrían contribuir al cambio de la situación actual a la situación futura deseada.

- ✓ Problemas e intereses de los involucrados.
- ✓ Recursos y mandatos de los involucrados.
- ✓ Recursos a disposición del proyecto.
- ✓ Probabilidad de alcanzar los objetivos.
- ✓ Horizonte del proyecto.
- ✓ Factibilidad política.

- ✓ Análisis de costo-beneficio.
- ✓ Criterios ambientales.
- ✓ Criterios de género.
- ✓ Riesgos sociales.
- ✓ Sustentabilidad.
- ✓ Otros (Chiriboga, 2003, p.94).

Constituye una de las responsabilidades más importantes para los ejecutivos de una empresa o de las personas encargadas de fomentar el desarrollo de una región, un estado o un país (Hernández, 2005, p.110).

Consiste en elegir la mejor alternativa, la misma que se convierte en los objetivos del proyecto. Por consiguiente se debe seleccionar aquella que ofrezca mayores ventajas comparativas de acuerdo a los recursos que se tienen o que potencialmente se puedan obtener.

1.3.2.5 Matriz de Marco lógico

Herramienta para la conceptualización, el diseño, la ejecución, el seguimiento del desempeño y la evaluación del proyecto. La matriz de marco lógico (MML) se utiliza en todas las etapas y por ello debe ser modificada y mejorada a lo largo del diseño y ejecución (Chiriboga, 2003, p.112).

El marco lógico se representa como una matriz de cuatro por cuatro. Las columnas significan la siguiente información:

- 1.- Un resumen narrativo de los objetivos y las actividades.
- 2.- Indicadores (resultados específicos a alcanzar)
- 3.- Medios de Verificación
- 4.- Supuestos (factores externos que implican riesgo).

Las filas de la matriz representan información acerca de los objetivos, indicadores, medios de verificación y supuestos en cuatro momentos diferentes

en la vida del proyecto. La matriz de marco lógico se adapta a las diferentes etapas de un proyecto y se la puede corregir a lo largo del mismo.

- Fin al cual el proyecto constituye de manera significativa luego de que el proyecto ha estado en funcionamiento.
- Propósito logrado cuando el proyecto ha sido ejecutado
- Componentes/resultados completados en el transcurso de la ejecución del proyecto.
- Actividades requeridas para producir los componentes, resultados (Córdoba, 2006, p.120)

La matriz de marco lógico es el resultado del análisis de información y consiste en el resumen de los elementos claves de un proyecto, es el formato para desarrollar de manera consistente y sostenible el diseño del proyecto.

1.3.2.5.1 Resumen narrativo

Está compuesto:

➤ *Fin*

Es una definición de cómo el proyecto o programa contribuirá a la solución del problema. Responde a la finalidad que se pretende alcanzar, refleja los beneficios del proyecto. Responde a la pregunta: ¿Por qué en última instancia se realiza el proyecto?. Indica cómo el proyecto contribuiría a solucionar el problema. Describe el impacto general del proyecto o programa. Normalmente se trata de un objetivo sectorial (Murillo, 2006, p.68).

Es una definición de cómo el proyecto o programa contribuirá a la solución del problema planteado (Díaz, 2005, p.160).

Permite conocer la contribución o solución del problema para beneficio de la sociedad. Además el fin indicará el impacto al cual contribuirá el proyecto de

manera significativa una vez que el mismo haya finalizado en su fase de operación.

➤ ***Propósito***

Es el impacto directo a ser logrado como resultado de la utilización de los componentes. En proyectos de investigación, el propósito del proyecto es la adopción misma de los transferibles de una investigación por un usuario comprometido. Equivale a decir: "Los productos entregados por el investigador son adoptados o utilizados por el usuario comprometido". En la celda correspondiente al propósito únicamente se enuncia un objetivo. Si se identifica más de un propósito, es muy probable que se esté hablando de un programa y no de un solo proyecto (Murillo, 2006, p.70).

Es el impacto directo a ser logrado como consecuencia de la utilización de los componentes producidos por el proyecto, es una hipótesis sobre el impacto o beneficio que desea lograr (Díaz, 2005, p.160).

El propósito es el efecto directo que se espera lograr después de completada la ejecución. Representa el cambio que fomentará el proyecto, demuestra el resultado obtenido de la utilización de los productos o servicios del proyecto.

➤ ***Componentes***

Son los resultados específicos del proyecto, obras, estudios, servicios, capacitación, etc., que debe producir el ejecutor con el presupuesto asignado. Cada componente debe ser necesario para lograr el propósito y debe ser razonable suponer que si todos los componentes son producidos de la manera planeada se cumplirá el propósito (Murillo, 2006, p.71).

Son las obras, estudios, servicios y capacitación específicos que se requiere que produzca la gerencia del proyecto dentro del presupuesto que se le asigne. Cada uno de los componentes del proyecto tiene que ser necesario para lograr el

propósito y es razonable suponer que si los componentes se produzca adecuadamente se lograra el propósito (Córdoba, 2006, p.101).

Es lo que se espera obtener de un proyecto, es decir lo que el director del proyecto se responsabiliza de entregar, tales como: obras, servicios y capacitación que se requiere que complete el ejecutor del proyecto para la solución de su problema.

➤ *Actividades*

Son las tareas que el ejecutor debe cumplir para completar cada uno de los componentes del proyecto y que implican costos (Murillo, 2006, p.72).

Definen cómo se va a realizar el proyecto, esto es, cuáles son los principales grupos de acciones que el equipo del proyecto debe implementar para alcanzar cada uno de los productos del proyecto. Es recomendable identificar no más de seis o siete actividades por cada producto contemplado. En la matriz no se detallan las actividades, sino grupo de acciones para facilitar la identificación de estrategias para lograr los componentes (Chiriboga, 2003, p.118).

Son todas las acciones que se tiene que cumplir o desempeñar en la ejecución, operación y evaluación de un proyecto, deben confeccionarse detalladamente porque se constituirán en el punto de partida para el plan de ejecución.

1.3.2.5.2 Indicadores

El índice en cifras o porcentaje de compra acciones entre sectores grupos, cuentas, subcuentas cuyo objetivo es medir la situación financiera o de resultados a una fecha o periodos determinados. A los índices se lo llama también indicadores, razones, ratios o simplemente relaciones financieras.

Los indicadores son, en definitiva, conceptos que se van a “medir”. Una vez se han definido los indicadores de un sistema de calidad particular, se deben definir valores objetivos para los mismos en un determinado periodo. Esto permitirá, en primer lugar, establecer unos umbrales de calidad que se deben alcanzar y, en

segundo lugar, comprobar hasta qué punto se alcanzan esos niveles (Chiriboga, 2003, p.119).

Los indicadores constituyen una herramienta central en el proceso de planificación de un proyecto bajo el enfoque de marco lógico. Estos indicadores deben ser establecidos tanto para objetivos generales, específicos, resultados y actividades, guardando cada uno de ellos sus propias especificaciones. En todo caso, los indicadores representan la expresión numérica de objetivos y resultados, expresando también los niveles de éxito (Sapag y Sapag, 2003, p.115)

Los indicadores constituyen una herramienta central que permiten medir los resultados que se alcanzarán al final de la ejecución del proyecto, si éste se ejecuta en forma exitosa, cada indicador específica cantidad, calidad, y tiempo de los resultados por alcanzar.

1.3.2.5.3 Medios de verificación

Bajo el formato del marco lógico, los medios de verificación constituyen también un elemento central, ya que establecen procedimientos a través de los cuales se obtienen los indicadores, es decir que existe una relación estrecha entre medios e indicadores. Algunos criterios que deben considerarse para utilizar los medios de verificación:

- ❖ Fiabilidad, facilidad de acceso, costo accesible

Contiene datos de dónde puede la entidad ejecutora o el evaluador obtener información sobre la situación, el desempeño o comportamiento de cada indicador durante la ejecución del proyecto. Ello requiere que los diseñadores del proyecto identifiquen fuentes de información o dispongan que se recoja información, posiblemente como actividad del proyecto, con su costo correspondiente (Baca, 1995, p.63)

El marco lógico indica donde el ejecutor o el evaluador puede obtener información acerca de los indicadores, ello obliga a los planificadores del

proyecto a identificar fuentes existentes de información o hacer previsiones para recoger información, quizás como una actividad del proyecto. No toda la información tiene que ser estadística, la producción de componentes puede verificarse mediante inspección visual del especialista. La ejecución del presupuesto puede verificarse con los recibos presentados para reembolso o como justificación para volver a integrar el rotario (Córdoba, 2006, p.108).

Los medios de verificación representan evidencias que aportan información sobre la situación y ejecución del proyecto. Además son la fuente de información que puede utilizar un evaluador para verificar que se lograron los objetivos.

1.3.2.5.4 Supuestos

Son factores externos al control del Proyecto, pero que son necesarios para el éxito del mismo y se formulan así;

- ❖ Los Supuestos pueden obtenerse del Árbol de Objetivos
- ❖ Los Supuestos se expresan de manera positiva
- ❖ Los Supuestos se valoran según la importancia y el grado de probabilidad de verificarse.

Los supuestos son afirmaciones sobre los factores de incertidumbre entre cada nivel de los objetivos, son factores críticos de éxito sobre los cuales el director del proyecto no tiene control. Los supuestos (o riesgo) del proyecto tienen una característica importante: los riesgos se definen como que están más allá del control directo de la gerencia del proyecto. El equipo de diseño de proyecto se interroga qué podría ir mal a cada nivel (Baca, 1995, p.70)

Cada proyecto comprende riesgos; ambientales, financieros, institucionales, sociales pero otros factores que pueden hacer que el mismo fracase. El marco lógico requiere que el equipo de diseño de proyecto identifique los riesgos en cada etapa, actividad, componente, propósito y fin. El riesgo se expresa como un

supuesto que tiene que ser cumplido para avanzar el nivel siguiente en la jerarquía de objetivos.

El razonamiento es el siguiente si llevamos a cabo las actividades indicadas y ciertos supuestos se cumplen (Córdoba, 2006, p.109).

Los supuestos son factores externos y representan un juicio de probabilidad de éxito del proyecto y ayudan a minimizar los riesgos en el proceso de diseño del proyecto.

1.3.3 Estudio de Mercado

Se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio, constante básicamente de la determinación y cuantificación de la oferta y la demanda, el análisis de precios y el estudio de la comercialización (Baca, 1995, p.39).

Hay diversas formas de definir el proceso de estudio de mercado, la más simple es aquella que está en función del carácter cronológico de la información que se analiza.

De acuerdo con esto, se definirá tres etapas:

- a) un análisis histórico del mercado
- b) un análisis de la situación vigente
- c) un análisis de la situación proyectada.

Es más que el análisis y la determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse asimilando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizaran como estratégica comercial (Sapag y Sapag, 2007, p.121)

Mediante el estudio de mercado se puede conocer la oferta y la demanda del proyecto para cuantificar y cualificar el producto y/o servicio a generarse con el proyecto.

1.3.3.1 Mercado

Es el área en el cual convergen la fuerza de la oferta y la demanda para establecer un precio único y por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar. A pesar de la existencia de una mano invisible tal como dice Adam Smith, el mercado no es un ente abstracto (Arboleda, 1998, p.190).

El mercado está conformado por la notabilidad de los compradores y vendedores potenciales del producto o servicio que se vaya a elaborar según el proyecto, la estructura del mercado y el tipo de ambiente competitivo donde operan tanto los oferentes como los compradores de un bien o servicio (Sapag y Sapag, 2007, p.123).

Es el lugar o área espacial donde se concentran la oferta y la demanda de un producto o servicio.

1.3.3.2 Consumidor

Es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado (Sapag y Sapag, 2007, p.123).

Es el sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios, como destinatario para satisfacer sus propias necesidades personales o familiares (Vega, 2005, p.94).

El consumidor es una persona con una serie de necesidades y deseos de adquirir un producto o servicio y que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades a través de los mecanismos de mercado.

1.3.3.3 Competencia

Es un tipo de relación interespecífica que tiene lugar entre varios individuos de distintas especies, pero del mismo nivel trófico o de obtención de recursos, cuando existe una demanda activa de un recurso común que puede ser limitante. También puede establecerse la interacción de competencia entre dos poblaciones cuando escasean factores de tipo abiótico. Así, dos plantas podrán competir por la cantidad de agua que hay en el suelo, o bien, dos especies de aves podrán competir por el lugar donde construir sus nidos, es decir, por el espacio de nidificación (Sapag y Sapag, 2007, p.124).

Es precisamente el modo o manera como se ejerce esa jurisdicción por circunstancias concretas de materia, cuantía, grado, turno, territorio imponiéndose por tanto una competencia, por necesidades de orden práctico. Se considera, entonces, tanto como facultad del juez para conocer en un asunto dado, como también el conflicto que puede existir por razón de competencia, como es el caso de conflicto o cuestiones que pueden darse al respecto (Baca, 1995, p.81).

Una competencia se puede dar entre dos o más personas, empresas, entidades, instituciones, etc. Por lo que ofertan el mismo producto o servicio al mercado.

1.3.3.4 Demanda actual

Señala que la demanda actual es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o necesita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El principal propósito que se persigue con el análisis es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto (Baca, 1995, p.82).

El término de la demanda se puede recibir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir durante un periodo determinado de tiempo, según determinadas condiciones de

precios, calidad, ingresos, gusto de los consumidores (Sapag y Sapag, 2003, p.120).

Se entiende por demanda actual la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o necesita para lograr satisfacer las necesidades.

1.3.3.5 Demanda Futura

Es la previsión de evolución de la demanda del sector para el año siguiente y se estima como un porcentaje de incremento o decremento con respecto a la demanda actual (Arboleda, 1998, p.173).

La realización de esta demanda permitirá conocer las cantidades de bienes y servicios que se podrían producir durante cierto número de años a determinados costos y precios (Sapag y Sapag, 2003, p.122).

La demanda futura permite conocer o determinar de manera aproximada los productos o servicios que se producirán en los próximos años.

1.3.3.6 Oferta Actual

Para hacer la proyección de la oferta se podría partir de las variables PIB., inflación o índice de precios, debiéndose tomar las que presenten el coeficiente de correlación mas cercano a uno (Baca, 1997, p.150).

Cuantificación del volumen de bienes o servicios ofrecidos actualmente en el mercado (Miranda, 2005, p.106).

La oferta actual es la cantidad de productos o servicios que se ofrecen en el mercado, teniendo en cuenta algunas variables como el precio del producto, el precio de los factores que intervienen en la producción, etc.

1.3.3.7 Oferta Futura

Una forma de proyectar la oferta es extrapolar la tendencia histórica seleccionando la función a utilizar, pero se debe prestar atención a los cambios que pueden ocurrir en las variables más importantes tales como estructura productiva, tecnología de producción, precios relativos, entre otros (Arboleda, 1998, p.175).

Evaluación previsible de la oferta, haga algún tipo de previsión de la evaluación de la oferta actual, formulando hipótesis sobre los factores que condicionaran la participación (Miranda, 2005, p.110).

Es la proyección de los productos o servicios que se ofrecerán en los próximos años tomando en cuenta los cambios que pueden sufrir las variables como tecnología, precios, etc.

1.3.3.8 Demanda Insatisfecha

Cuando la demanda total no está debidamente satisfecha (Arboleda, 1998, p.176).

Existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas, se pueden observar algunas señales de esta situación al no existir control por parte de las autoridades, los precios se manifiestan muy elevados con respecto a la capacidad de pago de los compradores o consumidores (Miranda, 2005, p.102).

La demanda insatisfecha es cuando los consumidores no están a gusto con los productos o servicios que se ofertan en el mercado.

1.3.3.9 Demanda Insatisfecha Actual

Es lo que producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado (Baca, 1995, p.85).

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho (Miranda, 2005, p.103).

Los productos o servicios ofrecidos no logran cubrir las exigencias del mercado.

1.3.3.10 Demanda Insatisfecha Futura

Es la proyección a través de una serie histórica de oferta, demanda y su consecuente proyección para los años del proyecto a ejecutarse (Sapag y Sapag, 2003, p.124).

Con las informaciones de la población demandante efectiva futura y la oferta futura, se determina la demanda insatisfecha futura (Galindo, 2006, p.62).

Mediante la proyección de la oferta y la demanda se puede determinar la demanda insatisfecha que existirá en los próximos años.

1.3.4 Estudio Técnico Comercial

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de operación pertinentes a esta área (Sapag y Sapag, 1985, p.129).

Estudio Técnico se refiere a los elementos técnicos que debe requerir el proyecto en toda su extensión. En ciertos casos se plasma en el llamado “flujo físico técnico del proyecto” (Baca, 1995, p.91).

El estudio técnico comercial en un proyecto es muy importante ya que permite conocer la descripción del servicio, precios, canales de distribución, promoción, publicidad, tamaño, localización, ingeniería y tecnología, financiamiento, plan de financiamiento y presupuesto.

1.3.4.1 Producto

Es el resultado de la combinación de materiales y procesos definidos y establecidos de acuerdo con el diseño previo del mismo. El producto de un proyecto puede ser un bien o un servicio (Arboleada, 1998, p.180).

El producto es "todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad" (Miranda, 2005, p.130).

Un producto es la transformación de la materia prima en producto elaborado teniendo en cuenta los factores como calidad, precio, marca, etc.

1.3.4.2 Precio

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos (Arboleada, 1998, p.186).

El precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" (Aguirre, 1985, p.152).

Es el valor monetario o dinero que los consumidores tienen que pagar por la obtención de un producto o servicio ofrecido en el mercado.

1.3.4.3 Canales de distribución

Para el diccionario enciclopédico éxito, canales de comercialización es la ruta a través de la cual se traslada a un artículo o servicio desde el lugar de origen hasta el consumidor incluyendo cualquier intermediario que puede haber ante ellos.

La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios (Arboleda, 1998, p.187).

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal (Zalamea, 2002, p.33).

Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas además permiten una comercialización adecuada.

1.3.4.4 Publicidad

Propaganda es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador e i identificada, cualquier tipo de publicidad siempre presenta tres elementos básicos: El anunciante la agencia y los medios publicitarios (Zalamea, 2002, p.35).

"La publicidad es un componente de las diferentes actividades de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que sirve para comunicar el mensaje de un patrocinador identificado a un público específico, mediante la utilización de medios que tienen un costo y que son impersonales y de largo alcance, como la televisión, la radio, los medios impresos y el internet entre otros, con la finalidad de lograr los objetivos fijados" (Maqueda, 1995, p.163).

La publicidad es la propaganda que realiza una empresa para vender u ofertar un producto o servicio, esta publicidad puede usar diferentes medios como: radial, televisiva, impresos, etc.

1.3.4.5 Tamaño

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podrá generar su

implementación. La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad, de insumos localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto entre otros (Chiriboga, 2003, p.125).

El tamaño es un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para la circunstancia y tipo de proyecto de que se trata (Arboleda, 1998, p.191).

El tamaño toma en cuenta algunas variables de un proyecto y es la capacidad de producción en el tiempo de funcionamiento, dependiendo del tipo de proyecto.

1.3.4.6 Localización

Una localización que se ha determinado como óptima en las condiciones vigentes puede no serlo en el futuro. Por tanto, la selección y ubicación debe tener en cuenta su carácter definitivo o transitorio y optar por aquella que permita obtener el máximo rendimiento del proyecto (Chiriboga, 2003, p.126).

Puede tener un efecto condicionador sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas con cada ubicación posible (Sapag y Sapag, 2003, p.128).

La localización es muy importante para un proyecto ya que hay que identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

1.3.4.7 Ingeniería y Tecnología

Se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir con la participación de los ingenieros en las actividades de estudios,

instalación puesta en marcha y funcionamiento del proyecto (Arboleda, 1998, p.193).

Nos dice que técnicamente pueden existir diferentes alternativas tecnológicas de producción es decir, procesos productivos opcionales. ¿Primera la utilización de mano de obra sobre los equipos? ¿O lo contrario? Lo importante es que se defina la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles (Miranda, 2003, p.185).

Se refiere a la parte técnica, equipamiento y construcciones del proyecto, con intervención de recurso humano especializado.

1.3.4.7.1 Obra civil

Es un fuerte componente organizativo que logra su aplicación en la administración del ambiente urbano principalmente, y frecuentemente rural; no solo en lo referente a la construcción, sino también, al mantenimiento, control y operación de lo construido, así como en la planificación de la vida humana en el ambiente diseñado desde la ingeniería civil. Esto comprende planes de organización territorial tales como prevención de desastres, control de tráfico y transporte, servicios públicos y aquellas actividades que garantizan el bienestar de la humanidad (Kotler, 1989, p.538).

Además de las edificaciones donde funcionara la planta de producción o la sede principal si se trata de una empresa comercializadora o prestadora de servicios, habrá que hacer inversiones en obras auxiliares tales como: zonas de parqueo, laboratorios, bodega y talleres. En este punto es fundamental aclarar si el valor del terreno incluye o no obras de urbanismo, puesto de que no tenerlas, los inversionistas tendrán que incrementar su presupuesto en forma significativa para emprenderlos (Miranda, 2003, p.186).

Es la rama de la ingeniería que aplica los conocimientos para la elaboración de infraestructuras, principalmente edificios, obras hidráulicas y de transporte, en

general de gran tamaño y para uso público. También se refiere a las acciones que garanticen bienestar a la sociedad.

1.3.4.7.2 Descripción de procesos productivos

Los procesos que se requieren para generar productos y/o servicios de un proyecto (Guerrero, 2006, p.54).

Este proceso se facilita por la utilización de diagramas de flujo, en el supuesto de que existen técnicas alternativas de producción se debe explicar la razón de haber seleccionado alguna de ellas (Valbuena, 2000, p.246).

La descripción de los procesos productivos señala las formas como se ejecutan las actividades para la obtención del producto y/o servicio del proyecto.

1.3.4.7.3 Tecnología

La tecnología se nutre, especialmente en la actualidad, de los conocimientos puros que provee la ciencia, por lo que es, en este sentido, ciencia aplicada. Las empresas modernas se ocupan crecientemente de buscar sus propias técnicas y métodos de producción, creando, mejorando y modificando los productos existentes. Para ello se han creado departamentos de investigación y desarrollo, donde se estudian de un modo sistemático los problemas mencionados (Miranda, 2003, p.189).

La tecnología prevaleciente en una economía determina en gran medida su productividad global, pues ella permite los incrementos en el producto total sin aumentar el uso del factor trabajo. La incorporación de nuevas tecnologías requiere por lo general de considerables inversiones, ya que la misma se concreta y expresa, antes que nada, en los bienes de capital que se utilizan en la producción (Chiriboga, 2003, p.128).

La tecnología se basa en la ciencia, determina equipos y maquinarias que utilizará el proyecto. Además la tecnología permite ir mejorando paulatinamente los procesos con la finalidad de satisfacer la necesidad humana.

1.3.4.8 Financiamiento

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito (Ortega, 2002, p.10).

Es la aportación de dinero para desarrollar un proyecto o empresa. Puede ser como fondos propios con retribución variable en función de los beneficios, o como fondos ajenos que cobran una retribución fija, llamada interés (Miranda, 2003, p.200).

Financiamiento es la aportación de recursos económicos propios o de créditos para el funcionamiento financiero de una entidad y así realizar gastos de una actividad, obra o inversión.

1.3.4.9 Plan de ejecución

Es el conjunto de componentes presupuestales necesarios y suficientes para ejecutar el proyecto. Asimismo, contiene la unidad de medida de cada componente presupuestal identificado y el detalle mensual o trimestral de sus metas financieras y físicas. Este plan tendrá carácter plurianual en el caso de los proyectos cuya ejecución supere el año fiscal (Chiriboga, 2003, p.130).

Establece de forma detallada y cronológica las secuencias de actividades que corresponden a la fase de ejecución del proyecto. En esta fase se concentra la inversión y también, en general, los desembolsos del financiamiento. Por esta

razón es útil disponer con el mayor detalle posible de las previsiones de la cronología estimada a fin de coordinar mejor la adquisición de materiales y equipos, la prestación de servicios por terceros y la puesta en marcha del proyecto (Ilpes, 2006, p.98).

Un plan de ejecución es la unión de un sinnúmero de componentes necesarios para la realización de un proyecto, el mismo que deberá ir de la mano con la etapa de preinversión ya que permitirá conocer la viabilidad del proyecto.

1.3.4.10 Presupuesto

Es el plan expresado en términos cuantitativos, es decir una intención los términos cuantitativos puede referirse a unidades de venta, unidades de producción, número de empleados, etc. (Chiriboga, 2003, p.131).

El proceso de elaboración del presupuesto del proyecto consiste en dos etapas. Primero la estimación del costo se asigna varios paquetes de trabajo en la estructura de división del trabajo del proyecto, segundo, el presupuesto para cada paquete de trabajo se distribuye mientras este dure, así que es posible determinar cuánto de este presupuesto debe haberse gastado en cualquier momento en el tiempo (Clements, 2007, p.311).

El presupuesto permite realizar la estimación de la inversión de un proyecto, expresado en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo.

1.3.5 Estudio Económico

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otras son indicadores que servirán de base

para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica (Chiriboga, 2003, p.124).

El estudio económico analiza aspectos importantes como: ingresos, costos financieros, costos totales, inversión total, depreciación y amortización, capital de trabajo, costo de capital, estados de resultados, punto de equilibrio y balance general para que el proyecto se ponga en marcha (Gómez, 2001, p.58).

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

1.3.5.1 Ingresos

Son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la empresa y su estructura (en un ejercicio económico) (Gómez, 2001, p.175).

Entradas de dinero o valores que lo representen: se originan en la venta de bienes o servicios durante un periodo de tiempo determinado (Dávalos, 1984, p.324).

Es la cantidad de dinero que se le retribuye a una empresa por concepto de sus operaciones, como puede ser la venta de productos o servicios.

1.3.5.2 Costos Financieros

El costo financiero son los intereses que deben de pagarse por concepto de préstamos de capital (Gómez, 2001, p.190).

Son los gastos que se refieren a los que se efectúan con el propósito de obtener, utilizar y disponer de los fondos necesarios para el funcionamiento de la empresa, a través del crédito, descuentos concedidos, etc. (Dávalos, 1984, p.151).

Son los gastos que se efectúan con el propósito de obtener fondos para la operación de la empresa, y se los obtiene por financiamiento de diferentes acreedores.

1.3.5.3 Costos Totales

Los costos totales incurridos en la operación de una empresa durante un periodo dado, se cuantifican sumando sus costos fijos y variables, expresándose esta relación según se indica en la fórmula siguiente:

$COSTOS\ TOTALES = COSTOS\ FIJOS + COSTOS\ VARIABLES$ (Gómez, 1992, p.89).

Suma total de gastos requeridos para producir un bien de consumo o proporcionar un determinado servicio, que no se hallan vinculados necesariamente con la salida de fondos durante un periodo de tiempo determinado (Dávalos, 1984, p.157).

Es la suma de los costos fijos y los costos variables durante un determinado periodo de la producción.

1.3.5.4 Inversión Total

Es el monto de capital que se le asigna a un proyecto, con la esperanza de que este pueda producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general. Para este caso las inversiones buscan un rendimiento monetario atractivo, es decir una ganancia en dinero, pero existen otras inversiones que solo buscan el beneficio social (Gómez, 1992, p.103).

El término es aplicable tanto al acto de transformación inmediata, como a los compromisos contractuales de futuras adquisiciones o construcciones con pagos diferidos, para lo cual quedan afectados los fondos o valores de disponibilidad actual o futura (Dávalos, 1984, p.336).

Es el capital que se asigna para la elaboración y ejecución de un proyecto con la esperanza de que este pueda producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general.

1.3.5.5 Depreciación

Depreciación es el valor que pierden los bienes con el paso del tiempo y solo se aplica a los activos fijos (Gómez, 2001, p.196).

Depreciación es el valor que pierden los bienes con el paso del tiempo y solo se aplica a los activos fijos, durante cada ejercicio económico. Puede ser de carácter físico, técnico, económico, etc. (Dávalos, 1984, p.390).

La depreciación corresponde al reconocimiento de gastos originados en la obsolescencia o deterioro de los bienes de activo fijo.

1.3.5.6 Amortización

Cantidad que se deduce periódicamente sobre una pérdida o sobre un cargo diferido, con el fin de registrar contablemente el valor estimado o computable ha determinado periodo y situación (Dávalos, 1984, p.45).

Proceso mediante el cual el principal de un préstamo o el principal nacional de un derivado se va haciendo progresivamente menor con el paso del tiempo, porque se reembolsa el principal (en el caso de un préstamo) o se reduce sencillamente (en el caso de un derivado) (Gómez, 2001, p.204).

La amortización es el proceso financiero mediante el cual se extingue gradualmente una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes.

1.3.5.7 Capital de Trabajo

Expresa en términos de valor lo que la razón corriente presenta como una relación. Indica el valor que le quedaría a la empresa, representando en efectivo u otros pasivos corrientes, después de pagar todos sus pasivos de corto plazo, en el caso en que tuvieran que ser cancelados de inmediato (Gómez, 2001, p.77).

Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año. Está generalizado por la mayoría de los especialistas y literatura especializada el criterio de que Capital de Trabajo no es más que la diferencia entre Activo Circulante y Pasivo Circulante (López, 2008, p.136).

Una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes sean mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una entidad organizativa desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad de cada una.

1.3.5.8 Costo del Capital

El coste en que incurre una compañía para obtener el capital de deuda (fondos ajenos) y el capital social (fondos propios) que necesita para financiar sus actividades. El coste del capital de deuda es siempre inferior al coste del capital social (representado por acciones) por dos razones:

- 1) El interés que se paga por la deuda es deducible fiscalmente para la compañía.
- 2) Mientras que los dividendos que se pagan a los accionista, dependiendo de cómo haya sido la aportación de capitales a la empresa (por personas físicas, morales o instituciones de crédito) cada uno de ellos tendrá un

costo asociado al capital que aporten y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio (López, 2008, p.142).

Coste que supone para una empresa la utilización de recursos ajenos para financiarse. Media de los costes de la deuda y de los recursos propios de una empresa, ponderada por la cantidad de deuda y recursos propios. En el análisis de proyectos se incluye como coste de capital el tipo de interés pagado por los recursos ajenos y la rentabilidad que se estima de los recursos propios (Martin, 2002, p.52).

Es el valor que consigue una compañía o empresa para cubrir el capital de una deuda y el capital social para seguir financiando sus actividades.

1.3.5.9 Estado de Resultados

El estado de resultados es uno de los estados financieros básicos para las entidades lucrativas. Su importancia reside en que muestra la información relativa al resultado de las operaciones en un periodo contable y, por ende, los ingresos y gastos de dichas entidades, así como, su utilidad o pérdida neta, permitiendo evaluar los logros alcanzados con los esfuerzos desarrollados durante el periodo consignado en el mismo estado (Backer; Jacobson, 1995, p.153).

Informe financiero básico producto de todo sistema contable, que se presenta conjuntamente con el Estado de Situación Financiera, con el de Utilidades Retenidas o de Superávit y con el de Cambios en la Posición Financiera o estado de Fondos, consiste en la presentación ordenada y de acuerdo con el plan de cuentas de los ingresos percibidos o ganados y los gastos efectuados o incurridos y el resultado final relacionado con las operaciones financieras de una entidad o empresa, en un periodo determinado, generalmente de un año o ejercicio económico (Dávalos, 1984, p.240).

Es uno de los estados financieros más importantes para las empresas o entidades públicas o privadas, ya que permite conocer los ingresos o gastos de las mismas

así como también logra determinar la pérdida o utilidad neta de un periodo contable.

1.3.5.10 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es donde los ingresos son iguales a los costos. Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables la formula es la siguiente:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar (Backer; Jacobson, 1995, p.157).

Nivel de operaciones financieras o productivas de una entidad o empresa en el que no existe ni perdidas ni ganancias, o sea el punto donde los ingresos igualan a los costos o egresos (Dávalos, 1984, p.486).

El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder dinero.

1.3.5.11 Balance General

Colección de informes contables, obligatorios que se realizan al final de cada ejercicio económico, que refleja la situación financiera y económica de la empresa.

Generalmente, el balance general o balance de situación incluye los Libros Mayores, Estado de situación patrimonial (activos, pasivos, patrimonio neto), Estado de resultados (pérdidas y ganancias) y Estado de flujos de efectivo (Hurtado, 1982, p.49).

Termino contable que, en la actualidad es poco utilizado en la profesión contable ya que ha sido sustituido por el término de general aceptación “Estado de Situación Financiera” (Dávalos, 1984, p.71).

El balance general o también llamado balance de situación es el informe financiero o estado contable que refleja la situación económica de una empresa o entidad en un periodo determinado.

1.3.6 Evaluación Financiera

La evaluación financiera es aquella que toma en consideración la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros necesarios para el proyecto, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que genera. Los costos y beneficios constituyen el flujo financiero; y su valor residual es igual al valor residual de la evaluación económica (Chiriboga, 2003, p.136).

Es la presentación en forma procesada de la información de los estados financieros de una empresa y que sirve para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones, fusiones de empresas, concesión de crédito, etc. El análisis es horizontal si se ocupa de los cambios que se presentan en las cuentas individuales de un periodo a otro. Es vertical si se relaciona cada una de las cuentas o partes de un estado financiero con un total determinado dentro del mismo estado (Miranda, 2005, p.306).

En la elaboración de un proyecto es muy importante tener en cuenta la evaluación financiera ya que tiene como objetivo elaborar el flujo de fondos netos, calcular los indicadores de rentabilidad que permiten decidir la viabilidad del proyecto.

1.3.5.1 Flujo de Fondos Netos

No es más que la diferencia existente, en cada año entre los ingresos brutos y los costos brutos totales, compuestos, estos últimos por los costos de inversión y costos de operación del proyecto (Calvo, 1997, p.397).

Es el monto de dinero que queda disponible para la empresa después de haber cumplido con todas sus obligaciones operativas y de financiación. Tiene como destino las inversiones de corto plazo en activos que permitan tener rápida disponibilidad del dinero (Flores, 2006, p.83).

Establece el origen y la destinación de los recursos financieros de una empresa, partiendo de la comparación de los balances generales cada año en el proyecto.

1.3.5.2 Tasa de Interés de Oportunidad

No es más que el Costo de capital promedio ponderado. Por lo tanto, ilustremos este concepto fundamental en la evaluación de proyectos y alternativas. El objetivo básico financiero de la empresa es satisfacer a sus dueños y para poder lograrlo es necesario generar una utilidad operativa o flujo de caja libre (inicialmente y por facilidad en la exposición lo asemejaremos, pero definitivamente son diferentes en varios puntos), la cual permita cubrir el costo de la financiación con terceros (pasivos) y con el remanente satisfacer las expectativas financieras de los dueños ahora y en el futuro (Arboleda, 1998, p.201).

La tasa de interés de oportunidad de una empresa, es el Costo de capital promedio ponderado. La inversión en la empresa o la estructura operacional debe generar una utilidad operativa que permita cubrir el costo de la deuda y el retorno para los dueños, donde estos esperan una tasa superior al pasivo, porque ellos asumen un mayor riesgo.

Por ejemplo, la deuda es independiente del nivel de utilidad (la empresa paga intereses gane o pierda) y además es prioritaria en caso de concordato o quiebra. Los dividendos o el retorno para los dueños dependen de la utilidad o de la pérdida y no tiene prioridad, es residual (Flores, 2006, p.90).

La tasa de interés de oportunidad busca generar una utilidad para cubrir la inversión y satisfacer las perspectivas de ahora y del futuro.

1.3.5.3 Indicadores de Rentabilidad Financiera

El indicador de rentabilidad financiera mide el retorno de los accionistas después del pago de la deuda, además los indicadores de rentabilidad ayudan a determinar la viabilidad del proyecto y estos son:

- ❖ Valor actual neto
- ❖ Tasa interna de retorno
- ❖ Relación beneficio/costo (Flores, 2006, p.106).

Cuando se tiene varias alternativas de inversión, la evaluación de proyectos es un mecanismo muy útil para determinar un orden de prioridad entre cada una de ellas, seleccionando proyectos más rentables y eliminando los que no lo sean, de tal forma que se llegue a una eficiente asignación de recursos (Guerrero, 2006, p.92).

Los indicadores de rentabilidad son la comparación de los ingresos y egresos de un proyecto durante la vida útil, lo que permite determinar si es conveniente o no ejecutarlo.

1.3.5.3.1 Valor actual neto

El valor actual neto surge de sumar los flujos de fondos actualizados de un proyecto de inversión. Mide la riqueza que aporta el proyecto medida en moneda del momento inicial.

Fórmula de cálculo:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k_1)} + \frac{Q_2}{(1+k_1)(1+k_2)} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k_1)\dots(1+k_n)}$$

Donde:

A = Valor de la Inversión Inicial.

Q1 = Valor neto de los distintos flujos de caja. Se trata del valor neto así cuando en un mismo periodo seden flujos positivos y negativos, será la diferencia entre ambos flujos.

K1 = Tasa de retorno del periodo (Pasqual, 1999, p.351).

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los fijos descontados a la inversión inicial (Córdoba 2006, p.280).

El VAN mide la utilidad neta a lo largo de los años de vida útil del proyecto, después de pagar todo.

1.3.5.3.2 Tasa de interna de retorno

El TIR es un indicador de los beneficios netos que se esperan de un proyecto durante su vida útil, expresando como un porcentaje comparable al costo de oportunidad del capital o a la tasa de interés prevaleciente en el mercado. Son aquellas tasas que hacen que el VAN = 0, esta considera todos los flujos de fondos de un proyecto adecuadamente descontados.

La regla de decisión es la siguiente:

Si $TIR >$ tasa de descuento (r): el proyecto es aceptable. Si $TIR <$ tasa de descuento (r): el proyecto no es aceptable (Córdoba 2006, p.281).

La tasa de interna de retorno para la cual el proyecto será apenas aceptable, se constituye pues, en un valor crítico que representa la menor rentabilidad que el inversionista está dispuesto a aceptar. Se debe invertir en un proyecto cuando su TIR sea superior al costo de oportunidad, obviamente para niveles de riesgo similares (Miranda, 2003, p.239).

La tasa interna de retorno mide la rentabilidad en términos porcentuales, su valor se genera cuando el VAN del proyecto es igual a cero.

1.3.5.3.3 Relación beneficio/costo

La relación beneficio/costo se calcula como el cociente entre el valor presente de los ingresos y el valor presente de los egresos para una tasa de interés i .

La expresión general para su cálculo está dada por:

$$Bi/Ci = \frac{\text{Valor presente de los ingresos } i}{\text{Valor presente de los egresos } i}$$

Cuando la relación beneficio – costo es mayor que 1 (el valor presente de los ingresos supera al valor presente de los egresos), se justifica el proyecto desde el punto de vista económico ya que esto equivale a decir que el valor presente neto es positivo (Córdoba 2006, p.283).

Se utiliza para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hacen un proyecto de inversión privada, sino que se toma en cuenta los criterios sociales (Pasqual, 1999, p.356).

La relación beneficio/costo de un proyecto permite estimar el beneficio que tendrá el proyecto por cada dólar de costo.

1.3.5.3.4 Tiempo de recuperación de la inversión

Es el número de años que la empresa tarda en recuperar la inversión. Este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el periodo de recuperación de la inversión mejor será el proyecto. El periodo de Recuperación de la inversión 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 (Pasqual, 1999, p.358)

Su cálculo expresa en qué año dentro del resultado obtenido del Flujo de Fondos Totalmente Neto (FFNT) se recupera la inversión (Flores, 2006, p.119).

El tiempo de recuperación de la inversión es el número de años, meses, días que las empresas tardan en recuperar el dinero invertido en el proyecto.

1.3.7 Evaluación Económica

Son las determinaciones de la tasa de rendimiento mínima aceptable y el cálculo de los flujos netos de efectivos. Ambos, tasa de flujos, se calculan con y sin financiamiento. Los flujos provienen del estado de resultados proyectados para el horizonte de tiempos seleccionado (Baca, 1995, p.118).

Examina, en términos de bienestar desde el punto de vista de la nación como un todo, hasta qué punto los beneficios generados por el proyecto son superiores a los costos incurridos. Utiliza los precios económicos, también llamado precios de eficiencia o precios sombra o precios de cuenta (Arboleda, 1998, p.351).

La evaluación económica cuantifica beneficios y costos económicos, los cálculos de costos económicos se fundamentan en precio sombra o precio cuenta que son valores libres de impuestos, subsidios y otras distorsiones de la economía de un país, esta evaluación se orienta a determinar el aporte de un proyecto para el desarrollo de la sociedad

1.3.7.1 Impacto económico

La innovación y el cambio tecnológico plantean un conjunto de interrogantes económicos y relacionados con el desarrollo, la comercialización, la difusión y la adaptación de los nuevos conocimientos técnicos. A pesar del interés evidente de estas cuestiones, sólo entraron en el campo de estudio de los economistas en el curso de los últimos años. La razón debe buscarse sin duda en el paradigma neoclásico que ha dominado el pensamiento económico en toda la etapa de

posguerra y en cuyo marco no existía una verdadera teoría de la innovación que comprendiera fenómenos como el que aquí se plantea (Baca, 1995, p.230).

El primer paso en la evaluación económica de un proyecto es la identificación del impacto sobre cada uno de los elementos de la utilidad o bienestar social. El impacto se divide en dos: los beneficios o impactos positivos y los costos o impactos negativos. Tanto los beneficios como los costos deben ser analizados teniendo en cuenta su magnitud, su ubicación en el tiempo y la duración del proyecto (Miranda, 2003, p.274).

La identificación de los impactos económicos de un proyecto se basa en el análisis de los elementos que contribuyen al bienestar económico o social, teniendo en cuenta la medición del aporte del proyecto al bienestar nacional.

1.3.7.2 Cuantificación de impactos económicos

Impactos positivos (beneficios):

- Aumento en el consumo de bienes servicios, o bienes meritorios
- Liberación (ahorro) de recursos productivos

Impactos negativos (costos):

- Disminución del consumo de bienes servicios, o bienes meritorios
- Utilización (o compromiso) de recursos productivos

Según la definición, el impacto refleja los objetivos que se buscan lograr. Por ende, los impactos que interesan a la evaluación económica serán los que determinan el aporte del proyecto al bienestar socio-económico. Como consecuencia, en el proceso de identificación de impactos, se busca identificar todos los cambios que el proyecto genera sobre los elementos que crean bienestar: el consumo actual y futuro de bienes, servicios y bienes meritorios (Guerrero, 2006, p.98).

En esta fase debe examinarse si se cumple con todas las condiciones cuantitativas que restringen el proyecto, tanto las que se refieren a la cantidad de recursos utilizables como a los resultados y su distribución (Pasqual, 1999, p.19).

En la cuantificación de impactos económicos encontramos impactos positivos y negativos, los mismos que serán analizados con base en su magnitud y ubicación temporal dentro de la vida del proyecto. Por ende, los impactos que interesan a la evaluación económica serán los que determinan el aporte del proyecto al bienestar socio-económico.

1.3.7.3 Precio Sombra

Precio de referencia que se establecería para cualquier bien en condiciones de competencia perfecta, incluyendo los costos sociales además de los privados. Cuando un bien o servicio no tiene un precio en el mercado también suele asignársele un precio sombra, con lo cual se pueden realizar análisis de costo-beneficio y cálculos de programación lineal. Ellos representan el costo de oportunidad de producir o consumir una mercancía, aun cuando ésta no sea intercambiada en el mercado o no tenga un precio de mercado (Valenzuela, 2002, p.10).

El precio sombra mide como varia la función objetivo (f) en el óptimo al modificar marginalmente el parámetro (m) que determina el nivel de restricción. Con el precio sombra se pretende medir la importancia de la escasez de restricción que impide alcanzar un resultado mejor (Pasqual, 1999, p.228).

El precio sombra o también conocido como precio cuenta, refleja la expresión de valor en términos del bienestar nacional, es decir cuando un bien o servicio no tiene un precio en el mercado también suele asignársele un precio sombra o precio de referencia según el mercado.

1.3.7.4 Razón precio Sombra

En la práctica de evaluaciones de proyectos con frecuencia se utiliza las razones -cuenta (o relaciones- cuenta) para convertir valores expresados en precios de mercados en valores.

La razón precio cuenta, razón, denominada la RPC. Se define de la siguiente manera:

$$\mathbf{RPC} = \frac{\text{Precio cuenta, bien}}{\text{Precio de mercado, bien}}$$

La RPC, se utiliza para una facilidad de aplicación, puede al multiplicarla por el precio del mercado o el valor registrado en una evaluación financiera o en unos libros contables, se “calcula” el precio cuenta. Otra bondad de RPC, consiste en que su valor se mantiene frente a una inflación general: solo se modificarán frente a cambio precio relativo (Parkin, 2004, p.179).

Pueden ser estimados mediante métodos econométricos que calculan el producto físico marginal de cada factor a través de una función de producción o de productividad o mediante métodos de producción lineal, cuya salida dual también proporciona el valor del precio sombra de dichos factores (Valenzuela, 2002, p.15).

Se utilizan las razones precio sombra o precio cuenta para convertir valores expresados en precios del mercado en valores expresados en precios cuenta.

1.3.8 Empresa

La empresa se define como una entidad conformada por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales, capacidades técnicas y capacidad financiera. Todo ello le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer con sus productos y/o servicios, las necesidades o deseos existentes en la sociedad (Díaz, 1997, p.25).

Las empresas según su propiedad, pueden ser privadas o públicas; en el primer caso pertenecen a un empresario o conjunto de empresarios, mientras que en el segundo la propiedad es del Estado, ya sea a nivel nacional, regional o municipal.

La gestión de la empresa, que antiguamente casi sin excepción correspondía al empresario, se encuentra ahora siempre en manos de un cuerpo organizado de empleados especializados, la gerencia, salvo en los casos de empresas pequeñas o de características muy especiales. En las empresas públicas la gestión puede efectuarse directamente por funcionarios gubernamentales o puede estar a cargo de una gerencia técnica, más o menos independiente de las decisiones políticas (Parkin, 2004, p.190)

Las empresas pueden ser comerciales, artesanales, industriales entre otras, las mismas que son creadas con la finalidad de obtener utilidades, permitiendo satisfacer las necesidades de la sociedad.

1.3.8.1 Tipo de Empresa

Están clasificadas de la siguiente manera:

- ❖ Según el Sector de Actividad
- ❖ Según el Tamaño
- ❖ Según la Propiedad del Capital
- ❖ Según el Ámbito de Actividad
- ❖ Según el Destino de los Beneficios
- ❖ Según la Forma Jurídica

Existen diversos tipos de empresas y varían según la ideología de cada autor (Parkin, 2004, p.199).

1.3.8.2 Requisitos para la creación de una empresa.- Para la creación de cualquier empresa se debe tener en cuenta los aspectos legales.

1.3.8.2.1 Aspectos formales y estructura legal.- Trámites administrativos y legales necesarios que hay que cumplimentar para poder constituir la empresa y el régimen fiscal al que deberá someterse. Una vez escogida la forma jurídica, se procede a los trámites de crear la empresa. Son trámites de constitución pesados, pero no son difíciles. Sea cual fuere la forma jurídica adoptada, hay que solicitar al ayuntamiento o junta municipal correspondiente una licencia municipal de apertura (licencia de actividades e instalaciones).

Por ello, es aconsejable que antes de firmar cualquier contrato de alquiler o de compra, solicitar al ayuntamiento una consulta sobre la viabilidad de desarrollar en ese local esa actividad. Si el local necesita reformas será necesaria, además, una licencia de obras. Si se adopta por la forma de empresario individual: El requisito principal es ser mayor de edad y tener libre disposición de bienes propios (Parkin, 2004, p.184).

Son los diferentes trámites que se hacen para que una empresa que se desee crear este legalmente constituida, los trámites se realizarán de acuerdo al tipo de empresa. En el proyecto se debe estipular el tipo de empresa que se piensa establecer (colectiva, de responsabilidad limitada o anónima, etc.) acompañado de las disposiciones legales y de un bosquejo de los estatutos, el cual debe cubrir:

- ❖ Nombre o razón social que tendrá la sociedad, domicilio, duración, objetivo de la sociedad, tipo de administración, representación legal, etc.

En la actualidad es prácticamente inconcebible una empresa privada que esté totalmente desconectada del sector público, siempre existirá algún tipo de relaciones con las autoridades gubernamentales o locales en forma de permisos municipales, autorizaciones de constitución, permisos de importación, etc. (Arboleda, 1998, p.400).

Para crear una empresa hay que tomar en cuenta que tipo de empresa es la que se va a crear, para luego realizar los respectivos trámites correspondientes.

1.3.9 Empresa Consultora

Es el servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos de trabajo de una organización y la recomendación de medidas apropiadas para su solución; y la prestación de asistencia en la aplicación de dichas recomendaciones (Cohen, 2003.p32).

La consultoría de empresas es un servicio al cual los directores de empresas pueden recurrir si sienten necesidad de ayuda en la solución de problemas. El trabajo del consultor empieza al surgir alguna situación juzgada insatisfactoria y susceptible de ser mejorada, y termina, idealmente, en una situación que se ha producido un cambio que constituye una mejora (García, 1994, p.58).

Son empresas de servicios profesionales con experiencia o conocimiento específico en un área, que asesoran a empresas, entidades, instituciones, países u organizaciones en general.

1.3.9.1 Servicios Empresariales

Es una estructura nacional eficaz y flexible que pone a disposición de sus clientes para solucionar en forma integral sus necesidades, con seguridad en la información, seriedad en el cumplimiento de los compromisos y visión global de negocios (Córdoba, 2006, p.495).

Son transacciones de servicios de compra-venta y otros relacionados con el comercio, arrendamientos de explotación, empresariales, profesionales y técnicos varios. Los servicios también se pueden clasificar según estén basados en personas o equipamiento, en función de su grado de contacto con el cliente o según estén ofrecidos por una organización (Galindo, 2006, p.120).

Es el servicio prestado por una persona o personas independientes, calificadas en la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos de trabajo de una organización u

empresa. Además permiten brindar una efectiva asistencia a quienes necesiten una guía de cómo mejorar sus inversiones y la recomendación de medidas apropiadas para su solución.

1.3.9.2 Consultoría

Servicio profesional por medio del cual se proponen soluciones a problemas identificados, con el propósito de contribuir a lograr los objetivos de la organización (Chiriboga, 2003, p.158).

Son conceptos especializados que se emiten como respuesta a solicitudes formuladas sobre asuntos específicos y que no implican una transferencia significativa de tecnología (Córdoba, 2006, p.490).

La consultoría es un servicio profesional que presenta opciones de solución con el propósito de guiar de manera correcta al interesado.

1.3.9.3 Servicio Consultivo

La consultoría es en lo esencial un servicio de asesoramiento, para cuando una organización carece de las personas capaces de abordar un problema con la misma posibilidad de éxito. Para ello se requieren a menudo métodos y técnicas especiales en que el consultor es un experto (García, 1994, p.68).

Se refiere a la labor de asesoría externa realizada por una empresa especializada para la implementación o integración de un sistema, el desarrollo de un proyecto determinado, etcétera. (Cohen, 2003.p52).

Los servicios de consultoría comienzan cuando una situación determinada se considera insatisfactoria en una empresa y el consultor debe contribuir a mejorar la calidad de la dirección y a lograr un funcionamiento bueno o excelente de la organización.

1.3.9.4 Importancia de las Empresas Consultoras

Las empresas consultoras son importantes por lo siguiente:

- ❖ Brindan servicio profesional.
 - ❖ Buscan solución a los problemas
 - ❖ Aporten conocimientos y capacidades especiales.
 - ❖ Dan a la dirección argumentos que justifiquen decisiones predeterminadas (Cohen, 2003.p60).
-
- ❖ Aporte de conocimientos y técnicas especiales
 - ❖ Aporte de una intensa ayuda profesional con carácter temporal.
 - ❖ Aporte de una solución externa imparcial.
 - ❖ Para realizar encargos especiales de la dirección de las empresas (García, 1994, p.90).

Las empresas consultoras son importantes porque realizan estudios económicos, sociales, de mercado o de viabilidad técnica para la puesta en marcha de nuevas actividades o el lanzamiento de nuevos productos.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Breve Caracterización de la Empresa Objeto de Estudio

La Maná, es uno de los seis cantones de la Provincia de Cotopaxi, fundada por Carlos Lozada Quintana comerciante, el cual instaló un caserío a finales del siglo 19 e inicios del siglo 20, en el cual se empezó a comercializar productos de la sierra y costa. A una altitud de 800 msnm (metros sobre el nivel del mar). La cantonización se produjo el 19 de mayo de 1986. Tiene una superficie total de 66.258 hectáreas.

La Maná era un recinto que perteneció a la parroquia El Tingo del cantón Pujilí por varios años pero debido a su crecimiento y desarrollo, sus habitantes organizaron un comité pro-parroquialización buscando un mejor porvenir para su pueblo hasta que, finalmente lograron la cantonización de La Maná, gracias a la tenaz gestión de hombres patriotas y decididos.

Sus inmensos bosques, sus gigantescas siembras de banano, orito, yuca, cacao, tabaco y café, tanto como su estratégica ubicación geográfica y su riqueza aurífera le confieren características especiales que propician su desarrollo y le otorgan un papel protagónico en la economía de nuestro país.

Esta joven ciudad alberga a grupos humanos de diversa procedencia, tanto serranos como costeños conviven en La Maná formando un solo pueblo donde las manifestaciones culturales de todos ellos se han fusionado, dando lugar a una población inmensamente rica en tradiciones folclóricas (Mora, 1998, p10).

2.1.1 Significado de La Maná

Debido a que este cantón se encuentra al finalizar la cordillera de los andes por el lado occidental, se le atribuye como La Maná el femenino de mano, la mano entre la costa y la sierra ecuatoriana, otros Historiadores como la Lcda. Teresa Acurio Araque define el termino como El Maná, citado en varios versículos bíblicos, por la gran riqueza con la cual cuenta desde sus inicios.

2.1.1.1 Ubicación

El Cantón La Maná está localizado en la región natural occidental de las estribaciones externas de la cordillera de Los Andes, en la provincia de Cotopaxi. Se ubica en la zona templada subtropical entre los 200 y 1150 msnm (metros sobre el nivel del mar).

Está situada a unos 150 Km de Latacunga, capital de la provincia, siendo una zona importantísima del país en producción agrícola, ganadera, turística y cultural.

La vegetación está comprendida mayoritariamente por la tropical y la subtropical hacía los pisos más altos formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región sub-andina. Los cultivos son de carácter subtropical, especialmente de caña de azúcar, café y cítricos.

2.1.1.2 Límites

- **Norte:** con la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo.

- **Sur:** el río Calope es el accidente geográfico que la separa de la parroquia Moraspungo, cantón Pangua.
- **Este:** la parroquia La Esperanza del cantón Pujilí y Sigchos
- **Oeste:** el cantón Valencia y Quinsaloma de la provincia de Los Ríos.

2.1.1.3 Población

La población total del Cantón La Maná es de 38.895 habitantes, de acuerdo a cifras proporcionadas por el INEC en el año 2010, de los cuales 30.682 es del área urbana y 8.213 son del área rural.

2.1.1.4 Temperatura

La temperatura media anual es de 23° Centígrados, observando que los meses con mayor temperatura son Marzo y Abril con 28 a 30° y la temperatura más baja se registra en el mes de Julio y es de 24°C.

2.1.1.5 Hidrografía

En la hidrología, el cantón se halla cruzado por una extensa red de ríos, quebradas y esteros, relacionados con la cuenca del Quevedo y del Guayas.

Entre los más importantes tenemos: río Guadual, río Quindigua, importante por su caudal permanente y peligroso en el invierno, río Hugshatambo, río Guasaganda, río Manguilita. El río San Pablo, que nace en el sector alto de la provincia de Cotopaxi, es el más largo y caudaloso de esta red, con una longitud de 20 kilómetros en el territorio del cantón.

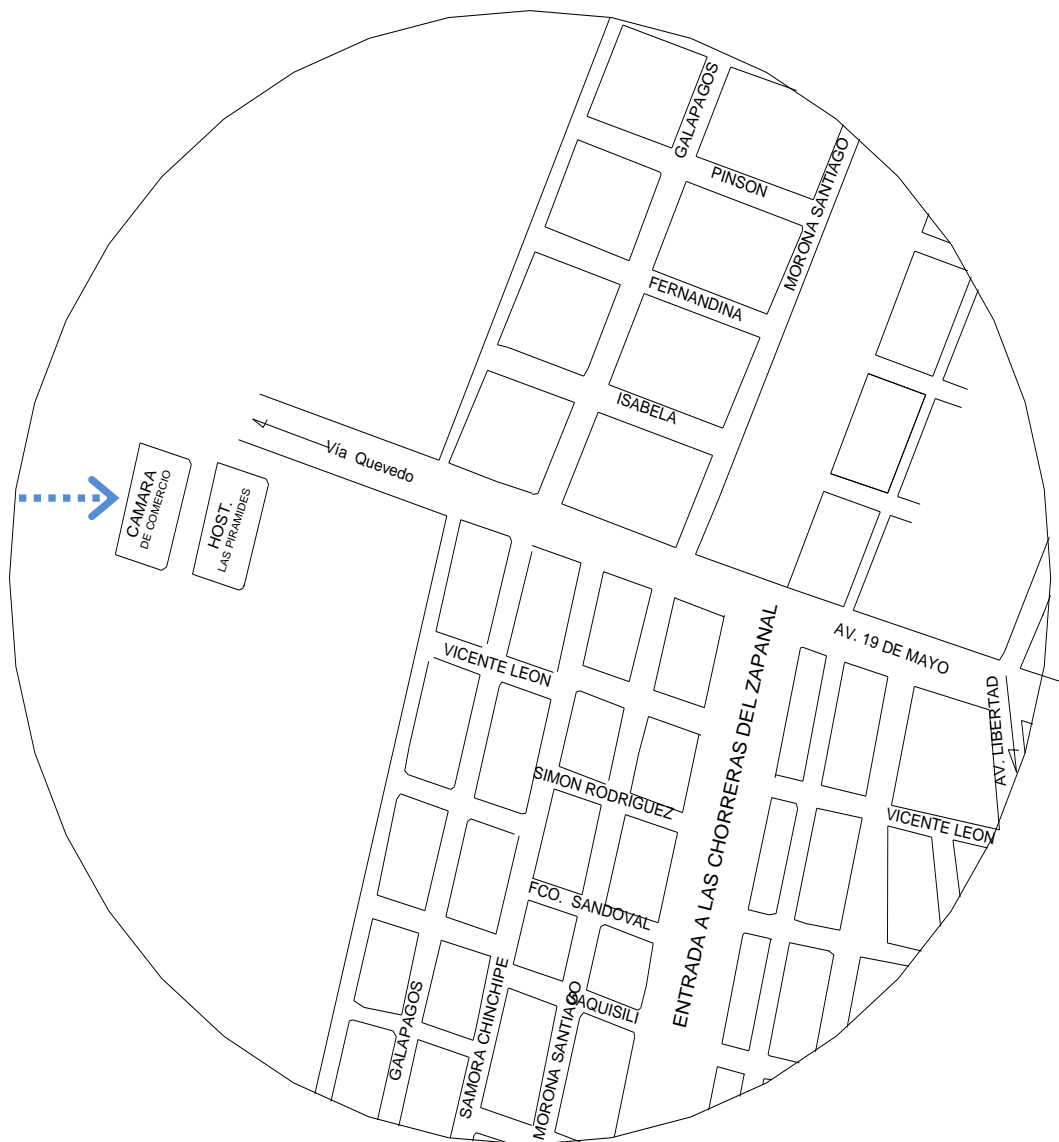
Hacia el suroeste se encuentra el río Chipe, los esteros El Moral, Chilingo y el río Calope, importante por su longitud y caudal, sirve como límite natural con el cantón Pangua.

2.1.1.6 División política del Cantón La Maná

Políticamente se compone de cinco parroquias, dos rurales: Guasaganda, Pucayacu y tres urbanas: El Carmen, El Triunfo y La Maná (Mora, 1998, p12-16).

2.1.1.7 Mapa de la Cámara de Comercio

GRÁFICO N° 1.
UBICACIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DEL CANTÓN LA MANÁ



Fuente: Construcciones y Asesoramiento Técnico “Chicaiza”.

2.1.2 La Cámara de Comercio del Cantón La Maná

El primero de septiembre de 1994 se hizo un llamado a una reunión en el almacén Soraya a todos los propietarios de locales comerciales del Cantón con el propósito de formar la Cámara de Comercio del Cantón La Maná, contando con la asistencia de 21 comerciantes.

El Sr. Gonzalo Llumiluiza da la bienvenida a todos los asistentes y presenta a los Srs. Julián Maldonado y Mario Defáz quienes indican lo importante que es adquirir vida jurídica y crear la Cámara de Comercio en el cantón, los mismos que se comprometen a trabajar conjuntamente con la directiva hasta dejar estructurada la Cámara de Comercio con sus respectivos estatutos.

Tomando posesión de los cargos como Director de Asamblea el Sr. Arturo Ortega y Secretario el Sr. Jaime Zapata.

En base a esto pasamos a tomar las siguientes resoluciones:

- 1.- La Asamblea por unanimidad acuerda formar la Cámara de Comercio.
- 2.- Formar un directorio provisional entre los presentes.
- 3.- Iniciar los trámites con la ayuda del señor Julián Maldonado y el señor Mario Defáz.

A petición de la sala se designa por unanimidad al directorio Provisional, de cual se queda de la siguiente manera.

Presidente	Sr. Gonzalo Llumiluiza
Vicepresidente	Sr. Luis Chango
Secretario	Sr. Jaime Zapata
Tesorero	Dr. Alejandro Iza

Los Srs. Julián Maldonado y Mario Defáz junto con la directiva provisional acuerdan elaborar los estatutos a borrador, quedando de acuerdo la sala a colaborar con una cuota para los trámites pertinentes (Apolo, 2004, p12-14).

En la actualidad el directorio de la Cámara de Comercio del cantón La Maná periodo 2008-2010 está formado de la siguiente manera:

PRESIDENTE	Sr. Carlos Freire
VICEPRESIDENTE	Sr. Fausto Yáñez
SECRETARIO	Sr. Frazier Guevara
TESORERO	Sra. Rocío Escobar

VOCALES PRINCIPALES

- 1.- Ing. Armando Román
- 2.- Sr. Alejandro Tonato
- 3.- Sr. Alcides Cuchipe
- 4.- Sr. José Cunuhay
- 5.- Sra. Susana Esquivel
- 6.- Sra. Jenny Ordoñez
- 7.- Sr. Sixto Hidalgo

Además cuenta con siete vocales suplentes.

La Cámara de Comercio del Cantón La Maná cuenta con 133 socios activos, con los cuales se ha logrado unificar el sector comercial del Cantón, los mismos que han obtenido beneficios mediante el trabajo conjunto logrando así la adquisición de terrenos para los socios, de igual manera cuentan con una Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Cámara de Comercio de La Maná.

2.2 Análisis e interpretación de resultados de la investigación de campo

2.2.1 Resultados de Encuestas Realizadas a los Socios de la Cámara de Comercio del Cantón La Maná

1.- ¿Lugar de nacimiento?

**CUADRO N° 1
LUGAR DE NACIMIENTO**

Opciones	%	Opciones	%
Cotopaxi	66	Guayas	2
Los Ríos	10	Sto. Domingo	2
Tungurahua	6	Pastaza	1
Azuay	4	Loja	1
Manabí	4	Bolívar	1
Pichincha	3	-	-
TOTAL			100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

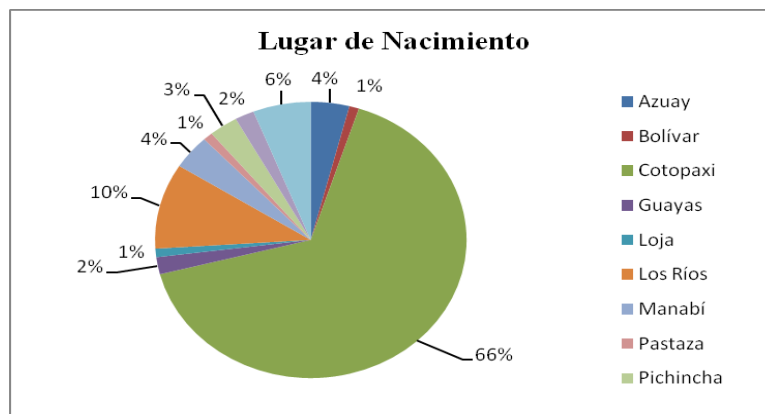


Gráfico 2. Lugar de nacimiento

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

El lugar de nacimiento del 66% de los socios es en Cotopaxi, el 10% en los Ríos y el 16% restante pertenecen a otras provincias.

Interpretación

Los socios de la cámara de comercio son de Cotopaxi, Los Ríos, Tungurahua, Azuay, Manabí, Pichincha, Guayas, Sto. Domingo, Pastaza, Loja y Bolívar.

2.- ¿Cuál es su edad?

CUADRO N° 2

EDAD

Opciones	%
Menos de 25 años	0
25 a 30 años	4
30 a 35 años	12
35 a 40 años	23
40 en adelante	61
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

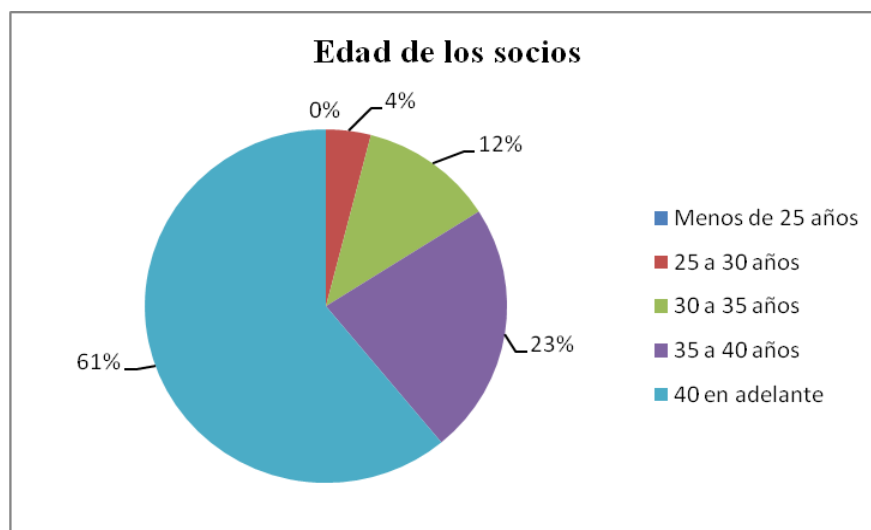


Gráfico 3. Edad de los socios encuestados

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

La edad del 61% de los socios es de 40 años en adelante, el 23% de 35 a 40 años y 16% entre 25 y 35 años.

Interpretación

Los socios de la Cámara de Comercio tienen de veinte y cinco años en adelante.

3.- ¿Cuál es su nivel académico?

CUADRO N° 3
NIVEL ACADÉMICO

Opciones	%
Ninguno	1
Primaria	30
Secundaria	31
Superior	38
Otros	0
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

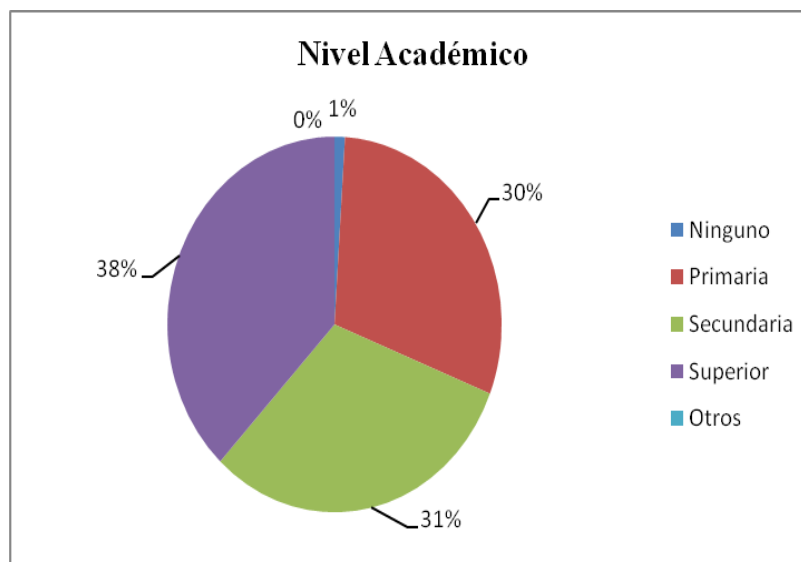


Gráfico 4. Nivel académico de los socios

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

El nivel académico del 38% de los socios es de superior, el 31% secundaria y el 30% de primaria.

Interpretación

El nivel académico de los socios es de primaria, superior, secundaria y superior.

4.- ¿Qué tipo de empresa tiene usted?

CUADRO N° 4
TIPO DE EMPRESA

Empresa	%
Comercial	92
Servicios	6
Industrial	1
Artesanal	0
Otras	1
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

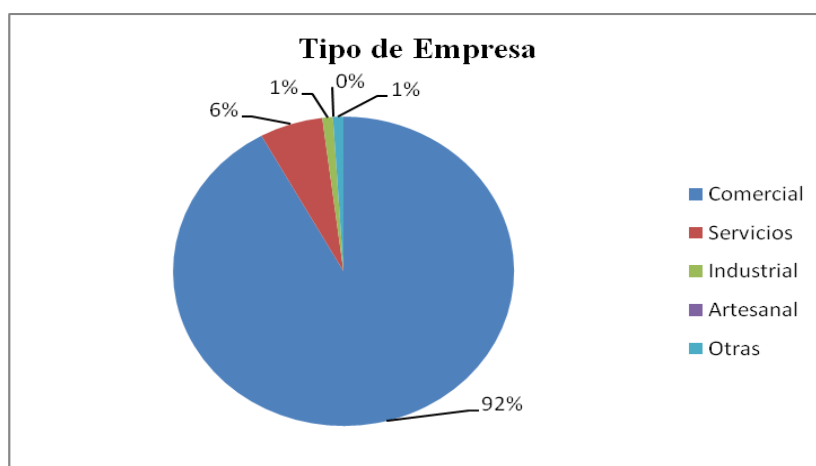


Gráfico 5. Tipo de Empresa

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

El tipo de empresa que tiene los socios de la Cámara de Comercio del Cantón La Maná son: el 92% comercial y 6% de servicios.

Interpretación

La mayoría de empresas que tienen los socios de la cámara de comercio son comerciales seguido de las empresas de servicio e industriales.

5.- ¿Cuál es el tiempo de funcionamiento de su empresa?

CUADRO N° 5

TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA

Opciones	%
Menos de 1 año	3
1 a 5 años	13
5 en adelante	84
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

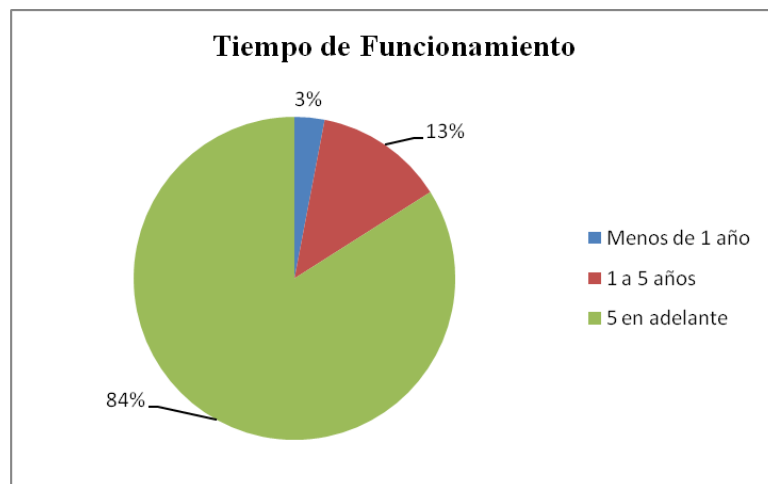


Gráfico 6. Tiempo de funcionamiento de la empresa
Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

El tiempo de funcionamiento de las empresas es del 84% de cinco años en adelante, el 13% de uno a cinco años y el 3% menos de un año.

Interpretación

El tiempo de funcionamiento de las empresas de los socios es de un año en adelante.

6.- ¿Cuál es su nivel de ingreso económico mensual?

CUADRO N° 6
NIVEL DE INGRESO MENSUAL EN DÓLARES

Opciones	%
2000 a 3000	50
3000 a 4000	15
4000 en adelante	13
No sabe	22
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

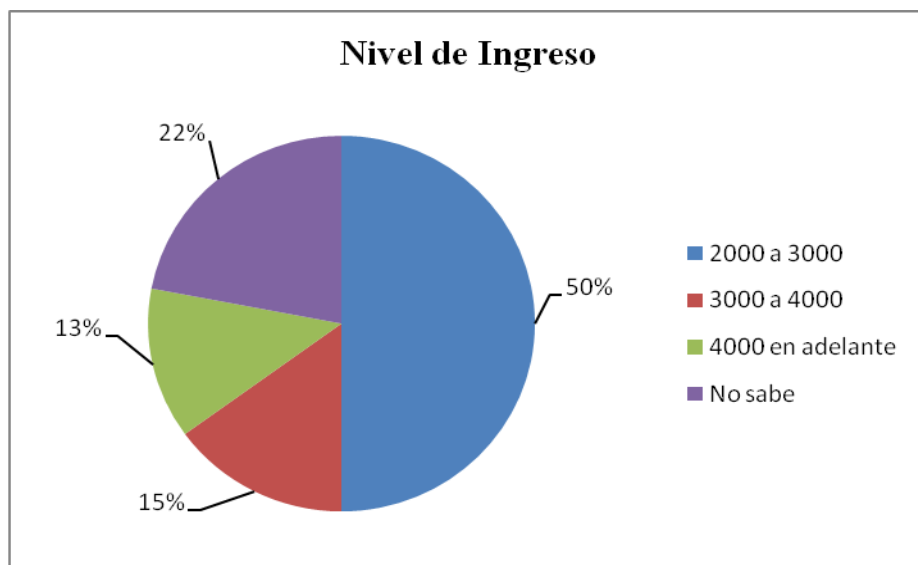


Gráfico 7. Nivel de ingreso mensual en dólares

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

El ingreso mensual de los socios es del 50% de \$2000 a \$3000, el 22% no sabe, el 15% de \$3000 a \$4000 y el 13% de 4000 en adelante.

Interpretación

El ingreso económico de los socios es de dos mil dólares en adelante.

7.- ¿Ha recibido asesoramiento de servicios empresariales por parte de otras empresas?

CUADRO N° 7
ASESORAMIENTO DE LA COMPETENCIA

Opciones	%
Siempre	4
muchas veces	6
pocas veces	20
nunca	70
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

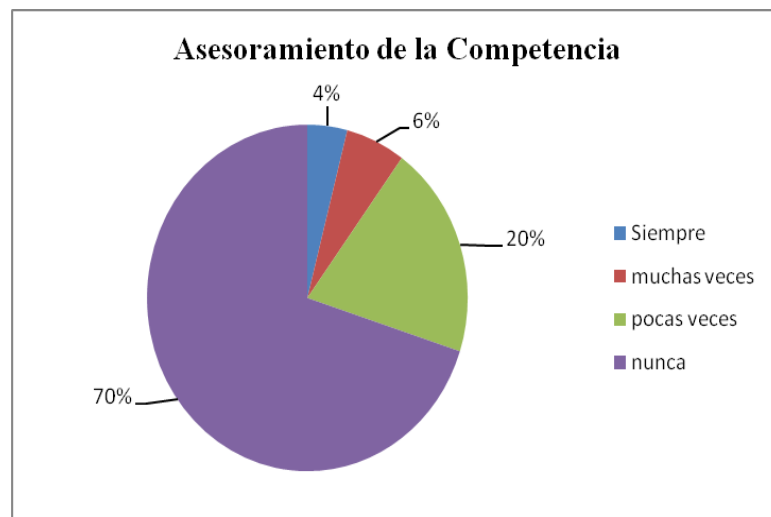


Gráfico 8. Asesoramiento de la competencia

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

El asesoramiento de la competencia del 70% de los socios es de nunca, el 20% pocas veces y el 10% restante casi siempre.

Interpretación

Algunos socios de la Cámara de Comercio han recibido asesoramiento, mientras que otros no han recibido nunca.

8.- ¿En caso que la respuesta anterior sea diferente de nunca señale el nombre de la empresa?

CUADRO N° 8
EMPRESAS DE LA COMPETENCIA

Competencia	%
Cámara de comercio	14
Otras empresas	16
Blanco	70
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

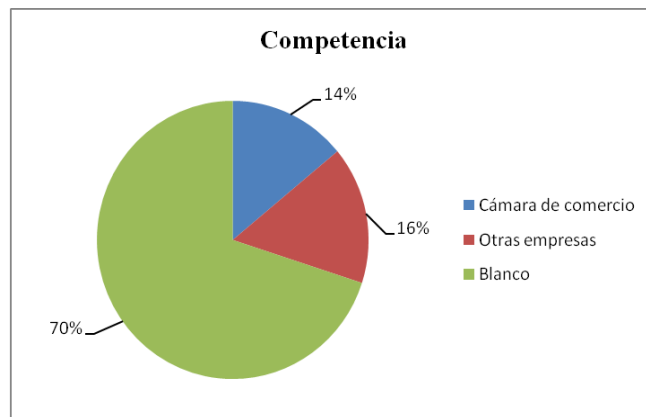


Gráfico 9. Empresas de la competencia

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

Las empresas que han brindado asesoramiento es del 70% en blanco, el 16% de otras empresas y el 14% cámara de comercio. Estas son algunas de las empresas que han brindado asesoría a los socios: Disensa, Nestlé, Cervecería Pilsener, Yambal entre otras.

Interpretación

Las empresas que han brindado asesoramiento a los socios de la Cámara de Comercio son las empresas proveedoras.

9.- ¿Cree usted que se debería crear una empresa consultora de Servicios Empresariales en el Cantón La Maná?

CUADRO N° 9
ACEPTACIÓN DEL PROYECTO

Opciones	%
Si	100
No	0
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel



Gráfico 10. Aceptación del proyecto
Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

La aceptación del proyecto es del 100%, los socios están de acuerdo que se cree la empresa consultora de servicios empresariales.

Interpretación

La creación de la empresa consultora de servicios empresariales en el Cantón La Maná tiene el cien por ciento aceptación por parte de los socios.

10.- ¿Donde cree que debería estar ubicada la empresa?

CUADRO N° 10
POSIBLE UBICACIÓN

Opciones	%
Cámara de comercio	45
Centro de La Maná	50
Otros	5
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

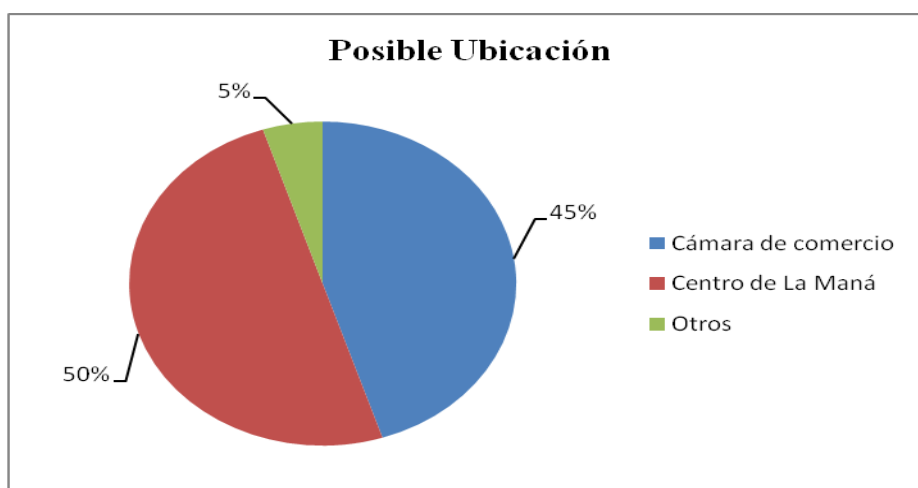


Gráfico 11. Posible ubicación

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

En la ubicación de la empresa consultora el 50% sugiere en el centro de La Maná, el 45% en la Cámara de Comercio.

Interpretación

Los socios de la Cámara de Comercio sugieren que la empresa consultora este ubicada en el centro de La Maná.

11.- ¿Cuáles son los tipos de servicios que sugiere que brinde la empresa?

**CUADRO N° 11
POSIBLES SERVICIOS**

Opciones	%
Proyectos	27
Planes estratégicos	19
Planes de marketing	51
Otros	3
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

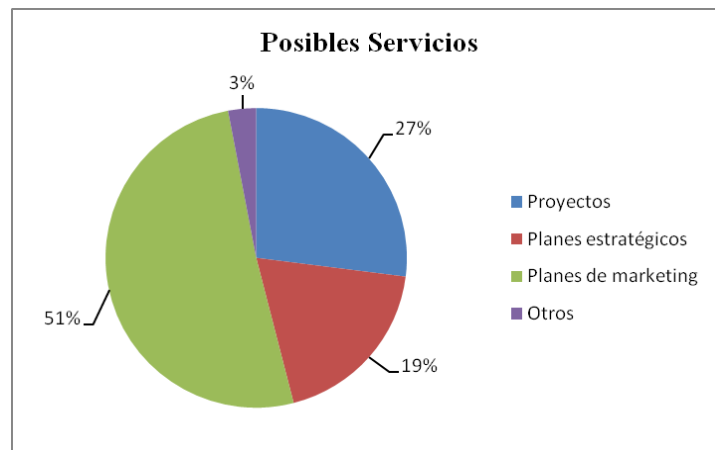


Gráfico 12. Posibles servicios

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

Para los posibles servicios de la empresa el 51% optan por planes de marketing, el 27% proyectos, el 19% planes estratégicos y el 3% sugieren que se brinde Asesoría Contable.

Interpretación

El tipo de servicio que brindara la empresa consultora serán Proyectos, Planes estratégicos, Planes de marketing. Además los socios sugieren que se aumente el servicio de Asesoría Contable.

12.- ¿Qué precios estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios?

CUADRO N° 12
POSIBLES PRECIOS PARA PROYECTOS

Opciones	%
300 a 350	97
350 a 400	3
400 en adelante	0
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

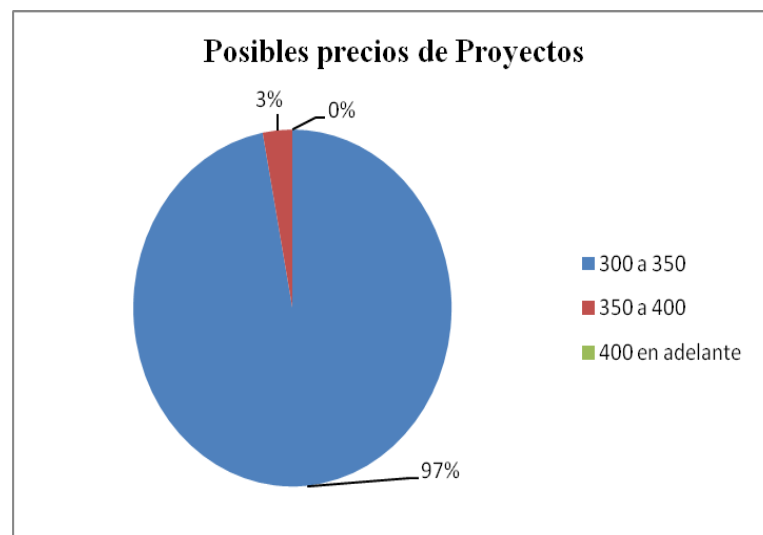


Gráfico 13. Posibles precios para proyectos

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis e

Los posibles precios del proyecto para el 97% de los socios son de \$300 a \$350 y el 3% sobrante de \$350 a \$400 en adelante.

Interpretación

Los posibles precios de los proyectos son de trescientos a cuatrocientos dólares.

CUADRO N° 13
POSIBLES PRECIOS PARA PLANES ESTRATÉGICOS

Opciones	%
2000 a 2500	93
2500 a 3000	5
3000 en adelante	2
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

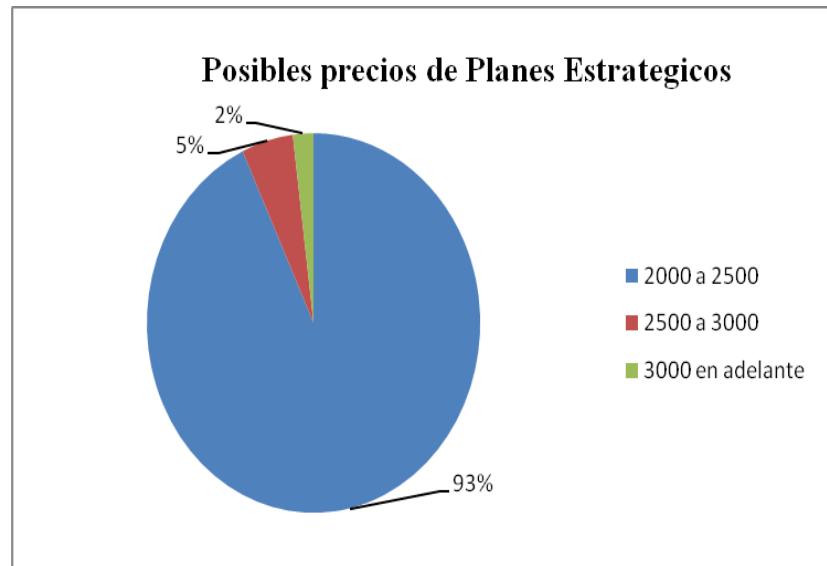


Gráfico 14. Posibles precios para Planes estratégicos
Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

Para los posibles precios de los planes estratégicos el 93% de los socios están dispuestos a pagar \$2000 a \$2500, el 5% entre \$2500 a \$ 3000 y 2% de 3000 en adelante.

Interpretación

Los posibles precios de los planes estratégicos son de dos mil a tres mil dólares.

CUADRO N° 14
POSIBLES PRECIOS PARA PLANES DE MARKETING

Opciones	%
250 a 300	97
300 a 350	1
350 en adelante	2
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

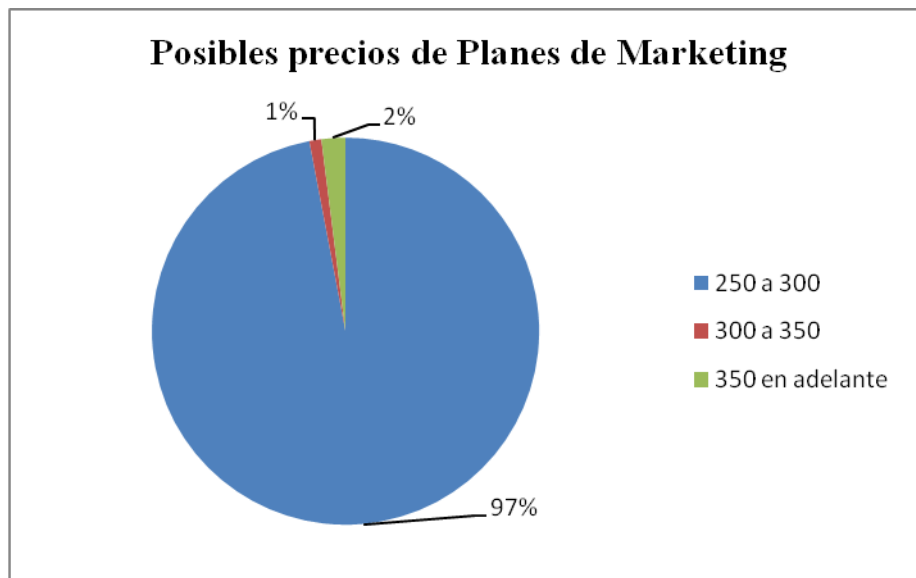


Gráfico 15. Posibles precios para Planes de Marketing

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

Los posibles precios de planes de marketing para el 97% de los socios son \$250 a \$300, el 2% de 300 a 350 y el 1% sobrante de \$350 en adelante.

Interpretación

Los posibles precios de planes de marketing están entre los doscientos cincuenta a trescientos cincuenta.

13.- ¿Qué medios publicitarios sugiere usted a la empresa consultora de Servicios Empresariales?

CUADRO N° 15

MEDIOS PUBLICITARIOS

Medios Publicitarios	%
Hojas volantes	25
Televisiva	22
Radial	40
Otros	13
TOTAL	100

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

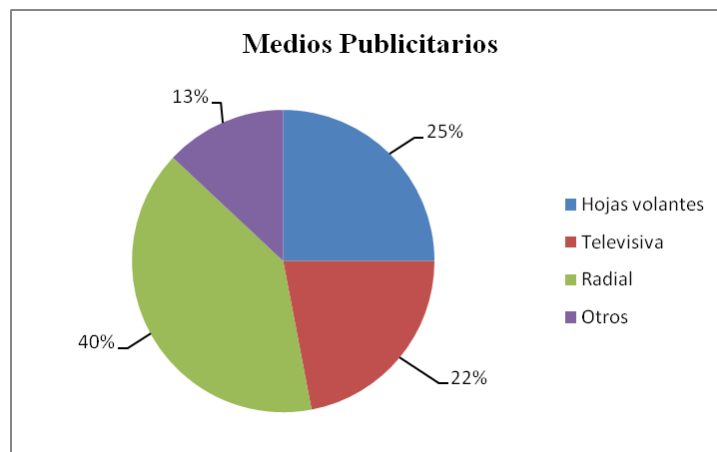


Gráfico 16. Medios Publicitarios

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Análisis

Los medios publicitarios que el 40% de los socios sugieren es la publicidad radial, el 25% hojas volantes, el 22% televisión y el 13% por visitas de puerta a puerta y publicidad rodante.

Interpretación

Los medios publicitarios que sugieren los socios que utilice la empresa consultora son: publicidad radial, televisiva, hojas volantes, visita de puerta a puerta y publicidad rodante.

2.2.2 Resultados obtenidos Mediante Guía de Observación de las Empresas de los Socios de la Cámara de Comercio

**CUADRO N° 16
RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN**

CARACTERÍSTICA	MUY ADECUADO	ADECUADO	MÁS O MENOS	INADECUADO	TOTAL
Infraestructura	14	10	16	20	60
Servicios	10	5	17	18	60
Ubicación	15	10	14	21	60
Limpieza	15	10	18	17	60
Iluminación	25	10	10	15	60
Parqueadero de Vehículos	10	5	15	30	60
Facilidades de acceso a personas discapacitados	12	8	5	35	60

Fuente: Guía de observación

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Luego de haber realizado la guía de observación a las empresas de los socios de la Cámara de Comercio se logró determinar lo siguiente:

2.2.2.1 Infraestructura.- La mayoría de locales de los socios de la cámara de comercio no cuentan con espacio suficiente para la exhibición de sus productos.

2.2.2.2 Servicios.- Mediante la observación realizada se puede determinar que los servicios que brindan casi todas las empresas es inadecuado ya que el recurso humano no está capacitado.

2.2.2.3 Ubicación.- Algunas empresas no están ubicadas en un lugar estratégico y adecuado lo que hace que la ciudadanía casi no las frecuente.

2.2.2.4 Limpieza.- Existen empresas de los socios de la cámara de comercio que no realizan el aseo de sus locales al momento de abrir.

2.2.2.5 Iluminación.- Algunas empresas no cuentan con un buen sistema de iluminación, y esto hace que los locales sean oscuros.

2.2.2.6 Parqueadero de Vehículos.- La mayoría de las empresas y microempresas no cuentan con parqueadero propio ya que la aglomeración de carros y motos ocasiona un problema en las entradas de estas empresas.

2.2.2.7 Facilidades de acceso a socios discapacitados.- La mayoría de las empresas de los socios de la Cámara de Comercio no cuentan con acceso para personas discapacitados, haciendo que estas personas tengan dificultad al ingresar a estos locales.

2.3 Verificación de las preguntas científicas

2.3.1 Pregunta Científica # 1

¿Cuáles son los contenidos teóricos en los que se enmarca el diseño del proyecto para la creación de una empresa consultora de servicios empresariales?

En base a la estructura de términos que se determinaron en la fundamentación teórica se logró la investigación de todas y cada una de ellas, las mismas que nos permitieron clasificar los conocimientos técnicos científicos para la elaboración del proyecto.

Aceptación

Los conceptos y definiciones obtenidas a través de los libros, fueron de vital importancia para el desarrollo de la fundamentación teórica de esta investigación.

2.3.2 Pregunta Científica # 2

¿Cuáles son las principales causas de la ausencia de una empresa consultora de servicios empresariales en el cantón La Maná?

Mediante los resultados obtenidos en las encuestas y en el taller focal realizados a los socios de la Cámara de Comercio se logró realizar el árbol de problemas en donde las principales causas de la distante Empresa Consultora de Servicios Empresariales en el cantón La Maná son las siguientes:

- Escasa capacitación en proyectos
- Recursos insuficientes
- Recursos económicos bajos
- Ausencia de profesionales
- Poco conocimiento en planes de marketing, planes estratégicos.
- Inadecuada infraestructura.
- Poca accesibilidad para personas discapacitadas.
- Desconocimiento de las Metodologías del sistema de marco lógico.
- Inadecuado asesoramiento financiero.

Dando como efecto la inexperiencia para la realización de proyectos emprendedores de inversión, poco asesoramiento profesional para las empresas en proyectos, pocos estudios de factibilidad, toma de decisiones débiles en las empresas sin ningún previo análisis de rentabilidad, poniendo en riesgo capitales privados de inversión.

Aceptación

La mejor herramienta que ayudo a identificar las causas, también a seleccionar las mejores alternativas para resolver el problema central fue el sistema de marco lógico, ya que es un proceso muy importante para la elaboración de esta investigación.

2.3.3 Pregunta Científica # 3

¿Qué características debe tener la Empresa Consultora de Servicios Empresariales que permita satisfacer los requerimientos de los socios de la Cámara de Comercio mediante los resultados obtenidos del estudio de mercado, estudio técnico comercial, evaluación financiera y evaluación económica?

Las características que se han determinado en los aspectos relevantes del proyecto son:

Infraestructura.- La Empresa Consultora de Servicios Empresariales dispondrá de un ambiente de trabajo acogedor ya que contara con tres oficinas, un baño, una recepción y una sala de capacitaciones.

Constitución legal de la Empresa.- La empresa consultora de servicios empresariales estará legalmente constituida ya que se realizará los trámites pertinentes en la Superintendencia de Compañías, en el SRI y los permisos de funcionamiento en el municipio y tramitar los respectivos permisos en la Dirección Provincial de Cotopaxi para la entrega de certificados.

Contratación de Profesionales Especializados.- La empresa consultora de servicios empresariales contara con el recurso humano especializado para la realización de los servicios de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos y capacitadores.

Capacitación de Recurso Humano.- En la empresa consultora se realizará las capacitaciones en planes de marketing, planes estratégicos, proyectos y en metodología pedagógica con el recurso humano especializado.

Directrices de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos.- La empresa consultora de servicios contara con un manual de procedimiento para la realización de planes de marketing, planes estratégicos y proyectos, los mismos

que serán elaborados por los profesionales especializados que laboran en la empresa.

Publicidad implementada.- Se realizará la publicidad de la empresa consultora de servicios empresariales en la radio Bonita y Fantástica La Maná, en la televisión Manatv canal 45 del cantón, en el diario La Gaceta, diario La HORA, y mediante hojas volantes.

Aceptación

Mediante los componentes determinados en la matriz de marco lógico se llegó a determinar las características que tendrá la empresa consultora de servicios empresariales las mismas que están enmarcadas dentro de los lineamientos de la metodología del sistema de marco lógico.

2.4 Diseño de la Propuesta

2.4.1 Datos Informativos

Para la realización del presente trabajo fue generado datos importantes por etapas, tales como:

- Sistema de marco lógico
- Estudio de mercado
 - Levantamiento de datos de campo
 - Procesamiento de datos levantados
 - Estadísticas de la cámara de comercio
 - Calculo de la demanda actual
 - Calculo de la demanda futura
 - Calculo de la Oferta actual
 - Calculo de la oferta futura
 - Calculo de la demanda insatisfecha actual
 - Calculo de la demanda insatisfecha futura

- Conclusiones de mercado
- Estudio técnico comercial
 - Definición del servicio
 - Definición del precio
 - Canales de distribución
 - Publicidad
 - Tamaño del proyecto
 - Localización
 - Ingeniería y tecnología
 - Presupuesto
 - Plan de ejecución
 - financiamiento
- Estudio Económico
- Evaluación Financiera
- Evaluación Económica

2.4.2 Justificación

El cantón La Maná es una ciudad comercial y pertenece a la Provincia de Cotopaxi; la Cámara de Comercio tiene asociados varios empresarios y microempresarios del sector. El manejo de las empresas no tan solo depende de su estructuración y buena interacción entre todos los componentes de la misma, depende además de la forma en que los procesos dentro de la empresa son diseñados y manejados. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) involucradas siguen actualmente trabajando rudimentariamente, con lo cual no aseguran una buena rentabilidad para sus inversiones. Esta situación nos conlleva a plantear una propuesta para la creación de una empresa consultora de servicios empresariales, orientada a la entrega de servicios de asesoramiento para realizar planes de desarrollo estratégico, aspectos relacionados con la administración,

marketing, estudio de mercado, evaluación financiera, evaluación técnica comercial y la evaluación económica, entre otros.

Un factor que favorece a la factibilidad del proyecto es que no hay otra empresa Consultora en el cantón La Maná, también existe una alta demanda de empresas y microempresas que no cuentan con asesoramiento.

La empresa consultora de servicios empresariales se basará en las metodologías científicas del sistema de marco lógico, con la finalidad de fortalecer el diseño, la ejecución y evaluación de planes de desarrollo, proyectos, sub-proyectos y actividades relacionadas con las empresas. Los resultados de la investigación serán útiles para futuras indagaciones del entorno.

Los beneficiarios del proyecto serán los socios de la Cámara de Comercio y por ende la ciudadanía en general.

Para la realización de esta investigación, se contó con los recursos necesarios tales como: Financiero, humano, materiales, datos e información proporcionados por los socios de Cámara de Comercio.

2.4.3 Objetivos

2.4.3.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta para la creación de una empresa consultora de servicios empresariales, que permita satisfacer los requerimientos de los socios de la Cámara de Comercio del Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi durante el año 2008.

2.4.3.2 Objetivos Específicos

- Diseñar el sistema de marco lógico para fortalecer el diseño, la planificación, ejecución, gestión y evaluación de la empresa a crearse.

- Desarrollar el estudio de mercado con procedimientos pertinentes que permita conocer la demanda insatisfecha actual y futura de los servicios a generarse.
- Proponer el diseño técnico y comercial en función de los requerimientos del segmento del mercado establecido.
- Evaluar la viabilidad financiera y económica que permita evidenciar la rentabilidad para el inversionista, sostenibilidad de la empresa a crearse y aporte del proyecto a la sociedad.

2.4.4 Descripción de la propuesta

Para la realización del presente trabajo se realizó lo pertinente al sistema de marco lógico, estudio de mercado, estudio técnico comercial, estudio económico, evaluación financiera, evaluación económica para la creación de una empresa consultora de servicios empresariales.

A continuación, se presenta una explicación de cada etapa:

2.4.4.1 Sistema de Marco Lógico

Para la elaboración del sistema de marco lógico lo primero que se realizó es el análisis de involucrados para lo cual se hizo una reunión con los socios y directivos de la Cámara de Comercio del Cantón La Maná, también se contó con la participación de la ciudadanía, generándose así la matriz de involucrados, lo que permitió conocer el interés sobre la problemática y los problemas percibidos.

El Árbol de problemas permitió conocer la relación causa-efecto de los problemas percibidos de los socios de la Cámara de Comercio.

Luego se desarrollo el árbol de objetivos ya que este no es otra cosa que la conversión de los problemas en objetivos o soluciones a los problemas del análisis anterior en base a este resultado, se elige una alternativa del proyecto.

Finalmente con el desarrollo de cada uno de los análisis, se logró establecer la matriz de marco lógico, una de las herramientas importantes para la realización del Proyecto de Tesis.

CUADRO N° 17
FORMATO DE LA MATRIZ DE MARCO LÓGICO

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
FIN			
PROPÓSITO			
COMPONENTES			
ACTIVIDADES			

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

2.4.4.2 Estudio de Mercado

Para la realización del estudio de mercado primero se realizó el desarrollo de la investigación de campo mediante la encuesta y observación, lo que permitió conocer la competencia, el número de clientes potenciales de la propuesta, y otros aspectos relevantes.

Luego de la obtención de los datos de campo se procedió a la tabulación y representación grafica de resultados.

Además mediante la ayuda de los datos estadísticos del número de socios de los cinco años anteriores obtenidos en la secretaria de la Cámara de Comercio del Cantón se pudo determinar la demanda actual de los servicios de la empresa a crearse, quedando el cuadro de la demanda actual de la siguiente manera:

CUADRO N° 18
FORMATO DE LA DEMANDA ACTUAL
DE SOCIOS

AÑOS	DA
2005	
2006	
2007	
2008	
2009	

Fuente: Cámara de Comercio de La Maná

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Luego de esto se determinó la demanda futura la misma que permitió conocer el volumen futuro del servicio a ofrecer a lo largo del proyecto, para lo cual se utilizó el método de tendencia histórica; que se fundamenta en las siguientes ecuaciones:

$$Y = a + bx$$

$$\Sigma y = Na + b\Sigma x$$

$$\Sigma xy = a\Sigma x + b\Sigma x^2$$

Para el cálculo de la demanda futura se realizó el siguiente cuadro.

CUADRO N° 19
FORMATO DE LA DEMANDA
FUTURA DE SOCIOS

AÑOS	DF
2011	
2012	
2013	
2014	

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Mediante la encuesta se pudo determinar el porcentaje de socios que han recibido asesoría por parte de otras empresas, por lo cual se procedió a realizar el cálculo de la oferta actual mediante el siguiente cuadro.

CUADRO N° 20
FORMATO DE LA OFERTA
ACTUAL DE SOCIOS

AÑOS	OA
2005	
2006	
2007	
2008	
2009	

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

La oferta futura se la determina utilizando también la tendencia histórica y se desarrolló en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 21
FORMATO DE LA OFERTA
FUTURA DE SOCIOS

AÑOS	OF
2011	
2012	
2013	
2014	

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Con los resultados obtenidos de la oferta actual y futura, demanda actual y futura para un periodo determinado, se calculó la demanda insatisfecha actual y futura en los años establecidos mediante la siguiente fórmula:

$\text{Demanda Insatisfecha Actual} = \text{Oferta Actual} - \text{Demanda Actual}$

$\text{Demanda Insatisfecha Futura} = \text{Oferta Futura} - \text{Demanda Futura}$

Quedando los cuadros de la siguiente manera:

CUADRO N° 22

FORMATO DE LA DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

AÑOS	OA	DA	DIA
2005			
2006			
2007			
2008			
2009			

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 23

FORMATO DE LA DEMANDA INSATISFECHA FUTURA

AÑOS	OF	DF	DIF
2011			
2012			
2013			
2014			

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

2.4.4.3 Estudio Técnico Comercial

El estudio técnico comercial se lo realizó en base a los resultados de campo.

La **Definición del servicio** a prestarse en la empresa consultora de servicios empresariales mediante lo que se ofertó en la encuesta realizada a los socios de la Cámara de Comercio del Cantón La Maná.

La **Definición de precios** se estableció de acuerdo a la capacidad económica de los posibles clientes.

Los **canales de distribución** del proyecto son directos ya que la Empresa Consultora de Servicios Empresariales está dirigida a los socios de la Cámara de Comercio del Cantón y ciudadanía en general.

La publicidad de la empresa consultora de servicios empresariales se la propone mediante:

- Hojas volantes
- Radio
- Televisión, Prensa

Estos medios publicitarios se los determinó de acuerdo a la encuesta realizada.

El **tamaño del proyecto** se definió por la capacidad del servicio de la empresa a crearse en el periodo establecido y se fundamentó en el estudio de mercado mediante la relación oferta y demanda.

La **localización del proyecto** se estableció tomando en cuenta el criterio de los socios de la Cámara de Comercio.

La **ingeniería y tecnología del proyecto** fue dada por la descripción de recursos humanos que participaran en la empresa, además se determinó los equipos tecnológicos adecuados a utilizarse.

En el **plan de ejecución** detalla cada una de las actividades a realizarse en el proceso y sus tiempos correspondientes.

En el **financiamiento** se determina las posibles fuentes de recurso para el proyecto.

En el **presupuesto** se detalla los costos que utilizarán en el desarrollo del proyecto.

2.4.4.4 El estudio Económico

En el estudio económico se lo realizó los siguientes cálculos:

La Inversión es el valor total que asciende el proyecto, el cuadro queda de la siguiente manera:

CUADRO N° 24
FORMATO INVERSIÓN TOTAL

Detalle	TOTAL
Inversión fija	
Inversión diferida	
total	

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Inversión fija a continuación se detalla en el formato del siguiente cuadro:

CUADRO N° 25
FORMATO INVERSIÓN FIJA

CONCEPTO	VALOR
Escritorios	
Sillas ejecutivas	
Sillas de oficina	
Sillas plásticas	
Archivadores	
Dispensador de agua	
Pizarra acrílica	
Mesas largas para computadoras	
Computadoras Intel Pentium 4	
Software	
Memoria USB	
sub-total	
Imprevistos de la inversión	
Imprevistos 5%	
Sub-total	
TOTAL	

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Inversión diferida a continuación se detalla el formato del siguiente:

CUADRO N° 26
FORMATO DE LA INVERSIÓN DIFERIDA

CONCEPTO	VALOR
Infraestructura adecuada.	
Constitución legalmente de la Empresa Consultora	
Contratación de Profesionales Especializados.	
Capacitación de Recurso Humano	
Directrices de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos.	
Publicidad implementada	
TOTAL	

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

A continuación se presenta el formato del cuadro del financiamiento del proyecto.

CUADRO N° 27
FORMATO DEL FINANCIAMIENTO DE LA
INVERSIÓN

ACTIVO	ABSOLUTO (USD)	RELATIVO (%)
Capital Social		
TOTAL		

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Además se realizó la Depreciación de los activos fijos y a continuación se detalla el siguiente cuadro:

CUADRO N° 28
FORMATO DE LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUM	V. RESIDUAL
MUEBLES DE OFICINA							
SUB TOTAL							
EQUIPOS DE OFICINA							
SUB TOTAL							
MAQUINARIA Y EQUIPOS							
SUB TOTAL							
TOTAL							

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Luego se realizó el cálculo de los **costos directos**, los mismos que están determinados por los materiales directos y la mano de obra directa que la laborará en la empresa consultora.

Luego se calcula el Presupuesto de Egresos en el Periodo de Inversión.

El cuadro de los costos directos queda de la siguiente manera:

CUADRO N° 29
FORMATO DE LOS COSTOS DIRECTOS

CONCEPTO	SUB - TOTAL
Materiales Directos	
Mano de Obra Directa	
TOTAL COSTO DIRECTO	

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Además se realizó el cálculo de los costos indirectos los mismos que constan los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y otros gastos, como se observa en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 30
FORMATO DE LOS COSTOS INDIRECTOS

CONCEPTO	Cant	Valor	total
Material Indirecto			
Mano de Obra Indirecta			
Otros Gastos			
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS			

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Mediante los datos obtenidos en los cálculos anteriores se logró determinar los Gastos administrativos como se observa en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 31

FORMATO DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	CANT	TIEMPO	COSTO UNITARIO	TOTAL
Sueldos				
Sub total				
Gastos de constitución				
Gastos de funcionamiento				
Sub total				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Los costos totales comprenden el total de los costos fijos y costos variables, como se presenta el formato en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 32

FORMATO DE LOS COSTOS TOTALES

CONCEPTO	VALOR
Costos fijos	
Costos Variables	
TOTAL	

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Presupuesto de egresos en el periodo de operación del proyecto

En los siguientes cuadros se detallan el cálculo de los costos durante los años de vida del proyecto.

CUADRO N° 33.

FORMATO COSTOS DIRECTOS AÑO 1-4

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Materiales directos				
Mano de obra directa				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 34

FORMATO MATERIALES DIRECTOS AÑO 1-4

DETALLE	CANT	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Resma de papel bonn A4						
Caja de lápiz HB x 24						
Caja de esferos Bic x 24						
Carpetas						
Carpeta archivadora						
Cajas de Grapas						
Escobas						
Insumos de aseo						
Total						

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 35

FORMATO MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Profesional en plan estratégico				
Profesional en plan de marketing				
Profesional en proyectos				
Expositores				
Contador y asesor contable				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 36.

FORMATO COSTOS INDIRECTOS AÑO 1-4

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
MATERIAL INDIRECTO				
Mantenimiento de equipos informáticos				
sub total				
Mano de Obra indirecta				
Personal de Aseo				
sub total				
OTROS GASTOS				
Promoción y publicidad				
Alquiler de oficina y servicios básicos				
Depreciación				
sub total				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 37.**FORMATO GASTOS ADMINISTRATIVOS**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
SUELDOS				
Gerente				
Secretaria				
Sub total				
Gastos de funcionamiento				
Sub total				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 38.**FORMATO COSTOS TOTALES**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Costos fijos				
Costos Variables				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 39.**FORMATO COSTOS FIJOS**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Materiales indirectos				
Mano de obra indirecta				
Gastos administrativos				
Otros Gastos				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 40.**FORMATO COSTOS VARIABLES**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Materiales directos				
Materiales indirectos				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Luego se desarrolla el cuadro del presupuesto de ingresos que tendrá la empresa consultora.

CUADRO N° 41
FORMATO DEL PRESUPUESTO DE INGRESO

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	TOTAL
Proyecto					
Planes de marketing					
Planes estratégicos					
Asesoría contable					
Capacitaciones					
TOTAL					

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Además se calcula el punto de equilibrio y se lo determina mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

Quedando el cuadro de la siguiente manera:

CUADRO N° 42
FORMATO DEL PUNTO DE
EQUILIBRIO

CONCEPTO	VALOR
Costos Fijos	
costos variables	
ventas	
PUNTO DE EQUILIBRIO	

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Una vez realizados los cuadros anteriores se logra determinar el cuadro del capital de trabajo.

CUADRO N° 43
FORMATO DEL CAPITAL DE TRABAJO

Concepto	Cantidad	Valor	Sub-total	TOTAL
Materiales Directos				
Material Indirecto				
Mano de Obra Directa				
Mano de Obra indirecta				
Gastos Administrativos				
Gastos de constitución y funcionamiento				
Otros Gastos				
TOTAL				

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 44
FORMATO CALENDARIO DE INVERSIONES

CONCEPTO	MESES					TOTAL
	1	2	3	4	5	
	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	
Infraestructura adecuada.						
Constitución legalmente de la Empresa Consultora						
Contratación de Profesionales Especializados.						
Capacitación de Recurso Humano						
Directrices de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos.						
Publicidad implementada						

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

2.4.4.5 Evaluación Financiera

Se cumplió con el desarrollo de tres procesos:

- Flujo de fondos netos del inversionista

- Cálculo de los indicadores de rentabilidad Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (B/C), determinación de la viabilidad del proyecto
- Análisis de sensibilidad financiera

2.4.4.6 Evaluación Económica

En el análisis de esta evaluación se cumplió con el desarrollo de dos procesos:

- Elaboración de flujo de fondos netos económicos
 - Identificación de impactos económicos positivos y negativos
 - Cuantificación de los impactos económicos
 - Conversión de costos financieros en costos económicos mediante las razones precio cuenta o sombra.
- Cálculos de Indicadores Económicos
 - Valor Actual Neto Económico (VANE)
 - Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE)
 - Relación Beneficio Económico / Costo Económico
 - Determinación de la viabilidad económica del proyecto.

CAPÍTULO III

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 Resultados Generales de la Propuesta

3.1.1 Sistema de Marco Lógico

CUADRO N° 45

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p><u>FIN</u></p> <p>1. Capacitación en proyectos, planes de marketing, planes estratégicos.</p> <p>2. Altos ingresos por la creación de la empresa consultora.</p>	<p># miles de dólares en efectivo entre Marzo 2012 hasta Diciembre 2014.</p>	<p>Informes contables de la Empresa</p> <p>Consultora (en el área de Contabilidad)</p> <p>Estados de cuenta de la Empresa</p> <p>Consultora (área de Contabilidad)</p>	<p>Directorio de la Cámara de Comercio mantiene políticas de capacitación y consultoría</p>

<p><u>PROPÓSITO</u></p> <p>1. Empresa Consultora de Servicios Empresariales en el Cantón La Maná</p>	<p>1. Empresa Consultora de Servicios Empresariales a fines de Diciembre del 2011.</p>	<p>RUC de la Empresa Consultora (área de Contabilidad).</p> <p>Documentos de Constitución de la Empresa (área Administrativa).</p>	<p>Empresa Consultora de Servicios Empresariales en el Cantón La Maná</p>
<p><u>COMPONENTES</u></p> <p>1. Infraestructura adecuada.</p> <p>2. Constitución legalmente de la Empresa Consultora</p>	<p>1. 14 computadoras, 4 escritorios, 4 sillas ejecutivas, 21 sillas plásticas, 8 sillas de oficina, 3 archivadores, 1 dispensador de gua, 5 mesas largas para computadoras, útiles de oficina en Septiembre del 2011.</p> <p>2. Realización de trámites pertinentes para la creación de la Empresa Consultora de Servicios Empresariales en Octubre del 2011.</p>	<p>Facturas de pago de arriendo del local (área de Contabilidad).</p> <p>Documentos del permiso de funcionamiento de la Empresa Consultora (área administrativa).</p>	<p>1. Oficinas de la empresa Consultora agradables para los socios de la Cámara de Comercio y Ciudadanía</p> <p>2. Constitución legal favorablemente establecida.</p>

<p>3. Contratación de Profesionales Especializados.</p>	<p>3. Contratación de 1 Secretaria, 1 Contador (eventual), 5 Expositores (capacitaciones), 1 Personal de Aseo, 1 Gerente, 1 Profesional en Plan de Marketing, 1 Profesional en Plan Estratégico, 1 Profesional en Proyectos desde Septiembre 2011 a Octubre 2011.</p>	<p>Contratos realizados por el Recurso Humano en la Empresa Consultora (área Administrativa).</p>	<p>3. Profesionales dispuestos a trabajar para la Empresa Consultora</p>
<p>4. Capacitación de Recurso Humano.</p>	<p>4. Realización de 2 capacitaciones en Planes de Marketing, Planes Estratégicos, Proyectos y 3 capacitaciones en Metodología Pedagógica en Noviembre del 2011.</p>	<p>Registro de inscripciones de capacitación (área Administrativa).</p>	<p>4. Capacitadores dispuestos a trabajar con el Proyecto.</p>
<p>5. Directrices de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos.</p>	<p>5. Realización de Manual de Procedimientos en Planes de Marketing,</p>	<p>Documentación de los manuales en archivos de la Empresa</p>	<p>5. Expertos externos validan directrices</p>

<p>6. Publicidad implementada.</p>	<p>Planes Estratégicos y Proyectos desde Noviembre 2011 a Diciembre 2011.</p> <p>6. Realización de campañas publicitarias atreves de los medios de comunicación desde Octubre del 2011 a Enero del 2012.</p>	<p>Consultora (área Administrativa).</p> <p>Contratos de anuncios publicitarios (área de Contabilidad).</p> <p>Facturas (área de Contabilidad).</p>	<p>6. Publicidad aceptada por clientes.</p>
<p><u>ACTIVIDADES</u></p> <p>1.1 Arrendar oficina</p> <p>1.2 Adecuar oficina</p> <p>1.3 Adquirir muebles de oficina</p> <p>1.4 Adquirir equipos de oficina y mantenimiento</p> <p>1.5 Comprar suministros de oficina y materiales de aseo.</p> <p>1.6 Contratar servicio de internet</p> <p>1.7 Adquirir línea telefónica</p>	<p>3277,50</p> <p>10,00</p> <p>1553,28</p> <p>8275,67</p> <p>164,98</p> <p>275,00</p> <p>160,00</p>		<p>Recursos económicos disponibles de acuerdo al plan de ejecución</p>

2.1 Realizar trámites pertinentes en la Superintendencia de Compañía	480,00	C o n t a b i l i d a d	
2.2 Realizar trámites pertinentes en el SRI.	230,00		
2.3 Realizar trámites pertinentes en Municipio	360,00		
2.4 Realizar trámites para la entrega de certificados	280,00		
3.1 Describir el puesto de vacantes	*		
3.2 Difundir requerimientos del Recurso Humano en la prensa	237,00		
3.3 Receptar carpetas	*		
3.4 Seleccionar carpetas	*		
3.5 Realizar entrevistas	*		
3.6 Seleccionar el Recurso Humano			
3.7 Contratar Recurso Humano	19200,00		
4.1 Determinar el			

tipo de capacitación que se requiere	*	condatabilidad	
4.2 Contratar capacitadores	3000,00		
4.3 Elaborar cronograma de capacitación	*		
4.4 Desarrollar capacitación	*		
5.1 Buscar fuentes de información	*		
5.2 Obtener información	*		
5.3 Seleccionar Información	*		
5.4 Preparar información	*		
5.5 Realizar manuales de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos	*		
5.6 Preparar formularios para los seminarios	*		
5.7 Preparar textos guías para la capacitación de los socios	*		
6.1 Definir medios o	*		

canales publicitarios			
6.2 Diseñar publicidad	*		
6.3 Realizar el contrato publicitario	1540,00		
6.4 Desarrollar publicidad	9,60		
Total Parcial	\$ 39053,03		
Imprevistos 5%	\$ 1952,65		
TOTAL	\$ 41005,68		

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Las actividades que están marcadas con asteriscos requieren el trabajo del recurso humano, de tal manera que sus costos se incluyen en la remuneración de los mismos además en el recurso humano que brinde servicios profesionales debe tener facturas correspondientes.

3.1.2 Estudio de Mercado

3.1.2.1 Demanda

3.1.2.1.1 Demanda Actual

**CUADRO N° 46
DEMANDA ACTUAL DE SOCIOS**

AÑOS	DA
2005	151
2006	129
2007	115
2008	155
2009	133

Fuente: Cámara de Comercio de La Maná

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

De acuerdo a los datos estadísticos obtenidos en la cámara de comercio del cantón La Maná se aprecia en el cuadro que para el año 2005 habían 151 socios en la Cámara de Comercio, lo que para los años 2006 y 2007 hubo un decremento bastante notable de la ausencia de los socios, para el año 2008 se registra un numero de 155 socios y 133 para el año 2009, lo que sería la demanda actual del proyecto.

3.1.2.1.2 Demanda futura

**CUADRO N° 47
DEMANDA FUTURA DE SOCIOS**

AÑOS	DF
2011	133
2012	132
2013	131
2014	130

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Una vez conocida la demanda actual se realizó la proyección de la misma, mediante el método de tendencia histórica, lo que dio como resultado la demanda futura de los próximos años para la empresa.

3.1.2.2 Oferta

3.1.2.2.1 Oferta actual

**CUADRO N° 48
OFERTA ACTUAL DE SOCIOS**

AÑOS	OA
2005	45
2006	39
2007	35
2008	47
2009	40

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

A través de las encuestas realizadas se logró conocer sobre las empresas que han brindado asesoría a los socios de la cámara los años establecidos, y por medio del porcentaje y mediante cálculos se pudo determinar la oferta actual.

3.1.2.2 *Oferta futura*

CUADRO N° 49
OFERTA FUTURA

AÑOS	OF
2011	35
2012	34
2013	33
2014	32

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Una vez obtenida la oferta actual se realizó el cálculo de la fórmula del método de tendencia histórica, lo cual permitió establecer la oferta futura de los próximos cuatro años.

3.1.2.3 *Demanda Insatisfecha*

3.1.2.3.1 *Demanda insatisfecha actual*

CUADRO N° 50
DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

AÑOS	OA	DA	DIA
2005	45	151	-106
2006	39	129	-90
2007	35	115	-80
2008	47	155	-108
2009	40	133	-93

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Dada que la demanda actual ha sido mayor que la oferta actual se ha obtenido una demanda insatisfecha actual negativa y bajo este parámetro se concluye que para

los años estudiados (2005-2009) resultaba muy conveniente la realización de este proyecto.

3.1.2.3.2 Demanda insatisfecha futura

CUADRO N° 51
DEMANDA INSATISFECHA FUTURA

AÑOS	OF	DF	DIF
2011	35	133	-98
2012	34	132	-98
2013	33	131	-98
2014	32	130	-98

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Se aprecia en el cuadro realizado que la demanda futura es mayor que la oferta futura, obteniendo así una demanda insatisfecha futura negativa lo que permite establecer que EL PROYECTO ES FACTIBLE EN LOS AÑOS ESTABLECIDOS (2011-2014) DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL MERCADO.

3.1.3 Estudio Técnico Comercial

3.1.3.1 Definición del servicio

La Empresa Consultora de Servicios Empresariales tiene como finalidad brindar asesoría a los socios de la Cámara de Comercio del Cantón La Maná, Empresarios, Profesionales y ciudadanía en general, además ayudar hacer realidad su potencial de contribución a la innovación y al crecimiento del Cantón.

Los servicios empresariales representan una gran importancia para el desarrollo de la economía empresarial. Su competitividad ayuda a incrementar los ingresos de las empresas y microempresas, de igual manera logra reforzar sus posiciones en el mercado, además ayuda a contribuir y a mejorar la calidad de la dirección y a

lograr un excelente funcionamiento de la organización o empresa ya que estos son los objetivos primordiales de la empresa consultora de servicios empresariales.

La empresa consultora de servicios empresariales, estará formada por un grupo de profesionales con estudios y experiencia en las áreas de asesoría financiera, proyectos, planes de marketing, planes estratégicos quienes brindarán un excelente servicio como el cliente lo merece.

El logotipo de la Empresa Consultora de Servicios Empresariales es el siguiente:

FIGURA 1.
LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

El eslogan de la empresa consultora es:

“Donde crecer es nuestro lema”

3.1.3.1.1 Servicios que ofrece la empresa consultora

Basados en la experiencia del recurso humano especializado con el que cuenta la Empresa Consultora de Servicios Empresariales se podrá ofertar los siguientes servicios:

CUADRO N° 52
CARTERA DE SERVICIOS

SERVICIOS	SUBSERVICIOS
proyectos	<p>De acuerdo con el carácter del Proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sociales • Financieros
	<p>De acuerdo con el sector de la Economía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Agropecuario • Proyecto de infraestructura social • Proyectos industriales • Proyecto de infraestructura económica • Proyectos de servicios
	<p>Proyectos de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación en Ciencias • Investigación Aplicada
	<p>De acuerdo con su tamaño</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos pequeños. • Proyectos medianos. • Proyectos grandes
Asesoría en planes de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de marketing a corto plazo • Plan de marketing a mediano plazo • Plan de marketing a largo plazo

Asesoría en planes estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> • Plan estratégico a largo plazo • Resumen ejecutivo de fortalecimiento • Plan de inversiones • Plan de fortalecimiento institucional
Capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos • Planes de marketing • Plan estratégico • Asesoría contable (Estados financieros) • Metodología Pedagógica

Fuente: Encuesta realizadas

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.2 Definición de Precios

La empresa consultora de servicios empresariales muestra a continuación la cartera de precios para los socios de la cámara de comercio, profesionales y ciudadanía en general, los cuales se determinó de acuerdo a la encuesta realizada y basada en la relación con las empresas que han brindado asesoría a los socios.

Además se debe aclarar que las empresas que han brindado de alguna manera asesoría a los socios han sido la cámara de comercio y los proveedores de cada una de las empresas comerciales.

CUADRO N° 53
CARTERA DE PRECIOS

SERVICIOS	SUBSERVICIOS	PRECIO EN DÓLARES
Proyectos	De acuerdo con el Carácter del Proyecto <ul style="list-style-type: none"> • Sociales • Financieros 	\$ 350
	De acuerdo con el Sector de la Economía <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Agropecuario • Proyecto de infraestructura social • Proyectos industriales • Proyecto de infraestructura económica • Proyectos de servicios 	\$ 350
	Proyectos de investigación <ul style="list-style-type: none"> • Investigación en Ciencias • Investigación Aplicada 	\$ 350
	De acuerdo con su tamaño <ul style="list-style-type: none"> • Proyectos pequeños. • Proyectos medianos. • Proyectos grandes 	\$ 350
Asesoría en planes de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de marketing a corto plazo • Plan de marketing a mediano plazo • Plan de marketing a largo plazo 	\$ 300

Asesoría en planes estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Plan estratégico a largo plazo • Resumen ejecutivo de fortalecimiento • Plan de inversiones • Plan de fortalecimiento institucional 	\$ 2500
Asesoría contable	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría contable (Estados Financieros) 	\$ 350
Capacitación Por 30 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos • Planes de marketing • Plan estratégico • Asesoría contable (Estados financieros) • Metodología Pedagógica 	\$ 350 \$ 350 \$ 350 \$ 350 \$ 350

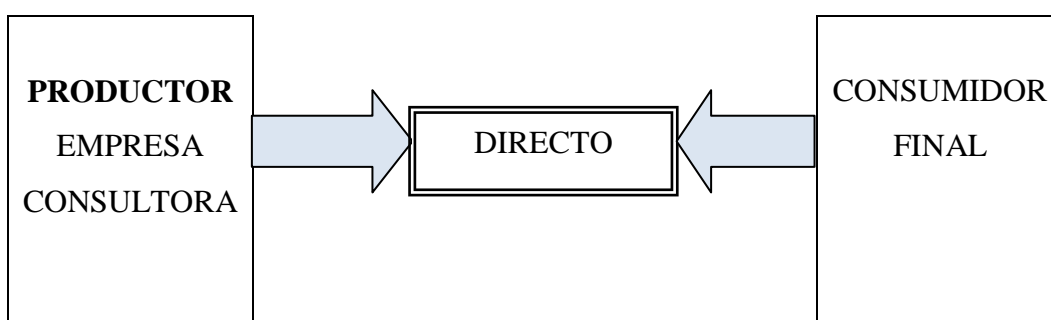
Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.3 Canales de distribución

La empresa consultora de servicios empresariales trabajara con los precios de los servicios antes establecidos para la comercialización, la forma de distribuir el servicio es de la siguiente manera:

FIGURA 2.
CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

La distribución de los servicios de la empresa será de manera directa, desde la empresa al consumidor final. La empresa consultora de servicios empresariales realizará la siguiente promoción:

Se promocionara en los cursos de capacitación a las diez primeras empresas en inscribirse a tres horas extras de capacitación en lo que se interese.

3.1.3.4 Publicidad

La publicidad que la empresa consultora de servicios empresariales realizará se determinó de acuerdo a las encuestas realizadas a los socios de la cámara de comercio.

3.1.3.4.1 Publicidad radial

Se establecerá contrato con Radio “Bonita” para la emisión de 1 aviso diario en el noticiero de las mañanas durante 1 mes, para la difusión de requerimiento de recurso humano para trabajar en la empresa consultora de servicios empresariales con un costo total de \$ 90,00 dólares.

Para la publicidad de la apertura y funcionamiento de la empresa se realizará un contrato con Radio Bonita por la emisión de 2 cuñas diarias de lunes a sábado durante 2 meses con un costo \$ 240,00 dólares y en Radio La Maná 2 cuñas diarias de lunes a viernes durante 2 meses con un costo de \$ 200,00 dólares dando un total de \$ 440,00 dólares.

Dando un costo total de la publicidad radial \$ 530,00 dólares.

3.1.3.4.2 Publicidad Televisiva

Se realizará un contrato publicitario con ManaTV canal 45 del Cantón La Maná para la emisión de 2 avisos diarios en las noticias por 1 mes durante el funcionamiento de la empresa con un costo de \$ 120,00 dólares.

3.1.3.4.3 Prensa escrita

Para el requerimiento de personal para trabajar en la empresa consultora de servicios empresariales en el cantón La Maná se realizará 1 aviso por día en el Diario La Hora del cantón Quevedo durante 3 días con un costo de \$ 87,00 dólares.

De la misma manera se realizará un contrato para la difusión de requerimiento de recurso humano para la empresa en Diario La Gaceta del cantón La Maná-Latacunga con 1 aviso diario durante 3 días con un costo de \$ 60,00 dólares.

Para la publicidad del funcionamiento de la empresa se realizará un contrato con Diario La Hora de 3 avisos semanales a \$ 45,00 dólares cada uno por 1 mes, en un espacio de 5 columnas x 10cm a blanco y negro con un costo total de \$ 540,00 dólares.

De igual manera se realizará un contrato con Diario La Gaceta para la publicidad del funcionamiento de la empresa de 3 avisos semanales a \$ 30,00 dólares cada uno por 1 mes, en un espacio de 5 columnas x 10cm a blanco y negro con un costo total de \$ 360,00 dólares.

Dando un costo total de la publicidad en la prensa escrita de \$ 1.047,00 dólares.

3.1.3.4.4 Hojas volantes

Se realizará la publicidad mediante la distribución de 500 hojas volantes en el cantón La Maná por parte de una persona encargada con un costo de \$ 20,00 y \$ 60,00 dólares por la impresión de las hojas, dando un costo total de \$ 80 dólares.

Además se comprará el diario La Hora y La Gaceta para la verificación de la publicidad en los días establecidos, el mismo que tendrá un costo de \$ 9,60 dólares.

CUADRO N° 54
RESUMEN DE MEDIOS PUBLICITARIOS

MEDIOS PUBLICITARIOS	VALORES
Publicidad radial	530,00
Publicidad Televisiva	120,00
Prensa escrita	1.047,00
Hojas volantes	80,00
Desarrollo de publicidad	9,60
TOTAL	1786,60

Fuente: Entrevistas realizadas a los medios publicitarios

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

En el Cuadro 54. Se detalla los valores que serán cancelados a los respectivos medios publicitarios por tres meses de publicidad antes y durante el funcionamiento de la empresa consultora de servicios empresariales, los mismos que dan un costo total de \$ 1786,60 dólares.

3.1.3.5 Tamaño del proyecto

El cuadro 55 muestra el tamaño del proyecto en el año 2011 hasta el 2014 y considerando los factores que inciden en el tamaño del proyecto así como la disponibilidad el recurso humano se ha concluido que iniciaremos con un 50% para el primer año de operación, considerando un incremento del 5% para los próximos años.

CUADRO N° 55
TAMAÑO DEL PROYECTO

Años	Oferta futura	Demanda futura	Demanda Insatisfecha futura	%	Tamaño del proyecto
2011	35	133	-98	50%	49
2012	34	132	-98	55%	54
2013	33	131	-98	60%	59
2014	32	130	-98	65%	64

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

En resumen, los cálculos realizados indican que se atenderá a empresas y microempresas a 49 para el 2011, de las cuales 19 optarán por proyectos, 15 por planes de marketing, 5 por planes estratégicos y 10 por asesoría contable.

Para el año 2012 se atenderá a 54 empresas y microempresas de las cuales 20 realizarán proyectos, 15 planes de marketing, 10 planes estratégicos y 9 asesoría contable.

Para el año 2013, la empresa consultora de servicios brindará sus servicios a 59 empresas donde 25 optarán por proyectos, 14 por planes de marketing y 8 planes estratégicos y 12 por asesoría contable.

En el año 2014 la empresa atenderá a 64 empresas, donde 24 realizarán proyectos, 20 planes de marketing, 5 planes estratégicos y 15 asesoría contable.

Además se realizará 10 capacitaciones por año, durante el periodo del proyecto, haciendo una estimación de 20 personas por seminario.

3.1.3.6 Localización

3.1.3.6.1 Macrolocalización

La empresa consultora de servicios empresariales estará ubicada en la sierra del Ecuador, Provincia del Cotopaxi, Cantón La Maná; es una población que se encuentra en los límites de la provincia, se encuentra a 40 minutos del Cantón Quevedo, provincia de los Ríos.

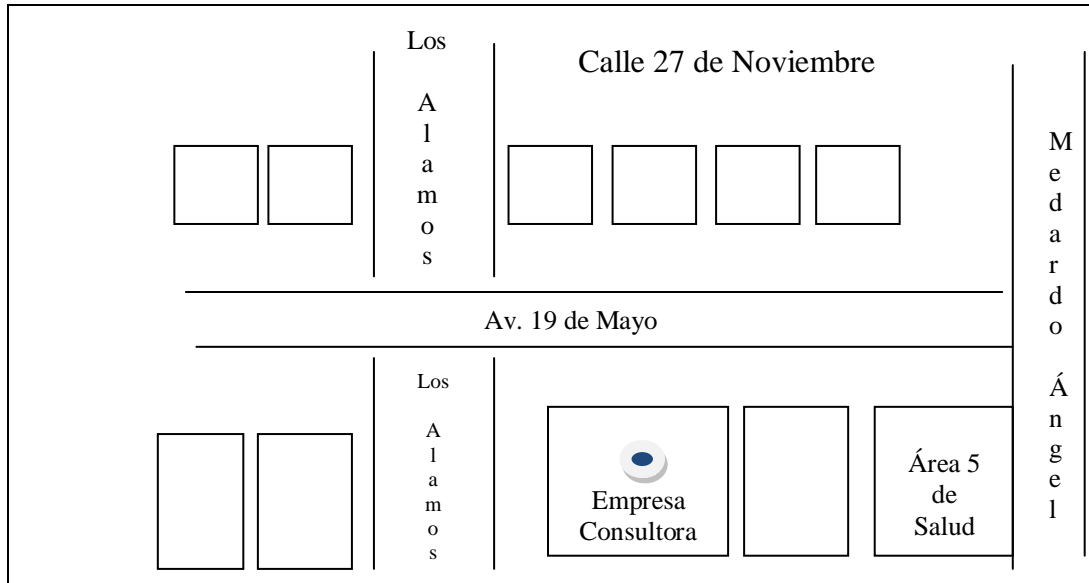
3.1.3.6.2 Microlocalización

La empresa consultora de servicios empresariales, funcionará en la avenida 19 de Mayo y calle los Alamos en el edificio Carrera del Cantón La Maná.

Se determinó esta ubicación en base a lo siguiente:

- Opiniones expuestas por los socios de la Cámara de Comercio del Cantón.
- Lugar con espacio disponible para la prestación de servicio de la empresa.
- Cercanía al centro del Cantón La Maná.

**GRAFICO 17.
MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**



Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.7 Ingeniería y Tecnología

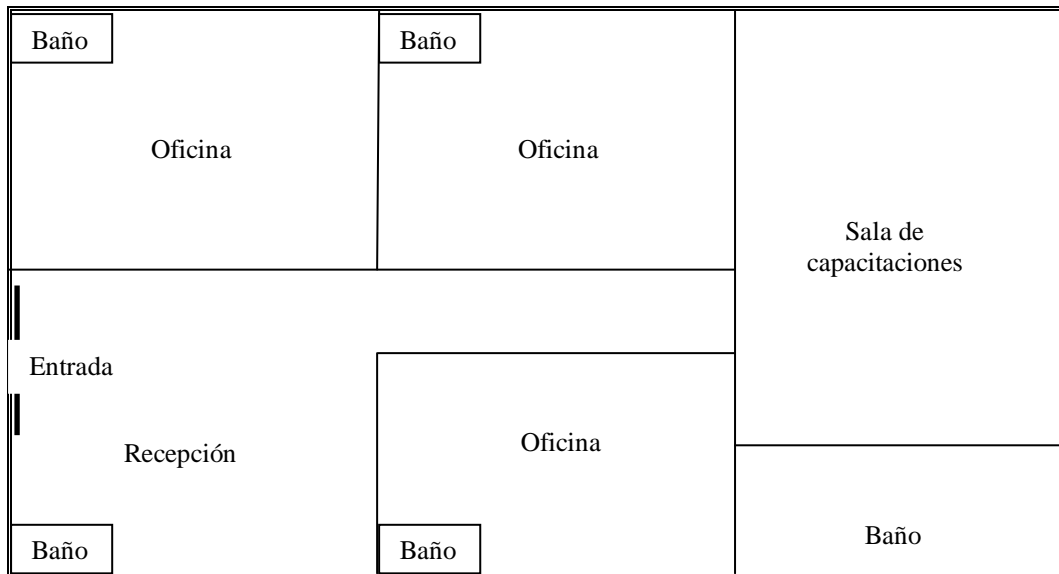
3.1.3.7.1 Infraestructura Física

La Empresa consultora de servicios empresariales dispondrá de un ambiente de trabajo acogedor, ya que contara con tres oficinas cada una de ellas debidamente equipadas con escritorios, computadoras, teléfono, archivadores, materiales y suministros de oficina, una recepción donde estará ubicada la secretaria, habrá sillas disponibles para los clientes, también se contará con un baño en cada oficina y un baño para uso de los clientes. Además se dispondrá de una sala de capacitaciones con espacio para veinte personas, la misma que tendrá veinte sillas, diez computadoras, una pizarra acrílica.

Es importante aclarar que para la empresa consultora de servicios empresariales no se realizará construcciones civiles, solo readecuaciones del local.

GRAFICO 18.

DISEÑO DE LAS OFICINAS DE LA EMPRESA CONSULTORA



Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.7.2 Ingeniería Especializada

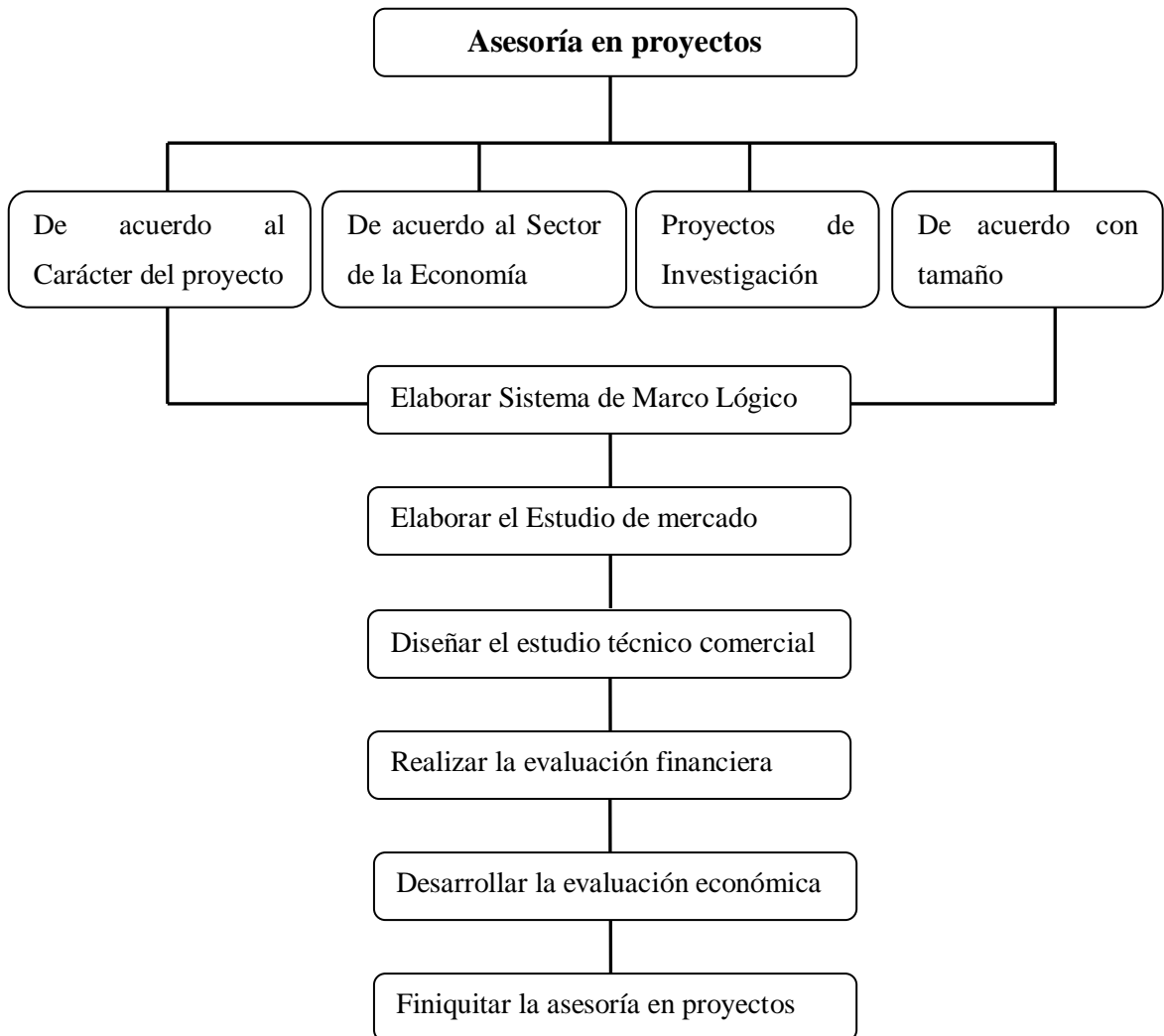
En el proceso de producción se procederá de la siguiente forma:

Proceso 1: Asesoría de Proyectos

A continuación detallamos el proceso a seguir para el servicio de proyectos:

1. Definir el tipo de proyecto
 - a) De acuerdo con el Carácter del Proyecto
 - b) De acuerdo con el Sector de la Economía
 - c) Proyectos de investigación
 - d) De acuerdo con su tamaño
2. Elaborar el sistema de marco lógico
3. Elaborar el Estudio de mercado
4. Diseñar el estudio técnico comercial
5. Realizar la evaluación financiera
6. Desarrollar la evaluación económica
7. Finiquitar la asesoría en proyectos

FIGURA 3.
FLUJOGRAMA DE ASESORÍA EN PROYECTOS.



Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

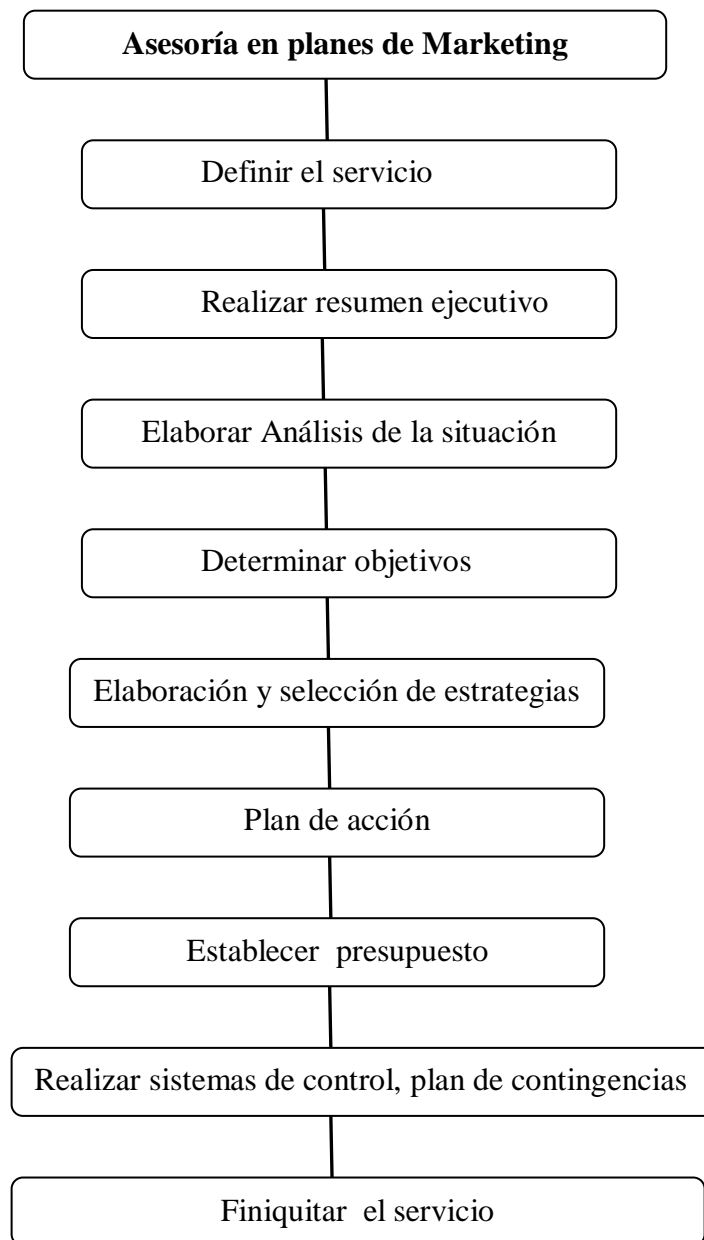
Proceso 2: Asesoría de Planes de Marketing

A continuación presentamos el proceso a seguir para el servicio de planes estratégicos:

1. Definir el servicio
2. Realizar resumen ejecutivo
3. Elaborar Análisis de la situación
4. Determinar objetivos

5. Elaboración y selección de estrategias
6. Plan de acción
7. Establecer presupuesto
8. Realizar sistemas de control y plan de contingencias
9. Finalizar el servicio

FIGURA 4.
FLUJOGRAMA DE ASESORÍA EN PLANES DE MARKETING



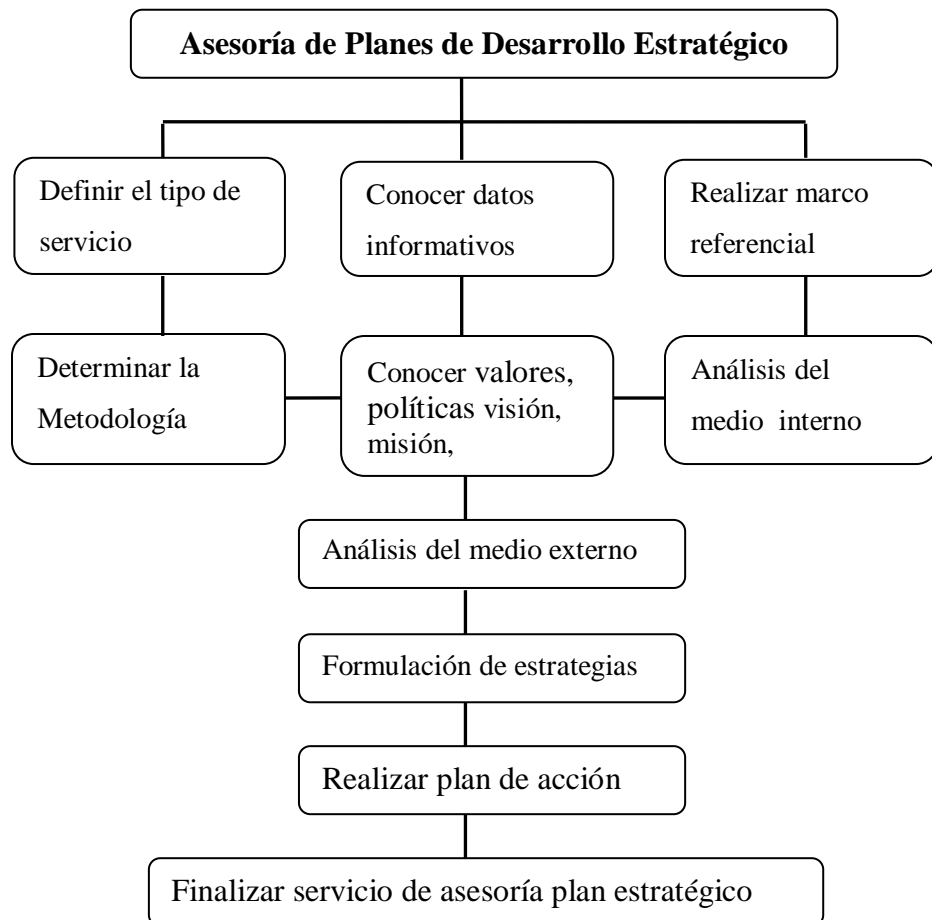
Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Proceso 3: Asesoría de Planes de Desarrollo Estratégico

La empresa consultora de servicios empresariales realizará el siguiente proceso para el desarrollo de planes estratégicos.

1. Definir el tipo de servicio
 - a) Plan estratégico a largo plazo
 - b) Resumen ejecutivo de fortalecimiento
 - c) Plan de inversiones
 - d) Plan de fortalecimiento institucional
2. Conocer datos informativos
3. Realizar marco referencial
4. Determinar la Metodología
5. Conocer visión, misión, valores, políticas
6. Análisis del medio interno
7. Análisis del medio externo
8. Formulación de estrategias
9. Realizar Plan de acción

FIGURA 5.
FLUJOGRAMA DE ASESORÍA EN PLANES ESTRATÉGICOS.



Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Proceso 4. Capacitaciones

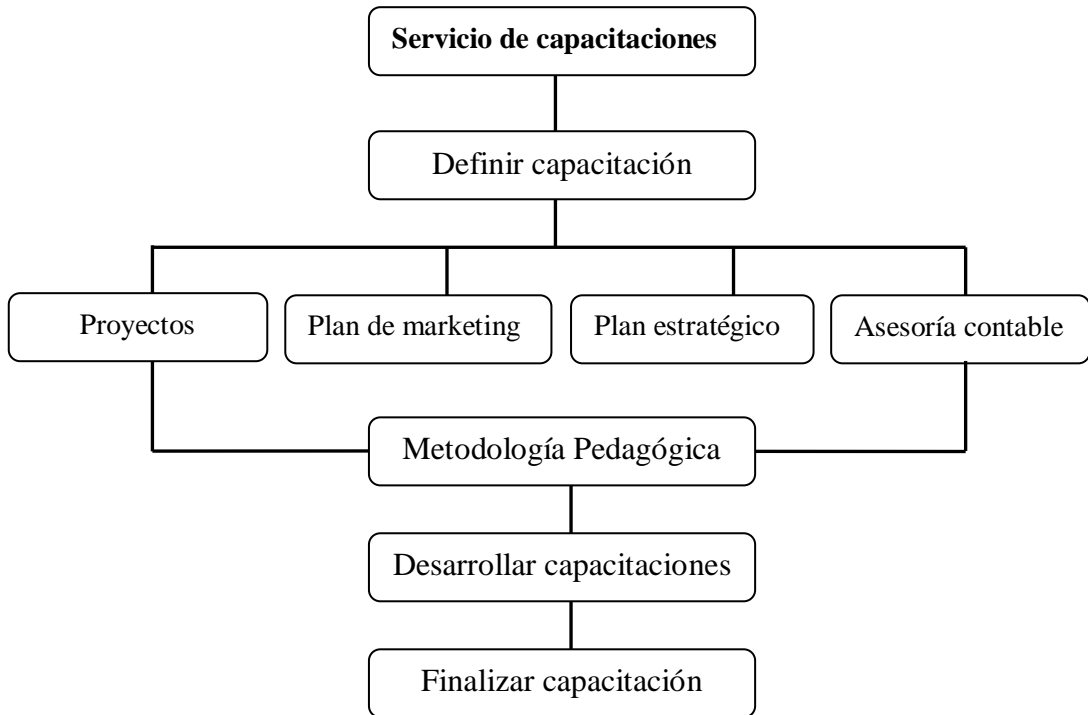
La empresa consultora realizará el siguiente proceso para el servicio de capacitaciones:

1. Definir capacidades
 - a) Proyectos
 - b) Planes de marketing
 - c) Plan estratégico
 - d) Asesoría contable (Estados financieros)
 - e) Metodología Pedagógica

2. Desarrollar capacitaciones

3. Finalizar capacitación

FIGURA 6.
FLUJOGRAMA EN CAPACITACIONES



Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.7.3 Descripción de equipos y muebles de oficina

CUADRO N° 56**EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA DE LA EMPRESA**

CANTIDAD	DETALLE	CARACTERÍSTICAS
14	Computadoras	Pentium IV, equipo Intel (R) calerom (R) CPU 2,80GHz 2, 79GHz 960 Mb de RAM, impresora HP multifunción, parlantes, extensión directa física.
2	Memoria USB	4 GB
4	Escritorios	De madera color café
4	Sillas ejecutivas	Giratorias de color negro Metálicas
8	Sillas de oficina	PVC Pica
21	Sillas plásticas	
3	Archivadores	Mixtos Metálicos y Madera negros
1	Dispensador de agua	Eléctrico
1	Pizarra acrílica	De 200cm de largo x 150cm de ancho
4	Mesas largas	Madera de 200cm x80cm

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.7.4 Descripción del Talento Humano

CUADRO N° 57
PERSONAS ESPECIALIZADAS PARA TRABAJAR EN LA EMPRESA
CONSULTORA

Cantidad	Detalle	Características
1	Profesional en plan estratégico	Tiempo completo
1	Profesional en plan de marketing	Tiempo completo
1	Profesional en proyectos	Tiempo completo
1	Contador y Asesor contable	Eventual
5	Expositores	Eventual
1	Secretaria	Tiempo completo
1	Personal de Limpieza	Medio Tiempo

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.8 Plan de Ejecución

CUADRO N° 58
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

COMPONENTES / ACTIVIDADES	Duración	Sept.				Oct.				Nov.				Dic.				Enero			
1.																					
Infraestructura adecuada.																					
1.1 Arrendar oficina	1 semana	■																			
1.2 Adecuar oficina	1 semana	■																			
1.3 Adquirir muebles de oficina	2 semanas		■	■																	
1.4 Adquirir equipos de oficina	2 semanas		■	■																	
1.5 Comprar suministros de oficina y materiales de aseo.	1 semana				■																
1.6 Contratar servicio de internet	1 semana				■																
1.7 Adquirir línea telefónica	1 semana				■																
2. Constitución legalmente de la Empresa Consultora																					
2.1 Realizar trámites pertinentes en la Superintendencia de Compañía	1 semana						■														
2.2 Realizar trámites pertinentes en el SRI.	1 semana								■												

COMPONENTES / ACTIVIDADES	Duración	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero
2.3 Realizar trámites pertinentes en Municipio	1 semana					
2.4 Realizar trámites para la entrega de certificados	1 semana					
3. Contratación de Profesionales Especializados						
3.1 Describir el puesto de vacantes	1 semana					
3.2 Difundir requerimientos del Recurso Humano en la prensa	4 semanas					
3.3 Receptar carpetas	1 semana					
3.4 Seleccionar carpetas	1 semana					
3.5 Realizar entrevistas	1 semana					
3.6 Seleccionar el Recurso Humano	1 semana					
3.7 Contratar Recurso Humano	3 semanas					
4. Capacitación de Recurso Humano.						
4.1 Determinar el tipo de capacitación que se requiere	1 semana					
4.2 Contratar capacitadores	1 semana					

COMPONENTES / ACTIVIDADES	Duración	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero
4.3 Elaborar cronograma de capacitación	1 semana					
4.4 Desarrollar capacitación	2 semanas					
5. Directrices de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos.						
5.1 Buscar fuentes de información	1 semana					
5.2 Obtener información	1 semana					
5.3 Seleccionar Información	1 semana					
5.4 Preparar información	1 semana					
5.5 Realizar manuales de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos	4 semanas					
5.6 Preparar formularios para los seminarios	3 semanas					
5.7 Preparar textos guías para la capacitación de los socios	2 semanas					
6. Publicidad implementada						
6.1 Definir medios o canales publicitarios	1 semana					

COMPONENTES / ACTIVIDADES	Duración	Sept.			Oct.			Nov.			Dic.			Enero		
6.2 Diseñar publicidad	1 semana															
6.3 Realizar el contrato publicitario	1 semana															
6.4 Desarrollar publicidad	8 semanas															

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.9 Financiamiento

El proyecto requiere de una inversión de \$ 41.005,68 dólares, que se financiara a través de los socios de la cámara comercio, los mismos que se convertirán en accionistas de la Empresa Consultora de Servicios Empresariales.

CUADRO N° 59

DETALLE DE LA INVERSIÓN

INSTITUCIÓN	APORTE EN DÓLARES
Inversionistas	\$ 41005,68
Total	\$ 41005,68

Fuente: Matriz de marco lógico

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.3.10 Presupuesto

CUADRO N° 60
PRESUPUESTO DEL PROYECTO

COMPONENTES / ACTIVIDADES	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	ENTIDAD EJECUTORA	EXTERNO	BENEFICIARIO
1. Infraestructura adecuada.	\$ 13.716,43	Inversionistas	Empresa		
1.1 Arrendar oficina	3277,50	Inversionistas			
1.2 Adecuar oficina	10,00	Inversionistas			
1.3 Adquirir muebles de oficina	1553,28	Inversionistas			
1.4 Adquirir equipos de oficina	8275,67	Inversionistas			
1.5 Comprar suministros de oficina y materiales de aseo.	164,98	Inversionistas			
1.6 Contratar servicio de internet	275,00	Inversionistas			
1.7 Adquirir línea telefónica	160,00	Inversionistas			
2. Constitución legalmente de la Empresa Consultora	\$ 1350,00	Inversionistas			
2.1 Realizar trámites pertinentes en la Superintendencia de Compañía	480,00	Inversionistas			
2.2 Realizar trámites pertinentes en el SRI.	230,00	Inversionistas			
2.3 Realizar trámites pertinentes en Municipio	360,00	Inversionistas			
2.4 Realizar trámites para la entrega de certificados	280,00	Inversionistas			
3. Contratación de Profesionales Especializados	\$ 19.437,00	Inversionistas	Empresa		
3.1 Describir el puesto de	*				

vacantes					
3.2 Difundir requerimientos del Recurso Humano en la prensa	237,00	Inversionistas			
3.3 Receptar carpetas	*				
3.4 Seleccionar carpetas	*				
3.5 Realizar entrevistas	*				
3.6 Seleccionar el Recurso Humano	*				
3.7 Contratar Recurso Humano	19200,00	Inversionistas			
4. Capacitación de Recurso Humano.	\$ 3000,00	Inversionistas	Empresa		
4.1 Determinar el tipo de capacitación que se requiere	*				
4.2 Contratar capacitadores	3000,00	Inversionistas			
4.3 Elaborar cronograma de capacitación	*				
4.4 Desarrollar capacitación	*				
5. Directrices de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos.			Empresa		
5.1 Buscar fuentes de información	*				
5.2 Obtener información	*				
5.3 Seleccionar Información	*				
5.4 Preparar información	*				
5.5 Realizar manuales de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos	*				
5.6 Preparar formularios para los seminarios	*				
5.7 Preparar textos guías para la capacitación de los socios	*				

6. Publicidad implementada	\$ 1549,60	Inversionistas	Empresa		
6.1 Definir medios o canales publicitarios	*				
6.2 Diseñar publicidad	*				
6.3 Realizar el contrato publicitario	1540,00	Inversionistas			
6.4 Desarrollar publicidad	9,60	Inversionistas			
Total Parcial	\$ 39053,03	Inversionistas			
Imprevistos 5%	\$ 1952,65	Inversionistas			
TOTAL	\$ 41.005,68				

Fuente: Matriz de marco lógico

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4 Estudio Económico

3.1.4.1 Inversión y Financiamiento para la creación de la empresa consultora

3.1.4.1.1 Inversión. La inversión total que tendrá el proyecto es de \$ 41.005,68 como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 61
INVERSIÓN TOTAL**

DETALLE	TOTAL
Inversión fija	9314,59
Inversión diferida	31.691,09
TOTAL	\$ 41005,68

Fuente: Cuadros # 62,63

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

➤ **Inversión fija** a continuación se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 62
INVERSIÓN FIJA

CONCEPTO	VALOR
Escritorios	534,01
Sillas ejecutivas	124,60
Sillas de oficina	106,06
Sillas plásticas	107,80
Archivadores	305,02
Dispensador de agua	43,93
Pizarra acrílica	44,50
Mesas largas para computadoras	106,80
Computadoras Intel Pentium 4	5715,36
Software	256,37
Memoria USB	17,49
Sub-total	7361,94
Imprevistos de la inversión	
Imprevistos 5%	1952,65
Sub-total	1952,65
TOTAL	9314,59

Fuente: Detalle de los costos

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

➤ **Inversión diferida** a continuación se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 63
INVERSIÓN DIFERIDA

CONCEPTO	TOTAL
Infraestructura adecuada.	\$ 6.354,49
Constitución legalmente de la Empresa Consultora	\$ 1.350,00
Contratación de Profesionales Especializados.	\$ 19.437,00
Capacitación de Recurso Humano	-
Directrices de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos.	\$ 3.000,00
Publicidad implementada	\$ 1.549,60
TOTAL	\$ 31.691,09

Fuente: Presupuesto proyectado

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.1.2 Financiamiento- El proyecto será financiado por inversionistas, los mismos que serán socios de la Cámara de Comercio del Cantón La Maná.

CUADRO N° 64
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

ACTIVO	ABSOLUTO (USD)	RELATIVO (%)
Capital Social	41.005,68	100
TOTAL	41.005,68	100%

Fuente: Presupuesto proyectado

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.2 Depreciación de Activos Fijos

En el cuadro adjunto se aprecia que la depreciación anual de los activos fijos asciende a \$ 2.185,12 dólares, dando como depreciación acumulada un valor total de \$ 8.740,49 en los 4 años de vida del proyecto, obteniendo el valor residual o valor de desecho.

CUADRO N° 65
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	CANT	V. UNIT.	V. TOTAL	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL	DEP. ACUM	V. RESID
Muebles de Oficina							
Escritorios	4	133,93	535,72	4	133,93	535,72	0
Sillas ejecutivas	4	31,25	125,00	4	31,25	125,00	0
Sillas de oficina	8	13,30	106,40	4	26,60	106,40	0
Sillas plásticas	21	5,15	108,15	4	27,04	108,15	0
Archivadores	3	102,00	306,00	4	76,50	306,00	0
Pizarra acrílica	1	50,00	50,00	4	12,50	50,00	0
Mesas largas para computadoras	4	30,00	120,00	4	30,00	120,00	0
Sub- Total			1351,27		337,818	1351,27	0,00
Equipos de Oficina							
Computadoras Intel Pentium 4	14	500,00	7000,00	4	1750,00	7000,00	0
Software	1	314,00	314,00	4	78,50	314,00	0
Memoria USB	2	10,71	21,42	4	5,36	21,42	0
SUB TOTAL			7335,42		1833,86	7335,42	0,00
Maquinaria y Equipos							
Dispensador de agua	1	53,80	53,80	4	13,45	53,8	0
Sub -Total			53,80		13,45	53,80	0,00
TOTAL			8740,49		2185,12	8740,49	0,00

Fuente: Cálculos realizados mediante el detalle de los costos

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.3 Presupuesto de Egresos en el Periodo de Inversión

3.1.4.3.1 *Costos de producción.* Estos costos se fundamentan en el cálculo de los costos directos y costos indirectos.

❖ **Los Costos Directos** están determinados de la siguiente manera:

CUADRO N° 66
COSTOS DIRECTOS

CONCEPTO	SUB - TOTAL
Materiales Directos	164,98
Mano de Obra Directa	16500,00
TOTAL COSTO DIRECTO	16664,98

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

A continuación se detalla el cuadro de los Materiales Directos y Mano de Obra Directa.

CUADRO N° 67
MATERIALES DIRECTOS

CONCEPTO	CANT	VALOR	TOTAL	AÑO 0
Teléfono	3	27,00	81,00	90,72
Resma de papel bonn A4	3	3,00	9,00	9,00
Caja de lápiz x 24	1	4,46	4,46	4,46
Caja de esferos x 24	1	5,00	5,00	5,00
Carpetas	10	0,25	2,50	2,50
Carpeta archivadora	5	2,50	12,50	12,50
Grapadora	3	1,75	5,25	5,25
Cajas de Grapas	5	0,35	1,75	1,75
Perforadora	2	2,95	5,90	5,90
Saca grapas	2	0,45	0,90	0,90
Tacho de basura	3	3,00	9,00	9,00
Escobas	1	1,50	1,50	1,50
Pala para basura	1	1,50	1,50	1,50
Insumos de aseo	1	15,00	15,00	15,00
TOTAL			155,26	164,98

Fuente: Cálculos realizados mediante el detalle de los costos

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 68
MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	N°	MES	VALOR	TOTAL	TOTAL CON IVA
Profesional en plan estratégico	1	5	700,00	3.500	
Profesional en plan de marketing	1	5	700,00	3.500	
Profesional en proyectos	1	5	800,00	4.000	
Expositores	5	-	300,00	3000	
Contador y asesor contable	1	5	500,00	2500	
TOTAL				16.500	16.500

Fuente: Cálculos realizados mediante el detalle de los costos

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

- ❖ **Los Costos indirectos.** Están compuestos por los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y otros gastos, como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 69
COSTOS INDIRECTOS

CONCEPTO	CANT	VALOR	TOTAL	
MATERIAL INDIRECTO				
Mantenimiento de equipos informáticos	2 veces/año	30,00	60,00	
sub total				60,00
Mano de Obra indirecta				
Personal de Aseo	5 meses	240,00	1200,00	
sub total				1200,00
OTROS GASTOS				
Promoción y publicidad	5 meses		1786,60	1786,60
Alquiler de oficina y servicios básicos	5 meses		744,50	3722,50
Sub total				5509,10
TOTAL				6769,10

Fuente: Cálculos realizados mediante el detalle de los costos

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.3.2 Los Gastos Administrativos incluyen el sueldo del personal administrativo, gastos de constitución y funcionamiento, a continuación se detalla el siguiente cuadro.

CUADRO N° 70
GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	CANT	TIEMPO	COSTO UNITARIO	TOTAL
SUELDOS				
Gerente	1	5	600,00	3000,00
Secretaria	1	5	300,00	1500,00
Sub total				4500,00
Gastos de constitución y funcionamiento		5 meses		1350,00
Sub total				1350,00
TOTAL				5850,00

Fuente: Cálculos realizados mediante el detalle de los costos

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.4 Los Costos Totales se los desglosan en costos fijos y costos variables del año cero del proyecto como se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 71
COSTOS TOTALES

CONCEPTO	VALOR
Costos fijos	29059,10
Costos Variables	224,98
TOTAL	29284,08

Fuente: Cálculos de los costos fijos, variables

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.4.1 Los costos fijos están representados por la mano de obra directa, mano de obra indirecta, gastos administrativos, gastos financieros y otros gastos.

CUADRO N° 72
COSTOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR
Mano de obra directa	16.500,00
Mano de obra indirecta	1200,00
Gastos administrativos	5850,00
Otros Gastos	5509,10
TOTAL	29.059,10

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.4.2 Costos variables están representados por los materiales directos y los materiales indirectos, y se detallan en el cuadro a continuación:

**CUADRO N° 73
COSTOS VARIABLES**

CONCEPTO	VALOR
Materiales directos	164,98
Materiales indirectos	60,00
TOTAL	224,98

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.5 Presupuesto de Egresos en el Periodo de Operación del Proyecto

En los siguientes cuadros se detallan el cálculo de los costos durante los años de vida del proyecto.

**CUADRO N° 74
COSTOS DIRECTOS AÑO 1-4**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Materiales directos	98,81	98,81	100,79	100,79
Mano de obra directa	35400,00	35400,00	35400,00	35400,00
TOTAL	35498,81	35498,81	35500,79	35500,79

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

**CUADRO N° 75
MATERIALES DIRECTOS AÑO 1-4**

DETALLE	CANT	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Resma de papel bonn A4	10	3,00	30,00			
Caja de lápiz HB x 24	1	4,46	4,46			
Caja de esferos Bic x 24	1	5,00	5,00			
Carpetas	10	0,25	2,50			
Carpeta archivadora	8	5,00	40,00			
Cajas de Grapas	1	0,35	0,35			
Escobas	1	1,50	1,50			
Insumos de aseo	1	15,00	15,00			
TOTAL			98,81	98,81	100,79	100,79

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 76.

MANO DE OBRA DIRECTA

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO4
Profesional en plan estratégico	8400,00	8400,00	8400,00	8400,00
Profesional en plan de marketing	8400,00	8400,00	8400,00	8400,00
Profesional en proyectos	9600,00	9600,00	9600,00	9600,00
Expositores	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
Contador y asesor contable	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
TOTAL	35400,00	35400,00	35400,00	35400,00

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias proyectados

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 77

COSTOS INDIRECTOS AÑO 1- 4

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
MATERIAL INDIRECTO				
Mantenimiento de equipos informáticos	60,00	60,00	60,00	60,00
sub total	60,00	60,00	60,00	60,00
Mano de Obra indirecta				
Personal de Aseo	2880,00	2880,00	2880,00	2880,00
sub total	2880,00	2880,00	2880,00	2880,00
OTROS GASTOS				
Promoción y publicidad	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Alquiler de oficina y servicios básicos	6558,00	6558,00	6558,00	6558,00
Depreciación	2442,24	2442,24	2442,24	2442,24
sub total	10200,24	10200,24	10200,24	10200,24
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	13140,24	13140,24	13140,24	13140,24

Fuente: Detalle de costos calculados por los años de operación del proyecto

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 78
GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
SUELDOS				
Gerente	7200,00	7200,00	7200,00	7200,00
Secretaria	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00
Sub total	10800,00	10800,00	10800,00	10800,00
Gastos de funcionamiento	360,00	360,00	360,00	360,00
Sub total	360,00	360,00	360,00	360,00
TOTAL	11160,00	11160,00	11160,00	11160,00

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 79
COSTOS TOTALES

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Costos fijos	24300,24	24300,24	24300,24	24300,24
Costos Variables	158,81	158,81	160,79	160,79
TOTAL	24459,05	24459,05	24461,02	24461,02

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 80
COSTOS FIJOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Materiales indirectos	60,00	60,00	60,00	60,00
Mano de obra indirecta	2880,00	2880,00	2880,00	2880,00
Gastos administrativos	11160,00	11160,00	11160,00	11160,00
Otros Gastos	10200,24	10200,24	10200,24	10200,24
TOTAL	24300,24	24300,24	24300,24	24300,24

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 81
COSTOS VARIABLES

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Materiales directos	98,81	98,81	100,79	100,79
Materiales indirectos	60,00	60,00	60,00	60,00
TOTAL	158,81	158,81	160,79	160,79

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.6 Ingresos

3.1.4.6.1 Precio de venta. Son los precios establecidos para cada uno de los servicios que oferta la empresa consultora, como se puede apreciar en el cuadro a continuación:

CUADRO N° 82
PRECIO DE VENTA

DETALLE	VALOR
Proyecto	350
Planes de marketing	300
Planes estratégicos	250
Asesoría contable	350
Capacitaciones	350

Fuente: Cartera de precios

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.6.2 Presupuesto de ingreso. Son todos los ingresos que se generarán durante los años de vida del proyecto.

CUADRO N° 83
PRESUPUESTO DE INGRESO

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	TOTAL
Proyecto	6650,00	7000,00	8750,00	8400,00	30800,00
Planes de marketing	4500,00	4500,00	4200,00	6000,00	19200,00
Planes estratégicos	1250,00	2500,00	2000,00	1250,00	7000,00
Asesoría contable	3500,00	3150,00	4200,00	5250,00	16100,00
Capacitaciones	70000,00	70000,00	70000,00	70000,00	280000,00
TOTAL	85900,00	87150,00	89150,00	90900,00	353100,00

Fuente: Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.7 El Punto de Equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder dinero.

El punto de equilibrio monetario se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

A continuación se detallan los siguientes cuadros:

CUADRO N° 84
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO AÑO 1

CONCEPTO	VALOR
Costos Fijos	24.300,24
Costos variables	158,81
Ventas	97.150,00
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO	24.340,03

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 85
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO AÑO 2

CONCEPTO	VALOR
Costos Fijos	24.300,24
Costos variables	158,81
Ventas	109.650,00
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO	24.335,48

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 86
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO AÑO 3

CONCEPTO	VALOR
Costos Fijos	24.300,24
Costos variables	158,81
Ventas	107.150,00
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO	24.336,76

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 87
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO AÑO 4

CONCEPTO	VALOR
Costos Fijos	24.300,24
Costos variables	158,81
Ventas	102.150,00
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO	24.338,55

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.4.8 Capital de Trabajo. Es el capital adicional, lo que se necesita para la puesta en marcha del proyecto en antes de recibir ingresos, a continuación se detalla el siguiente cuadro:

CUADRO N° 88
CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	CANT	VALOR	SUB TOTAL	TOTAL
MATERIALES DIRECTOS				
Teléfono	3	27,00	81,00	90,72
Resma de papel bonn A4	3	3,00	9,00	9,00
Caja de lápiz x 24	1	4,46	4,46	4,46
Caja de esferos x 24	1	5,00	5,00	5,00
Carpetas	10	0,25	2,50	2,50
Carpeta archivadora	5	2,50	12,50	12,50
Grapadora	3	1,75	5,25	5,25
Cajas de Grapas	5	0,35	1,75	1,75
Perforadora	2	2,95	5,90	5,90
Saca grapas	2	0,45	0,90	0,90
Tacho de basura	3	3,00	9,00	9,00
Escobas	1	1,50	1,50	1,50
Pala para basura	1	1,50	1,50	1,50
Insumos de aseo	1	15,00	15,00	15,00
Sub--total				164,98
MATERIAL INDIRECTO				
Mantenimiento de equipos	2 veces/año	30,00	60,00	60,00
sub total				60,00
MANO DE OBRA DIRECTA				
Profesional en plan estratégico	1	700,00		3500,00

Profesional en plan de marketing	1	700,00		3500,00
Profesional en proyectos	1	800,00		4000,00
Expositores	1	300,00		600,00
Contador - asesor contable	1	500,00		2500,00
Sub--total				14100,00
Mano de Obra indirecta				
Personal de Aseo	1 año	240,00	1200,00	1200,00
sub total				1200,00
Gastos Administrativos				
Gerente	1	600,00	3000,00	3000,00
Secretaria	1	300,00	1500,00	1500,00
Sub total				4500,00
Gastos de constitución y funcionamiento		1350,00	1350,00	1350,00
Sub total				1350,00
OTROS GASTOS				
promoción y publicidad			1786,60	1786,60
Alquiler de oficina y servicios básicos			3722,50	3722,50
sub total				5509,10
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS				26884,08

Fuente: Datos obtenido del detalle de los costos

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 89 CALENDARIO DE INVERSIONES

CONCEPTO	Meses					TOTAL
	1	2	3	4	5	
	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Enero	
Infraestructura adecuada.						\$ 13.716,43
Constitución legalmente de la Empresa Consultora						\$ 1.350,00
Contratación de Profesionales Especializados.						\$ 19.437,00
Capacitación de Recurso Humano						\$ 3.000,00
Directrices de planes de marketing, planes estratégicos, proyectos.						-
Publicidad implementada						\$ 1.549,60

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.5 Evaluación Financiera

Tasa de interés de oportunidad 6%

CUADRO N° 90
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

EMPRESA CONSULTORA DE SERVICIOS EMPRESARIALES “SERVICONSUL”					
CONCEPTOS	INVERSIÓN	1	2	3	4
INGRESOS		97150,00	109650,00	107150,00	102150,00
Proyectos		6650,00	7000,00	8750,00	8400,00
Planes de marketing		4500,00	4500,00	4200,00	6000,00
Planes estratégicos		12500,00	25000,00	20000,00	12500,00
Asesoría contable		3500,00	3150,00	4200,00	5250,00
Capacitaciones		70000,00	70000,00	70000,00	70000,00
EGRESOS	41005,68	62799,05	62799,05	62801,02	62801,02
COSTO DIRECTO	164,98	98,81	98,81	100,79	100,79
Suministros y Materiales	164,98	98,81	98,81	100,79	100,79
COSTOS INDIRECTOS	29119,10	62700,24	62700,24	62700,24	62700,24
Sueldos y salarios	19200,00	49080,00	49080,00	49080,00	49080,00
Capacitaciones	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
Publicidad y promoción	1786,60	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Gastos gestión administrativa y funcionamiento	1350,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Mantenimiento de equipos informáticos	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Alquiler oficina y servicios básicos	3722,50	6558,00	6558,00	6558,00	6558,00
Depreciación		2442,24	2442,24	2442,24	2442,24
Utilidad antes de participación		34350,95	46850,95	44348,98	39348,98
15% participación de trabajadores		5152,64	7027,64	6652,35	5902,35
Utilidad antes de impuesto a la renta		29198,31	39823,31	37696,63	33446,63
Impuesto a la renta		2572,25	4166,00	3846,99	3209,49
UTILIDAD NETA		26626,06	35657,31	33849,64	30237,14
COSTO DE INVERSIÓN	9768,95				
Escritorios	600,01				
Sillas ejecutivas	140,00				
Sillas de oficina	119,17				
Sillas plásticas	121,13				

Archivadores	342,72				
Dispensador de agua	60,26				
Pizarra acrílica	50,00				
Mesas largas para computadoras	120,00				
Computadoras Intel Pentium 4	7840,00				
Software	351,68				
Memoria USB	23,99				
Imprevistos 5% egresos	1952,65				
Depreciación		2442,24	2442,24	2442,24	2442,24
FLUJO DE FONDOS NETO	-41005,68	29068,30	38099,55	36291,87	32679,37

Fuente: Cálculos realizados en base a datos del presupuesto

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

En el cuadro se muestra (en forma de resumen), los gastos, costos e ingresos que incurren para la ejecución del proyecto; mediante el cual, a través de los resultados obtenidos, se presenta los índices de rentabilidad para determinar si es factible o no crear una empresa consultora de servicios empresariales para los socios de la cámara de comercio, los mismos que se lo presentara posteriormente.

Los ingresos proyectados resultan del tamaño del proyecto para cada año por el precio establecido de cada servicio, lo cual, se especifica los valores de cobro: proyectos \$ 350, planes de marketing \$ 300, planes estratégicos \$ 2500.

Además se presentan ingresos en asesoría contable con un valor de \$ 350 y un valor de \$ 350 en capacitaciones de proyectos, planes de marketing, planes estratégicos, Metodología Pedagógica y asesoría contable.

La depreciación fue obtenida mediante el método de línea recta, luego se realizó el cálculo de la utilidad antes de participación a trabajadores, realizando también el cálculo de la utilidad antes del impuesto a la renta, y luego se obtiene el impuesto a la renta para seguidamente sumar a la utilidad neta, para la obtención del flujo de fondos netos con lo cual se nivela los cálculos.

3.1.5.1 Tasa de Interés de Oportunidad

La tasa de interés de oportunidad utilizada es de 6% para el cálculo del Valor Actual Neto, la misma que fue recomendada por los ejecutivos del Banco del Pichincha.

3.1.5.2 Indicadores de Rentabilidad Financiera

CUADRO N° 91
INDICADORES DE RENTABILIDAD FINANCIERA

VAN	\$ 76.682,19
TIR	71%
RELACIÓN B/C	\$ 2,87

Fuente: Datos calculados en base al estado de pérdidas y ganancias

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.5.2.1 Valor Actual Neto

Es de \$ 76.682,19 lo cual indica que el proyecto es viable desde el punto de vista del VAN puesto que contiene un valor positivo, lo que hace que el proyecto sea eficiente.

3.1.5.2.2 Tasa Interna de Retorno

Es de 71% la misma que es mayor a la tasa de interés utilizada para los respectivos cálculos financieros, lo que hace que el proyecto sea factible y específicamente rentable desde el punto de vista de la TIR.

3.1.5.2.3 Relación Beneficio / Costo

Es de \$ 2,87 que indiscutiblemente es mayor a uno, lo que significa que por cada dólar en ventas se gana \$ 1,87 centavos, lo cual hace que el proyecto sea factible desde el punto de vista de la Relación Beneficio/ Costo.

Como vemos, de acuerdo a los indicadores de rentabilidad financieros tales como: el valor actual neto VAN, tasa interno de retorno TIR y la relación beneficio/costo

RB/C están bajo los parámetros de aceptación, en donde, incluyendo los resultados del estudio de mercado, se puede establecer que el proyecto es viable.

3.1.5.3 Tiempo de Recuperación de la Inversión

CUADRO N° 92

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

DETALLE	TIEMPO	VALOR
Recuperación de la inversión	1 año, 71 días	\$ 41005,68
Utilidad para sostenibilidad	2 años 294 días	\$ 76.682,19

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

El presente proyecto necesita 1 año 71 días para obtener la recuperación de la inversión de los socios.

Por tal razón desde el punto de vista financiero el proyecto es totalmente rentable.

3.1.5.4 Análisis de Sensibilidad

Tasa de interés de oportunidad 6%

CUADRO N° 93

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CON PRECIOS MÍNIMOS

EMPRESA CONSULTORA DE SERVICIOS EMPRESARIALES SERVICONSUL					
CONCEPTOS	INVERSIÓN	1	2	3	4
INGRESOS		70050,00	76520,00	75380,00	73350,00
Proyectos		3800,00	4000,00	5000,00	4800,00
Planes de marketing		3450,00	3450,00	3220,00	4600,00
Planes estratégicos		6500,00	13000,00	10400,00	6500,00
Asesoría contable		2300,00	2070,00	2760,00	3450,00
Capacitaciones		54000,00	54000,00	54000,00	54000,00
EGRESOS	41005,68	62799,05	62799,05	62801,02	62801,02
COSTO DIRECTO	164,98	98,81	98,81	100,79	100,79
Suministros y Materiales	164,98	98,81	98,81	100,79	100,79
COSTOS INDIRECTOS	29119,10	62700,24	62700,24	62700,24	62700,24
Sueldos y salarios	19200,00	49080,00	49080,00	49080,00	49080,00
Capacitaciones	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
Publicidad y promoción	1786,60	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Gastos gestión administrativa y funcionamiento	1350,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Mantenimiento de equipos informáticos	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Alquiler oficina y servicios básicos	3722,50	6558,00	6558,00	6558,00	6558,00
Depreciación		2442,24	2442,24	2442,24	2442,24
Utilidad antes de participación		7250,95	13720,95	12578,98	10548,98
15% participación de trabajadores		1087,64	2058,14	1886,85	1582,35
Utilidad antes de impuesto a la renta		6163,31	11662,81	10692,13	8966,63
Impuesto a la renta		-883,00	-58,08	-203,68	-462,51
UTILIDAD NETA		7046,31	11720,89	10895,81	9429,14
COSTO DE INVERSIÓN	9768,95				
Escritorios	600,01				
Sillas ejecutivas	140,00				
Sillas de oficina	119,17				
Sillas plásticas	121,13				

Archivadores	342,72				
Dispensador de agua	60,26				
Pizarra acrílica	50,00				
Mesas largas para computadoras	120,00				
Computadoras Intel Pentium 4	7840,00				
Software	351,68				
Memoria USB	23,99				
Imprevistos 5% egresos	1952,65				
Depreciación		2442,24	2442,24	2442,24	2442,24
FLUJO DE FONDOS NETO	-41005,68	9488,55	14163,13	13338,05	11871,37

Fuente: Cálculos realizados en base a datos del presupuesto

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

En el presente cuadro se observa el flujo de fondos netos obtenido a través del análisis de sensibilidad cambiando los precios establecidos en los Proyectos, Planes de marketing, Planes estratégicos, Asesoría contable y Capacitaciones, bajo este contexto varían los ingresos anuales, la utilidad neta y por ende los indicadores de rentabilidad.

3.1.5.4.1 Cambios en los indicadores de rentabilidad por cambio de precios

CUADRO N° 94

INDICADORES DE RENTABILIDAD EN CAMBIO DE PRECIO REALIZADO A LA FUENTE DE INGRESOS DEL PROYECTO.

VAN	\$ 1.153,04
TIR	7%
RELACIÓN B/C	\$ 1,03

Fuente: Datos calculados en base al estado de pérdidas y ganancias

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.5.4.2 Análisis de Sensibilidad mediante cambio de precios

CUADRO N° 95

PRECIOS UTILIZADOS PARA EL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

SERVICIOS	SUBSERVICIOS	PRECIO DE LA EMPRESA	PRECIO DISMINUIDO
Proyectos	De acuerdo con el Carácter del Proyecto	\$ 350	\$ 200
	De acuerdo con el Sector de la Economía	\$ 350	\$ 200
	Proyectos de investigación	\$ 350	\$ 200
	De acuerdo con su tamaño	\$ 350	\$ 200
Asesoría en planes de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de marketing a corto plazo • Plan de marketing a mediano plazo • Plan de marketing a largo plazo 	\$ 300	\$ 230
Asesoría en planes estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Plan estratégico a largo plazo • Resumen ejecutivo de fortalecimiento • Plan de inversiones • Plan de fortalecimiento institucional 	\$ 2500	\$ 1300

Asesoría contable	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría contable (Estados Financieros) 	\$ 350	\$ 230
Capacitación Por 30 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos • Planes de marketing • Plan estratégico • Asesoría contable (Estados financieros) • Metodología Pedagógica 	<p>\$ 350</p> <p>\$ 350</p> <p>\$ 350</p> <p>\$ 350</p> <p>\$ 350</p>	<p>\$ 270</p> <p>\$ 270</p> <p>\$ 270</p> <p>\$ 270</p> <p>\$ 270</p>

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

Siguiendo en la planificación del proyecto, se ha cambiado los precios de los proyectos, planes de marketing, planes estratégicos, asesoría contable y de las capacitaciones, de acuerdo al cuadro presentado se llega a determinar el punto de equilibrio del proyecto.

Si el proyecto sufre alguna alteración o variación menor a la ya establecida en el cuadro anterior, el proyecto dejará de ser factible y rentable. Por tal razón hay que tener mucho cuidado en los valores estimados mediante los parámetros analizados para la consecución de la rentabilidad propuesta.

3.1.6 Evaluación Económica

3.1.6.1 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Tasa de interés 12%

CUADRO N° 96
FLUJO DE FONDOS NETOS ECONOMICOS

EMPRESA CONSULTORA DE SERVICIOS EMPRESARIALES SERVICONSUL					
CONCEPTOS	INVERSIÓN	1	2	3	4
INGRESOS		97150,00	109650,00	107150,00	102150,00
Aumento en el servicio de Proyectos		6650,00	7000,00	8750,00	8400,00
Aumento en el servicio de Planes de marketing		4500,00	4500,00	4200,00	6000,00
Aumento en el servicio de Planes estratégicos		12500,00	25000,00	20000,00	12500,00
Aumento en el servicio de Asesoría contable		3500,00	3150,00	4200,00	5250,00
Aumento en el servicio de Capacitaciones		70000,00	70000,00	70000,00	70000,00
Ahorro del consumidor por Proyectos		31350,00	33000,00	41250,00	39600,00
Ahorro del consumidor por Planes de Marketing		18000,00	18000,00	16800,00	24000,00
Ahorro del consumidor por capacitaciones		36000,00	36000,00	36000,00	36000,00
EGRESOS ECONOMICOS	36746,02	58465,05	58465,05	58466,80	58466,80
COSTO DIRECTO ECONOMICO	146,83	87,94	87,94	89,70	89,70
Suministros y Materiales	146,83	87,94	87,94	89,70	89,70
COSTOS INDIRECTOS ECONOMICO	27284,60	58377,11	58377,11	58377,11	58377,11
Mano de obra calificada	18000,00	46200,00	46200,00	46200,00	46200,00
Mano de obra no calificada	180,00	432,00	432,00	432,00	432,00
Capacitaciones	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
Publicidad y promoción	1590,07	1068,00	1068,00	1068,00	1068,00
Gastos gestión administrativa	1201,50				
Alquiler oficina	3313,03	5836,62	5836,62	5836,62	5836,62
Depreciación		1840,49	1840,49	1840,49	1840,49
Utilidad antes de participación		38684,95	51184,95	48683,20	43683,20
15% participación de trabajadores					
Utilidad antes de impuesto a la renta		38684,95	51184,95	48683,20	43683,20
Impuesto a la renta					
UTILIDAD NETA		38684,95	51184,95	48683,20	43683,20
COSTO DE INVERSION	9314,59				

Escritorios	534,01				
Sillas ejecutivas	124,60				
Sillas de oficina	106,06				
Sillas plásticas	107,80				
Archivadores	305,02				
Dispensador de agua	43,93				
Pizarra acrílica	44,50				
Mesas largas para computadoras	106,80				
Computadoras Intel Pentium 4	5715,36				
Software	256,37				
Memoria USB	17,49				
Imprevistos 5% egresos	1952,65				
Depreciación		1840,49	1840,49	1840,49	1840,49
FLUJO DE FONDOS NETO	-36746,02	40525,44	53025,44	50523,68	45523,68

Fuente: Cálculos realizados en base a datos del presupuesto

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.6.2 Tasa de Descuento

Para el desarrollo de la evaluación económica se utilizó una tasa de descuento del 12% la misma que es utilizada por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) y el Banco del Estado.

3.1.6.3 Fundamentos del Cálculo

3.1.6.3.1 Beneficios económicos.- La evaluación económica permite determinar el aporte que da el proyecto a la sociedad, identificando los impactos positivos de la siguiente manera:

- Aumento en el servicio de Proyectos
- Aumento en el servicio de Planes de Marketing
- Aumento en el servicio de Planes Estratégicos
- Aumento en el servicio de Asesoría contable
- Aumento en el servicio de Capacitaciones
- Ahorro del consumidor por Proyectos
- Ahorro del consumidor por Planes de Marketing

- Ahorro del consumidor por Capacitaciones

Luego se cuantificó los impactos, el aumento de los servicios en proyectos, planes de marketing, planes estratégicos, asesoría contable y capacitaciones tienen el mismo valor que en la evaluación financiera, mientras que el ahorro del consumidor por servicio se obtuvo mediante la diferencia del precio del mercado con los precios establecidos en el proyecto.

A continuación se detalla el procedimiento del cálculo del ahorro del consumidor.

CUADRO N° 97

CALCULO DEL AHORRO DEL CONSUMIDOR EN PROYECTO

AÑO	PRECIO	# PROYECTOS	PRECIO MERCADO	APORTE	BIENESTAR SOCIAL
2011	350	19	2000	1650	31350
2012	350	20	2000	1650	33000
2013	350	25	2000	1650	41250
2014	350	24	2000	1650	39600

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 98

CALCULO DEL AHORRO DEL CONSUMIDOR PLANES DE MARKETING

AÑO	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO MERCADO	APORTE	BIENESTAR SOCIAL
2011	300	15	1500	1200	18000
2012	300	15	1500	1200	18000
2013	300	14	1500	1200	16800
2014	300	20	1500	1200	24000

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 99

CALCULO DEL AHORRO DEL CONSUMIDOR EN CAPACITACIONES

AÑO	PRECIO	CANTIDAD	PRECIO MERCADO	APORTE	BIENESTAR SOCIAL
2011	350	12	500	150	36000
2012	350	12	500	150	36000
2013	350	12	500	150	36000
2014	350	12	500	150	36000

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.6.3.2 Egresos económicos para calcular los costos económicos tanto directos como indirectos, se utiliza la razón precio sombra o precio cuenta (RPC).

Estos precios nos facilitan el Banco del Estado o la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), el cual nos presenta la siguiente información:

CUADRO N° 100

RAZONES PRECIO CUENTA (RPC)

RUBRO	RPC
Mano de obra calificada	1
Mano de obra no calificada	0,15
Combustible	0,48
Producto nacional con IVA	0,89

Fuente: Banco Ecuatoriano de Desarrollo (BEDE), 2005

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

CUADRO N° 101

ESTRUCTURA PRECIO CUENTA (RPC)

RUBRO	MÁRGENES COMERCIALES	IMPUESTOS SUBSIDIOS	PRECIO BASE
Maquinaria, equipos y aparatos eléctricos	7,20%	19,90%	72,90%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

En esta fase, se calcula los precios sombra o precio cuenta de todos los costos; para esto se considero la siguiente fórmula:

$$\text{Precio sombra bien} = \text{Precio de mercado} \times \text{RPC bien}$$

Donde: RPC bien = razón precio cuenta del bien.

Estos cálculos se los realiza para todos los periodos del proyecto incluido la inversión.

- El impuesto a la Renta y la Participación a los trabajadores no se calculan por que este análisis económico determina el aporte al bienestar social más no al inversionista.
- Para el cálculo de la depreciación se utilizan precios en función del precio sombra o RPC.

3.1.6.4 Indicadores Económicos

CUADRO N° 102
INDICADORES ECONÓMICOS

VANE	\$ 106.601,84
TIRE	118%
RELACIÓN BE/CE	\$ 3,90

Elaborado por: Minda Lastra Gladys Maribel

3.1.6.4.1 Análisis de Indicadores Económicos

- El VANE es igual a \$ 106.601,84 valor positivo lo cual indica un buen aporte del proyecto al bienestar de la sociedad del Cantón La Maná. Por tanto, desde el punto de vista del VANE, el proyecto es viable.

- La TIRE es igual al 118% tasa que es mayor a la tasa de descuento (12%) utilizada para los cálculos. Por tanto desde el punto de vista de la TIRE, el proyecto es factible.
- La Relación BE/CE es \$ 3,90 es mayor que uno. Por tanto, desde el punto de vista de la relación BE/CE, el proyecto es viable.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación se obtiene las siguientes conclusiones y recomendaciones:

4.1 CONCLUSIONES

Luego de haber finalizado este proyecto se obtuvo la siguiente información:

- El sistema marco lógico es la mejor herramienta que ayuda a identificar los problemas y objetivos de un proyecto, también a seleccionar las mejores alternativas para resolver los problemas que se ocasionan en el transcurso del diseño y ejecución del proyecto.
- Mediante el estudio de mercado realizado se ha confirmado que en el cantón La Maná no existe una empresa consultora de servicios empresariales y existe una gran demanda insatisfecha, y desde punto de vista del mercado el proyecto es viable.
- Con el estudio técnico comercial se pudo conocer todos los elementos técnicos con los que consta el proyecto, ya que la descripción de servicios, precios, canales de distribución, publicidad, tamaño, localización del proyecto, plan de ejecución, financiamiento y presupuesto permitieron determinar su viabilidad.
- El estudio económico permitió conocer la inversión total del proyecto \$ 41005,68; el mismo que es financiado por los socios de la Cámara de Comercio, depreciaciones, ingresos, costos, calendarización de inversiones, entre otros.

- La Evaluación financiera ha permitido conocer la rentabilidad de este proyecto mediante el cálculo del VAN = \$ 76.682,19, TIR = 71%, Relación Beneficio/Costo = 2,87, Tiempo de Recuperación de la Inversión es de 1 año, 71 días, por esta razón se concluye que desde el punto de vista financiero el proyecto es factible. Mediante la Evaluación Económica se logró conocer la rentabilidad de este proyecto mediante el cálculo de la VANE = \$ 106.601,84, TIR = 118%, Relación BE/CE = 3,90 es por ello que se concluye que el proyecto es viable.

4.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda utilizar la metodología aplicada en la investigación, especialmente el uso del sistema de marco lógico, puesto que constituye una herramienta de investigación científica que orienta y fortalece el diseño, gestión y evaluación de un Proyecto.
- Realizar un estudio de mercado antes de intalar una empresa o negocio con el fin de que los inversionistas no arriesguen su capital.
- Por los resultados obtenidos en el estudio de mercado, estudio técnico comercial, estudio económico, se sugiere la ejecución y operación del presente proyecto.
- Realizar la evaluación financiera y económica antes de realizar inversiones en nuevos negocios o empresas, para así conocer el beneficio que recibe el inversionista y el aporte que brinda el proyecto a nivel socioeconómico.
- Se recomienda emprender proyectos similares en otros lugares del país, para así aportar al sector comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía de libros

- Aguirre, A; *Introducción a la evaluación económica y financiera de inversiones*. Segunda Edición. Costa Rica. Editorial IICA. 1985, 191p.
- Apolo, L; *Estatutos y reglamento interno de la Cámara de Comercio de La Maná*. Primera Edición. Quevedo-Ecuador. Editorial El Artesano. 2004. 90p.
- Arboleda; G; *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Segunda Edición. Colombia. Editorial AC editores.1998, 584p.
- Baca, U; *Estudio técnico de los proyectos de inversión*, Primera Edición. Editorial Mc. Graw Hill. 1995, 298p.
- Baca, U; *Evaluación de proyectos*. Tercera Edición. Mc. Graw Hill. 1997, 335p.
- Backer, M; *Contabilidad de costos, un enfoque administrativo y de gerencia*, México; editorial McGraw Hill, 1995. 421p.
- Calvo, N; *Tratado del impuesto sobre la renta*. México: Themis. 1997. Tomo I. 460p.
- Cohen, W; *Cómo ser un consultor exitoso*. Primera Edición. Colombia. Editorial Norma 2003.360p.
- Córdoba; M; *Formulación y evaluación de proyectos*. Primera Edición. Colombia. Editorial ECOE. 2006. 501p.

- Chiriboga, A; *Diccionario Técnico Financiero Ecuatoriano*. Tercera Edición. Quito-Ecuador. Imprenta Publigráfica “JOKAMA”, 2003 296p.
- Clements, J; *Administración exitosa de proyecto*. Tercera Edición. México: Thomson Editores. 2007.432p.
- Davalos, N. *Enciclopedia básica de administración contabilidad y auditoría*. Segunda edición. Ecuador, 1984.600p.
- Díaz, J; *Diccionario Manual de contabilidad y administración*. Quinta Edición. Lima-Perú: Universo S.A.1997. Vol. 1, 2, 3,4.
- Díaz; L; *Análisis y planeamiento*. Primera Edición. Costa Rica. Editorial UNED. 2005. 200p.
- Flores; J; *Proyecto de inversión para PYMES*. Primera Edición. Colombia. Editorial ECOE Ediciones. 2006.184p.
- García, J; *Historia económica de la empresa moderna*. Primera Edición. España. Editorial AKAL.1994.320p.
- Gómez, G; *La contabilidad de costos: Conceptos, importancia, Clasificación y su relación con la empresa*. Chile; editorial Aguilar, 2001. 421p.
- Gómez, Prieto; et al. *Rutas e itinerarios turísticos en España*: Colección Gestión Turística. Primera edición. Madrid; Editorial Síntesis, 1992. 220p.
- Guerrero, F; *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. U.T.E.Q. Quevedo. 2008. 115p.

- Hurtado, H; *Contabilidad activa nivel 3*. Primera edición. Medellín Colombia. 1.982. 110p.
- Kotler, P; *Mercadotecnia*. Tercera Edición. México, 1989. 738 p.
- López, C. *Canales de distribución y administración logística*. Primera edición. 2008. 240p.
- Martin, F. *Diccionario de contabilidad y finanzas*. Primera edición. 2002. 392p.
- Maqueda, J; Llaguno, J; *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Primera Edición. España. Editorial Díaz de Santos. 1995. 250p.
- Miranda, J; *Gestión de proyectos*. Quinta edición. Colombia. Editorial MM Editores ,2005. 438p.
- Mora, V; *Visión Histórica del Cantón La Maná*. Primera edición. Editores Fogata. Ecuador, 1998. 115p.
- Murillo, J; *Informativa aplicada a la Gestión y Evaluación de Proyecto* Quevedo. UTEQ. 2006. 120p.
- Pasqual; J; *Evaluación de políticas y proyectos*. Segunda Edición. España. Editorial Icaria editorial S.A. 1999. 463.
- Sapag, N; Sapag, R; *Fundamentos de preparación y evaluación de proyecto*. Primera Edición. Bogotá- Colombia: Mc Graw Hill, 1985. 276p.
- Sapag N; Sapag, R; *Preparación y evaluación de proyecto*. Cuarta Edición. México. Mc Graw Hill Interamerica S.A, 2003. 323p.

- Zalamea, E: *Viabilidad técnica y comercial*. Certificación internacional de formulación evaluación y Gestión de Proyectos. Maestría en gestión de proyectos. BID – CITE – EPN – UTEQ.2002. Módulo 5. 270p.

Bibliografía de tesis

- Cabrera, B; Martínez. V., Diseño técnico, comercial y financiero para la creación de una empresa de consultoría de soluciones integrales en el cantón palestina provincia del guayas durante el periodo 2008-2011. Director: Fernando Guerrero Chicaiza. U.T.E.Q. Facultad de Ciencias Empresariales. 2008.
- Chavarria, V; Mestanza, C; Intriago, D;. Estudio para la creación de un centro especializado de desarrollo de proyectos en el Cantón Quevedo para el año 2008. Director: Fernando Guerrero Chicaiza. U.T.E.Q. Facultad de Ciencias Empresariales. 2008

ANEXOS