



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

**“ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE CONSULTORÍAS EN MARKETING Y
PUBLICIDAD EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI”**

**TESIS DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERA COMERCIAL**

ROSA ANA TITUAÑA JARRÍN

**Director: Ing. Jorge Villavicencio
Codirector: Ing. José Morales**

Quito, Septiembre 2009

ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIA ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: Ingeniería Comercial

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Rosa Ana Tituaña Jarrín

DECLARO QUE:

La tesis de grado titulada “Estudio para la creación de una empresa de Servicios de Consultorías en Marketing y Publicidad en el Cantón Rumiñahui” ha sido desarrollada con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de esta tesis de grado.

Sangolquí, septiembre del 2009

Rosa Ana Tituaña Jarrín

ESCUELA POLITECNICA DEL EJERCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: Ingeniería Comercial

AUTORIZACION

Yo, Rosa Ana Tituaña Jarrín, autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo titulada “Estudio para la creación de una empresa de Servicios de Consultorías en Marketing y Publicidad en el Cantón Rumiñahui”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, septiembre del 2009

Rosa Ana Tituaña Jarrín

ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA: Ingeniería Comercial

CERTIFICADO

Ing. Jorge Villavicencio MSc y Ing. José Morales

CERTIFICAN

Que la tesis titulada ““Estudio para la creación de una empresa de Servicios de Consultorías en Marketing y Publicidad en el Cantón Rumiñahui” , realizada por la señorita Rosa Ana Tituaña Jarrín ha sido dirigida y revisada periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a constituir una fuente de consulta para su contenido didáctico y práctico se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto, el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat PDF . Autorizan a nombre del autor, señorita Rosa Ana Tituaña Jarrín para que se entregue al señor Ing. Guido Crespo, Coordinador de la Carrera de Ingeniería Comercial.

Sangolquí, Septiembre 2009

Ing. Jorge Villavicencio MSc

DIRECTOR

Ing. José Morales

CODIRECTOR



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar esta etapa de mi vida profesional y darme la suficiente fortaleza para superar los diferentes obstáculos que se presentaron durante el tiempo de estudio de mi carrera profesional.

A mis padres por su constante apoyo, amor y comprensión para poder culminar con éxito los objetivos y metas planteadas.

Mi gratitud hacia mis profesores, los cuales me han enseñado los diferentes conocimientos con los que cuento hoy en día.

Al Ing. Jorge Villavicencio e Ing. José Morales por su invaluable amistad y enseñanzas que han permitido cumplir este sueño.

GRACIAS



DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a mis padres quienes han sido mi apoyo y fuerza para poder culminar mi carrera universitaria, sin ellos no hubiera sido posible obtener mi título profesional.

Así también se lo dedico a mi mejor amiga Pauly que a pesar de no tenerla ya a mi lado su recuerdo vivirá por siempre en mi corazón.

Ana Tituaña

ÍNDICE

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1.1	Objetivos del Estudio de Mercado	1
1.2	Identificación del Servicio	2
1.3	Características del Servicio	2
1.3.1	Clasificación por su uso y efecto	7
1.3.2	Servicios sustitutos o complementarios	8
1.3.3	Normatividad técnica, sanitaria y comercial	9
1.4	Determinación de la demanda actual	13
1.4.1	Metodología de la investigación de campo	14
1.4.1.1	Definición de las variables	15
1.4.1.2	Elaboración del cuestionario	16
1.4.1.3	Determinación de aciertos	19
1.4.2	Segmento Objetivo	19
1.4.3	Tamaño del Universo	20
1.4.4	Tamaño de la Muestra	20
1.4.5	Prueba Piloto	20
1.4.6.	Aplicación de la Encuesta	21
1.5	Procesamiento de Datos: codificación y tabulación	22
1.5.1	Cuadros de salida, presentación y análisis de los resultados	22
1.6	Análisis de la Demanda	40
1.6.1	Clasificación	41
1.6.2	Factores que Afectan en la Demanda	42
1.6.3	Comportamiento Historico de la Demanda	44
1.6.4	Demanda Actual del servicio	45
1.6.5	Proyección de la Demanda	46
1.7	Análisis de la Oferta	47
1.7.1	Clasificación	48
1.7.2	Factores que afectan a la oferta	49
1.7.3	Comportamiento histórico de la oferta	51
1.7.4	Oferta Actual	51
1.7.5	Proyección de la oferta	52

1.8	Estimación de la demanda insatisfecha	52
1.9	Análisis de Precios	53
1.9.1	Precios historicos y actuales	54
1.9.2	Margenes de precios: estcionalidad, volumen, forma de pago	55

CAPITULO II

ESTUDIO TÉCNICO

2.1	Tamaño	56
2.1.1	Factores determinantes del Tamaño	56
2.1.1.1	El Mercado	56
2.1.1.2	Disponibilidad de recursos financieros	57
2.1.1.3	Disponibilidad de talento humano	57
2.1.1.4	Disponibilidad de insumos	58
2.1.2	Optimización del tamaño	58
2.2	Localización	59
2.2.1	Macro Localización	60
2.2.2	Micro Localización	61
2.2.2.1	Criterios de selección de alternativas	62
2.2.2.2	Matriz Locacional	63
2.2.2.3	Selección de la Alternativa Optima	63
2.2.2.4	Plano de la Microlocalización	64
2.3	Ingeniería del Proyecto	65
2.3.1	Cadena del valor	65
2.3.2	Flujograma del proceso	68
2.3.4	Distribución en planta	69
2.3.5	Requerimiento anuales de insumos	70
2.3.6	Requerimiento de Talento humano	71
2.3.7	Requerimiento anual de servicios	72
2.3.8	Requerimiento de muebles y enseres	73
2.3.9	Requerimiento de Tecnología	74
2.3.10	Determinación de la Inversiones	75
3.3.11	Calendario de ejecución del Proyecto	77
2.4	Estudio de impacto ambiental	79

CAPITULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1	Base legal	80
3.1.1	Constitución de la empresa	81
3.1.2	Tipo de empresa (sector/actividad, CIU)	83
3.1.3	Razón Social, logotipo, slogan	83
3.2	Base filosófica de la Empresa	85
3.2.1	Visión	86
3.2.2	Misión	85
3.2.3	Objetivos estratégicos	86
3.2.4	Principios y valores	87
3.2.5	Estrategia Empresarial	89
3.2.5.1	Estrategia de Competitividad	89
3.2.5.2	Estrategia de Crecimiento	91
3.2.5.3	Estrategia de Competencia	92
3.2.5.4	Estrategia Operativa	93
3.3	Estrategias de mercadotecnia	95
3.3.1	Estrategias de Precio	95
3.3.2	Estrategias de Promoción	96
3.3.3	Estrategias de Servicio	98
3.3.4	Estrategias de Plaza	99
3.3.5	Estrategias de Distribución	99
3.4	La Organización	100
3.4.1	Estructura Orgánica	100
3.4.2	Responsabilidades	101
3.4.3	Perfiles Profesionales	104
3.4	Organigrama Estructural y análisis	107

CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1	Presupuestos	108
4.1.1	Presupuesto de Inversión	108
4.1.1.1	Activos fijos	109
4.1.1.2	Activos Intangibles	110
4.1.1.3	Capital de Trabajo	110
4.1.2	Cronograma de inversiones	111

4.1.3	Presupuesto de Operación	113
4.1.3.1	Presupuesto de Ingresos	113
4.1.3.2	Presupuesto de Egresos	116
4.1.3.3	Estado de Origen y Aplicaciones de Recursos	118
4.1.3.4	Estructura de Financiamiento	119
4.1.4	Punto de Equilibrio	119
4.2	Estados Financieros Proyectados	122
4.2.1	Del Proyecto	122
4.2.1.1	Estado de Resultados	123
4.2.1.2	Flujos Netos de Fondos	124
4.2.2	Del Inversionista	125
4.2.2.1	Estado de Resultados	125
4.2.2.2	Flujos Netos de Fondos	126
4.3	Evaluación Financiera del proyecto	127
4.3.1	Determinación de Tasas de descuento	127
4.3.1.1	Criterios de Evaluación	129
4.3.1.1.1	Tasa interna de retorno del proyecto	129
4.3.1.1.2	Valor Actual Neto del proyecto	129
4.3.1.1.3	Relación Beneficio Costo del proyecto	130
4.3.1.1.4	Período de recuperación del proyecto	131
4.3.2	Evaluación Financiera del Inversionista	131
4.3.2.2	Criterios de Evaluación	131
4.3.2.2.1	Tasa interna de retorno del inversionista	131
4.3.2.2.2	Valor Actual Neto del inversionista	132
4.3.2.2.3	Relación Beneficio Costo del inversionista	132
4.3.2.2.4	Período de recuperación del inversionista	132
4.3.3	Análisis de Sensibilidad	133

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones	135
5.2	Recomendaciones	138
	Bibliografía	139

Anexos

Anexo 1 :Portafolio de servicios

Anexo 2 : Información de empresas del Cantón Rumiñahui

Anexo 3: Proformas varias

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Tipos de Compañía	10
Cuadro 2: Número de empresas medianas y pequeñas registradas legalmente en el Cantón Rumiñahui	13
Cuadro 3: Cargos de entrevistados en las encuestas	22
Cuadro 4: Tipos de empresas a las que se realizó las encuestas	23
Cuadro 5: Resultados Pregunta 1 de la encuesta	24
Cuadro 6: Resultados Pregunta 1 opción 1	25
Cuadro 7: Resultados Pregunta 1 opción 2	26
Cuadro 8: Resultados Pregunta 1 opción 3	27
Cuadro 9: Resultados pregunta 2 de la encuesta, criterios para recibir asesorías en Marketing	28
Cuadro 10: Resultados pregunta 3 de la encuesta, donde contrataría este tipo de servicios	30
Cuadro 11: Resultados pregunta 4 de la encuesta, Como le gustaría recibir información del servicio.	31
Cuadro 12: Resultados pregunta 5 de la encuesta, cuanto invierte en Marketing	32
Cuadro 13: Resultados pregunta 6 de la encuesta, cuanto esta dispuesto a invertir en el area de Marketing	34
Cuadro 14: Resultados pregunta 7 de la encuesta, utilizaria estos servicios	35
Cuadro 15: Resultados pregunta 9 de la encuesta, cuanto invertiria por servicios de consultoria en el area de Marketing	37
Cuadro 16: Resultados pregunta 10: Que servicios le interesaria que se le brinde a su empresa.	38
Cuadro 17: Demanda histórica del cantón Rumiñahui al 2008	44
Cuadro 18: Proyección de la demanda	46
Cuadro 19: Estimación captación de la demanda	52
Cuadro 20: Precios de los servicios de la competencia	54
Cuadro 21: Asignación óptima por puntos - selección de alternativas	63
Cuadro 22: Requerimiento anual de insumos	70
Cuadro 23: Requerimiento anual de servicios	71
Cuadro 24: Requerimiento anual de talento humano	72
Cuadro 25: Requerimiento anual de muebles y enseres	73
Cuadro 26: Requerimiento anual de tecnología	74

Cuadro 27: Determinacion de inversiones	75
Cuadro 28: Estudio de impacto ambiental	77
Cuadro 29: Conformación de socios	82
Cuadro 30: Activos Fijos	109
Cuadro 31: Activos Intangibles	110
Cuadro 32: Capital de trabajo	111
Cuadro 33: Cronograma de Inversiones	112
Cuadro 34: Número de servicios esperados	114
Cuadro 35: Presupuesto de ingresos	115
Cuadro 36: Presupuesto de egresos	116
Cuadro 37: Estado de origen y aplicación de recursos	118
Cuadro 38: Estrcutura Financiera	119
Cuadro 39: Cálculo del punto de equilibrio	120
Cuadro 40: Estado de Resultados del Proyecto	123
Cuadro 41: Flujo neto de fondos del proyecto	124
Cuadro 42: Estado de Resultados del Inversionista	125
Cuadro 43: Flujo neto de fondo del inversionista	126
Cuadro 44: Cálculo de tasas de descuento	127
Cuadro 45: Tiempo de recuperación proyecto	131
Cuadro 46: Tiempo de recuperación del inversionista	132
Cuadro 47: Análisis de Sensibilidad	133

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cargo de entrevistado en las encuestas	23
Gráfico 2: Tipo de empresa entrevistada	24
Gráfico 3: Resultados pregunta 1 de la encuesta	25
Gráfico 4: Resultados pregunta 1 opción 2	25
Gráfico 5: Resultado pregunta 1 opción 3	27
Gráfico 6: Resultados pregunta 2 de la encuesta	29
Gráfico 7: Resultados pregunta 3 de la encuesta	30
Gráfico 8: Resultados pregunta 4 de la encuesta	32
Gráfico 9: Resultados pregunta 5 de la encuesta	33
Gráfico 10: Resultados pregunta 6 de la encuesta	34
Gráfico 11: Resultados pregunta 7 de la encuesta	35
Gráfico 12: Resultados pregunta 9 de la encuesta	37
Gráfico 13: Resultados pregunta 10 de la encuesta	38
Gráfico 14: Proyección de la demanda al 2013	47
Gráfico 15: Plano de Microlocalización	64
Gráfico 16: Cadena del Valor	67
Gráfico 17: Distribución de la oficina	69
Gráfico 18: Calendario de ejecución del proyecto	77
Gráfico 19: Estrategias de Operación - Sistema de gestión de calidad	94
Gráfico 20: Organigrama estructural	105
Gráfico 21: Punto de Equilibrio	121



RESUMEN EJECUTIVO

ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI

El Marketing es indispensable para cualquier empresa que desee sobrevivir en un mundo tan globalizado como el nuestro, en el que lo importante es satisfacer las necesidades de los consumidores, es por este motivo que las empresas invierten en investigar los gustos y preferencias del mercado para crear productos y servicios realmente satisfactorios.

La empresa en desarrollo estará orientada a la oferta de servicios de Marketing y Publicidad para pequeñas y medianas empresas que ante todo están en la búsqueda de resultados.

La actividad principal de la empresa será brindar asesorías en el área de Marketing a empresas medianas y pequeñas, para que puedan lograr con mayor rapidez los objetivos que se hayan establecido, proporcionándoles soluciones y herramientas que les permitan generar mejores resultados.

- **Demanda Actual del servicio:** En el cantón Rumiñahui existen alrededor de 421 empresas medianas y pequeñas de las cuales el 88% no cuenta con asesorías en esta área, lo que nos refleja que tenemos un gran porcentaje de demanda insatisfecha.
- **Oferta de servicios:** La empresa cuenta con una gran ventaja ya que en el Cantón Rumiñahui no existe registrada ninguna empresa que brinde consultorías en Marketing, lo que representa que no existe oferta de este tipo de servicios, las acciones que tome la empresa permitirán que en poco tiempo pueda posicionarse en el mercado local siendo la empresa líder de servicios de Marketing. Las empresas que brindan este tipo de servicios se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito.

Adicionalmente mediante el estudio técnico se pudo determinar que una buena ubicación de la empresa permitirá tener un mejor contacto con los clientes, así como optimizar el tiempo en la prestación de servicios.

De igual manera para que la empresa pueda desarrollar sus actividades de manera que cumpla sus objetivos, deberá contar con personal que se encuentre comprometido con su trabajo para lo cual se brindará la capacitación necesaria para que pueda atender de mejor manera los clientes, así también se generaran programas de recompensa para los empleados para mantener un adecuado clima organizacional.

➤ **Análisis Financiero:**

El estudio financiero permitió establecer la manera que en se va a trabajar el capital disponible así como la inversión y el manejo de dinero correspondiente para cada período de trabajo.



Los resultados del análisis de los criterios de evaluación tanto del inversionista como del proyecto demuestran la factibilidad del proyecto como se puede apreciar a continuación:

➤ **Evaluación financiera del proyecto:**

El proyecto se considera viable en vista de que la tasa interna de retorno (78.85%) es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento (12.21%) puesto que garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa.

El valor actual neto calculado es de \$ 48.160,98 lo que significa que el proyecto generará beneficios, es decir, que la empresa se ha estado capitalizando.

La relación costo beneficio es igual a \$5.53 es decir que por cada dólar invertido se obtiene 5.53 dólares de beneficio neto.

El periodo de recuperación del proyecto será en 1 año 7 meses y 25 días, tiempo en el cual los ingresos justificarán a los egresos.

➤ **Evaluación financiera del inversionista:**

La tasa interna de retorno del inversionista se ubica en el 153,74%, es decir esta tasa representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido, lo que nos indica que el proyecto con crédito es rentable.

La empresa tendrá un valor actual neto calculado es de \$ 53.652,19 lo que significa que el inversionista podrá ejecutar el proyecto.

La relación costo beneficio al inversionista es igual a 5.24 es decir que por cada dólar invertido se obtendrá 5.24 dólares de beneficio neto.

El periodo de recuperación del proyecto será de 1 año, 9 meses y 11 días

De acuerdo a la Evaluación Financiera realizada se llegó a la conclusión que el proyecto es viable en todas sus etapas, siendo factible su implementación puesto que permite recuperar la inversión inicial, generando utilidades para los accionistas y empleados.

Se recomienda la ejecución del presente proyecto, puesto que se determinó su pre factibilidad a través del estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.



EXECUTIVE SUMMARY

STUDY FOR THE CREATION OF A BUSINESS OF CONSULTANCIES IN MARKETING AND PUBLICITY AT CANTON RUMIÑAHUI

Marketing is indispensable for any business that desires to survive in a world so globalized as the one that we live now. It is important to satisfy the needs of the consumers and for that reason the businesses invest money to investigate the inclinations and preferences of the market. As a result, businesses create products and services that are satisfactory for the client.

Marketing and Publicity offers services to small and medium businesses. The business in development, in search of results, will be oriented towards these services.

The objective of the company will be to provide advice to small and medium business. In effect, it will provide to such business with the tools and solutions necessary to achieve their objectives established, to generate better results.

- **Current Demands of the service:** In the canton Rumiñahui, there is around 421 small and medium businesses in which 88% do not have advice in the field of marketing. This reflects that we have a great percentage of dissatisfied demand.
- **Offering of services:** The business counts on a great advantage since in Canton Rumiñahui there isn't any registered business that offers consultancies in Marketing. This means that services of this kind do not exist. The actions that the business takes, will permit that in little time, it can be positioned at the local market as the Marketing services leader business. The businesses that offer this type of services are located in the city of Quito.

Additionally, it was determined through a technical study that a good location of the business allows a better contact with the clients, as well as it optimizes the time in the installment of the services. Similarly, the business can develop their activities so that it complies its objectives, it should include staff members who are compromised with their work. Staff members will receive the necessary training, this way; they can serve the clients at their best. Also, this will help generate programs of rewards for the employees to maintain an adequate organizational environment.

- **Financial analysis:** The financial study permitted to establish the way that the available capital is going to work as well as the investment and the management of the corresponding money for each period.



The results of the analysis of the criteria of the evaluation of the investor and of the project show the feasibility of the project and it is shown below:

Financial evaluation of the project: The project is considered (viable) to the fact that the internal rate of return (78.85%) is over the acceptable minimum rate of performance (12.21%). This guarantees that the project is generating greater profit value than an investment alternative.

The current net value calculated is of \$ 48.160,98 which signifies that the project will generate benefits, that is to say, that the business has been itself capitalizing. The benefit cost relation is equal to \$5,53 that is to say that by each dollar invested is obtained 5,53 dollars of net profit.

The period of recovery of the project will be in 1 year 7 months and 25 days, time in which the incomes will justify to the expenses.

Financial evaluation of the investor: The internal rate of return of the investor is located in the 153,74%. This rate represents the profit value obtained in direct proportion to the capital invested and indicates that the project with credit is profitable.

The business will have a net current value calculated equals \$ 53.652,19. Then the investor will be able to execute the project.

The benefit cost relation to the investor is equal to 5,24 which means that by each dollar invested, it will be obtained 5,24 dollars of net profit.

The period of recovery of the project will be of 1 year, 9 months and 11 days.

According to the Financial Evaluation carried out, it concluded that the project is viable in all its phases. It is feasible in its implementations since it allows the recovery of the initial investment, generating utilities for the shareholders and employed.

The execution of the present project is recommende, since its pre feasibility was determined through the market research, technical, organizacional and financial.



IMPORTANCIA

El Marketing es indispensable para cualquier empresa que desee sobrevivir en un mundo tan globalizado como el nuestro, en el que lo importante es satisfacer las necesidades de los consumidores, es por este motivo que las empresas invierten en investigar los gustos y preferencias del mercado para crear productos y servicios realmente satisfactorios.

Hace algunos años atrás las empresas se limitaba a intentar vender un producto que ya estaba fabricado, y la actividad de marketing era posterior a la producción del bien y su única función era fomentar las ventas de un producto final, pero en la actualidad el marketing tiene muchas más funciones que han de cumplirse antes de iniciarse el proceso de producción.

El Marketing comprende algunas actividades como: El Análisis del Mercado y sus necesidades, la determinación del Producto adecuado, sus Características y Precio, la Selección de un Segmento dentro del mismo, y como comunicar el Mensaje y la logística de la Distribución del producto.

En la actualidad todas las actividades relacionadas con el Marketing y Publicidad causan un impacto profundo en la vida de los consumidores de productos y servicios que se ve reflejado en los hábitos de compra, estilos de vida e incluso formas de trabajo.

Las empresas han tenido que adaptar sus estructuras organizacionales y filosofías al Marketing, es decir enfocarse en las necesidades y deseos de sus clientes para lograr mayor rentabilidad y permanencia en el mercado, ya sea con la creación de un departamento encargo de la mercadotécnica o buscar servicios fuera de la empresa que les ayuden a implementar estrategias para investigar, diseñar, crear, implementar, comercializar, vender, distribuir sus productos o servicios empleando personal especializado que se adapte a sus requerimientos.



JUSTIFICACIÓN

Las empresas han visto la necesidad de buscar medios de comunicación que les permitan tener un contacto directo con sus clientes para brindar un producto o servicio que puedan satisfacer las necesidades requeridas por el mercado.

La crisis mundial está afectando en forma negativa a la gran mayoría de empresas por lo tanto es indispensable buscar estrategias concretas y actuales para lograr aumentar las ventas y por sobretodo que tengan satisfechos y contentos a los clientes.

Es por este motivo que la empresa en desarrollo tiene el propósito de brindar una gran variedad de servicios de Marketing y Publicidad adaptados a las necesidades de las empresas ubicadas en el Cantón Rumiñahui desde las asesorías en temas puntuales hasta el desarrollo de planes estratégicos de Marketing.

Los Servicios que prestara la compañía estarán dirigidos a pequeñas y medianas empresas del Cantón Rumiñahui que no disponen de recursos suficientes para tener un departamento de Marketing propio, y que necesitan de ayuda en temas específicos con el propósito de dar a conocer sus productos y servicios.

En el Cantón Rumiñahui existe una gran demanda, ya que el crecimiento poblacional de los últimos años ha aumentado, lo que a su vez origina que se incrementen el número de empresas en el Cantón, para poder satisfacer las necesidades de la población.

Con la creación de la empresa se determinara las estrategias y alternativas para captar la demanda insatisfecha que lo conforman las empresas pequeñas y medianas ubicadas principalmente en el cantón Rumiñahui, mediante la prestación de servicios que satisfaga las necesidades de los clientes más exigentes.



Las empresas pequeñas, medianas y grandes de nuestro país deben enfrentarse a retos y problemas por la fuerte competencia que existen en sus mercados, la sobre oferta de productos y servicios y las exigencias actuales de los clientes, por lo que buscan asesorías que les permiten elaborar estrategias para la difusión de sus producto y mantenerse dentro del mercado.

Las empresas ecuatorianas se han visto en la necesidad de incorporar el marketing a su organización. No es hace mucho tiempo que el Marketing en Ecuador comienza a tomar fuerza, esto debido a factores competitivos, la influencia de la tecnología y en sí la globalización son aspectos que influyen y hacen que las empresas tomen un nuevo giro y dejen de pensar exclusivamente en la producción como factor principal y se den cuenta que el mercado, su análisis, la satisfacción de sus necesidades es lo que hace la diferencia entre las empresas que permanecen en el tiempo o las que están destinadas a fracasar por su falta de evolución empresarial.



ANTEDECENTES

La Sociedad, cada día forma parte de un mundo cada día más globalizado, las nuevas tecnologías y las estrategias están invadiendo cada vez con más fuerza los mercados, y ahora se puede claramente evidenciar que toda empresa por muy pequeña que sea debe emplear herramientas tanto internas como externas que le permitan llegar a alcanzar la máxima rentabilidad.

A manera de visión general en el ambiente macroeconómico que proyecta el Ecuador en base a un estudio realizado denominado “La inversión en Ecuador” revelo que el crecimiento del sector de servicios es del 5% anual (este incluye servicios como: turismo, financieros de auditoría, asesoría contable, marketing, gestión y publicidad).

En estos datos se puede apreciar que el sector de servicios presenta incremento en relación a años anteriores por lo que se prevé que este sector continúe en ascenso haciendo que específicamente el sector de la publicidad se vea beneficiado con dicho crecimiento, ya que en tiempos de crisis las empresas buscan alternativas para que sus productos puedan venderse en el mercado.

En este estudio también se pudo determinar por medio de estadísticas señaladas por los Gerentes de algunas empresas de Publicidad que “a nivel de industria publicitaria, el crecimiento de empresas de este tipo de servicios es del 5%, lo que proyecta que la industria va a crecer en un 5 y 10% por dos razones: hay nuevos actores en la industria, es un año electoral (lo que para la industria publicitaria no es una inversión significativa pero hace que exista un segmento más de inversión). Además ha existido un proceso mínimo de corrección de precios en algunos medios de comunicación y eso hace que exista un crecimiento promedio del 10%”.¹

¹ <http://www.internacional.edu.ec/index.php?option=content&task=view&id=104>



Con lo que se refiere al mercado del Cantón Rumiñahui en donde se desarrollara la empresa de acuerdo al Plan Estratégico Participativo del Cantón Rumiñahui 2002-2022, se puede determinar que el mercado ofrece grandes oportunidades debido a que existen varios segmentos de mercado al cual se puede dirigir la empresa, existe inversión privada y canales de comercialización adecuados.

El análisis FODA del sector empresarial del Cantón señala que algunas oportunidades que las nuevas empresas podrán aprovechar para darse a conocer son:

- ✓ Precios favorables en adquisición de materiales directos.
- ✓ Facilidades de transporte interno y externo
- ✓ Gran cantidad de compradores (empresas pequeñas, medianas y grandes del sector).

Se debe tener en cuenta que para las proyecciones del mercado en los próximos 15 años las empresas deberán enfrentar diferentes problemas ocasionados por:

- ✓ Competencia Desleal
 - ✓ Intermediarios locales
 - ✓ Falta de promoción nacional e internacional.
-



III OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la pre factibilidad de mercado, técnica, organizacional, ambiental y financiera, para instalar una empresa de servicios de Consultoría en Marketing y Publicidad en el Cantón Rumiñahui.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✚ Establecer las necesidades de las empresas pequeñas y medianas en el Cantón Rumiñahui en las áreas de Marketing.
- ✚ Determinar la capacidad óptima para la prestación de los diferentes servicios con la utilización eficiente y eficaz de los recursos en condiciones de: tamaño de la empresa, localización e ingeniería.
- ✚ Desarrollar procedimientos administrativos, operativos, legales y organizacionales para el desempeño eficiente de la Empresa.
- ✚ Sistematizar contable y financieramente los estudios realizados para la creación de la empresa.



CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado permitirá obtener información acerca de los clientes potenciales sus características, servicios requeridos, oferta, necesidades, de modo que se pueda establecer proyecciones de ventas y técnicas de servicio, con el fin de poder disminuir el riesgo de la toma de decisiones comerciales.

1.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ✚ Determinar la demanda insatisfecha que existe en el Cantón Rumiñahui en las áreas de marketing, y la viabilidad de entregar un servicio, de calidad, precio y presentación, estableciendo la mejor forma de satisfacer los gustos, necesidades y preferencias de las empresas.
- ✚ Determinar el segmento de mercado en el Cantón Rumiñahui para la prestación de los servicios de consultorías en Marketing y Publicidad.
- ✚ Conocer las necesidades del mercado al cual se va a dirigir la empresa para buscar e implementar formas de satisfacer las mismas.
- ✚ Ampliar la gama de servicios de acuerdo a la investigación que se realice a nuestros posibles competidores.
- ✚ Investigar las nuevas tendencias en el campo del Marketing y Publicidad, para brindar un servicio que supere las expectativas del cliente.



1.2 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

La empresa en desarrollo estará orientada a la oferta de servicios de Marketing y Publicidad para pequeñas y medianas empresas que ante todo están en la búsqueda de resultados.

La actividad principal de la empresa será brindar a las empresas consultorías en el área de Marketing, para que puedan lograr con mayor rapidez los objetivos que se hayan establecido, proporcionándoles soluciones y herramientas que permitan a las empresas generar resultados más rápidos en ventas.

1.3 CARACTERISTICA DEL SERVICIO

Los servicios que prestara la empresa serán:

➤ DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PLANES DE MARKETING



Un plan de Marketing permite a las empresas definir la forma de dirigirse a sus clientes actuales y captar a otros con la venta de un producto o la prestación de un servicio.

En el plan se detallara lo que se espera conseguir con el proyecto, lo que costara, el tiempo y los recursos que se van a utilizar para su consecución, mediante un análisis de cada uno de los pasos que se darán para alcanzar un fin determinado.

Una vez que se realice este análisis se generaran estrategias que permitan a las empresas alcanzar los objetivos propuestos, estas estrategias estarán orientadas al producto, precio, promoción y plaza.

El conjunto de acciones que se pongan en práctica permitirán a mediano y largo plazo obtener resultados económicos positivos.

➤ DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PLANES DE PUBLICIDAD



Hoy en día, tanto las grandes como las pequeñas empresas, alrededor del mundo utilizan como su principal herramienta a la publicidad, pero ésta claro debe ser de muy buena calidad, impactante y eficiente para que así sus productos o su imagen se vendan con éxito

Un plan de publicidad permite a las empresas mediante una serie de acciones dar a conocer sus productos o servicios al mercado.

➤ IMAGEN CORPORATIVA



La imagen corporativa es una estructura interna de comunicación que sirve para ofrecer interna y externamente una imagen global de la compañía.

Esta imagen se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto. La imagen de una corporación no es creada solamente por la compañía.¹

➤ ASESORAMIENTO EN WEB MARKETING



En los últimos años el internet toma importancia como medio de comunicación entre las empresas en el mundo entero.

Los diferentes contenidos que las empresas pueden poner en la red pueden ser accedidos desde prácticamente cualquier lugar del planeta, es por este motivo que el internet es una herramienta de marketing que brinda la oportunidad de aplicar estrategias reduciendo costos y obteniendo rápidamente resultados.

² http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_corporativa



➤ IMPLEMENTACIÓN DE ARTICULOS PUBLICITARIOS

Los objetos publicitarios son, cada vez más, uno de los elementos más importantes de una buena estrategia de marketing.

Los artículos publicitarios permiten reproducir un mensaje de la empresa con el fin de promover e incentivar las ventas de un producto o de un servicio. Este tipo de artículos tiene un valor simbólico, ya que es representa una insignia de la empresa.

➤ MEJORAMIENTO DE MARCAS COMERCIALES

La *marca*, además de ser un signo de propiedad de empresas y organizaciones, permite a los compradores 1) identificar con mayor rapidez los bienes o servicios que necesitan o desean, 2) tomar decisiones de compra más fácilmente y 3) sentir la seguridad de que obtendrán una determinada calidad cuando vuelvan a comprar el producto o servicio.²

El valor de la marca para cualquier empresa es uno de sus activos más importantes, ya que es imprescindible para que el cliente la considere dentro de sus primeras opciones de compra.

➤ PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES



Uno de los objetivos más importantes de marketing es la retención de clientes a largo plazo. Esto es así porque los costos de adquirir nuevos clientes son muy superiores a los costos de atender a los clientes existentes.

Un programa de fidelización de clientes es una manera de hacer esto, pero un programa no solo recompensa a los clientes por la repetición en sus compras

² <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/marca-definicion.html>



sino también son una herramienta para conocer los perfiles de los clientes y poder buscar nuevas formas para satisfacer sus necesidades.

➤ **SERVICIOS DE DISEÑO GRÁFICO**



Dentro de la publicidad de un bien o servicio el diseño gráfico es fundamental ya que este es un medio de comunicación visual cuya finalidad es la de estructurar mensajes publicitarios con objetivos comerciales claros y definidos, a través de la organización e integración de formas, texturas y colores que se traduzcan en comunicación significativa y relevante para su entorno, pero especialmente, para el público hacia el que va dirigida.

Algunas clasificaciones difundidas del diseño gráfico son: el diseño gráfico publicitario, el diseño editorial, el diseño de identidad corporativa, el diseño web, el diseño de envase, el diseño tipográfico, la cartelera, la señalética, el diseño editorial y el llamado diseño multimedia, entre otros.

➤ **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Una investigación de mercados es un método para recopilar, analizar e informar los hallazgos relacionados con una situación específica en el mercado. Se utiliza para poder tomar decisiones sobre:



- La introducción al mercado de un nuevo producto o servicio
- Los canales de distribución más apropiados para el producto
- Cambios en las estrategias de promoción y publicidad.

La investigación de mercado involucra el uso de varios instrumentos para analizar las tendencias del consumidor. Algunos de estos instrumentos incluyen: encuestas, estudios estadísticos, observación, entrevista y grupos focales.



➤ ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES Y FERIAS



La organización de un evento es una potente y eficaz herramienta de marketing promocional puesto que permite acercarse y conocer al cliente, se con él y ofrecerle, de forma directa y amable, los productos o servicios.

Cualquier empresa que decide organizar un evento busca siempre obtener un resultado definido de antemano. En la mayoría de los casos se utiliza el evento para comunicar ideas o mensajes, es decir, para transmitir una filosofía corporativa.

➤ OTROS SERVICIOS SOLICITADOS POR LOS CLIENTES

El marketing en cualquier empresa sea pequeña o grande va desde plantearse los objetivos a corto y largo plazo, para hacer un análisis de su realidad interna y externa, delimitar bien al mercado y saber cómo quiere que percibidos y con todo esto desarrollar estrategias de trabajo para poder conseguir todo aquello que se han trazado como metas.

Los diferentes servicios que se pueden ofrecer en el área de Marketing son diversos ya que esto permite alcanzar más rápidamente los objetivos y metas, entre otros servicios que la empresa brindara son:

- Consultorías en Marketing para mejorar niveles de ventas
- Planes de mejoramiento de servicio y productos.
- Búsquedas y selecciones de clientes mayoristas, minoristas y consumidores/usuarios finales.
- Valuación de ideas y/o proyectos de Marketing.



1.3.1 Clasificación por su Uso/Efecto

La empresa pertenece al sector de servicios de acuerdo al clasificador de actividades económicas del Ministerio de Finanzas. Con respecto a la clasificación de actividades económicas CIIU, la empresa es identificada por el código K7430.0 correspondiente a actividades publicitarias.

Los servicios que se presten se caracterizaran por:

Intangibles: Los servicios no se pueden ver, saborear, sentir, oír ni oler antes de comprarlos, para disminuir este tipo de incertidumbre los compradores buscan “señales” de la calidad del servicio. Para sacar sus conclusiones acerca de la calidad se basaran en el lugar, las personas, el precio, el equipo y las comunicaciones que ven.

Inseparabilidad del servicio: Los servicios que se que brinden no se pueden separar de sus proveedores, es decir si un empleado proporciona el servicio, entonces el empleado es parte del servicio. Debido a que el cliente también está presente cuando se produce el servicio, la interacción proveedor - cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios. Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado del servicio.

Variabilidad del servicio: La calidad de los servicios depende de quiénes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan.

La naturaleza perecedera del servicio: Los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posteriores.

Los clientes que reciban los servicios de consultorías en Marketing y Publicidad recibirán varios beneficios como:

- ✚ Contar con una empresa de servicios de Consultorías en Marketing y publicidad dentro del Cantón Rumiñahui que les brinde soluciones inteligentes e innovadoras para sus empresas sin tener que salir a buscar estos servicios fuera del cantón.



- ⊕ La tecnología de la empresa será suficientemente eficaz para poder entregar un servicio con altos niveles de calidad que se verán reflejado en los resultados positivos obtenidos.
- ⊕ Los precios de los servicios entregados serán competitivos sin que esto signifique un servicio de menor calidad, este precio será menor debido a que se generaran estrategias que vayan de acuerdo al tamaño de la empresa que requiera satisfacer sus necesidades en esta área, es decir se competirá con calidad y precio.
- ⊕ Los clientes no tendrán que estar continuamente visitando las oficinas ya que la atención será personalizada en las instalaciones del cliente, evitándole pérdidas de tiempo y costos de movilización.

1.3.2 Servicios Complementarios

Los productos o servicios sustitutos son aquellos que desempeñan la misma función para el mismo grupo de consumidores, es decir cuando dos o más bienes pueden satisfacer la misma necesidad o diversos factores productivos permiten alcanzar los mismos fines.

Los servicios sustitutos de la Empresa de Consultorías de Marketing y Publicidad en el Cantón Rumiñahui serían: un servicio ofrecido por un especialista en marketing externo a la empresa es decir independiente.

Pero a diferencia de un especialista independiente, la empresa brindara un servicio que este dirigido por varios profesionales que sabrán direccionar cualquier tipo de proyecto con la capacitación en sus respectivas áreas además se cobrará un precio accesible y razonable para los consumidores.



Los productos o servicios complementarios son aquellos que se asignan o dan un valor agregado al producto o servicio principal.

La empresa además de brindar los diferentes servicios entregara a sus clientes otros servicios complementarios como:

- 1.- Una vez que se entregue un servicio se dará seguimiento al servicio de forma que se pueda en un determinado tiempo entregar al cliente los resultados obtenidos.
- 2.- Intermediarios directo con medios de comunicación que se decida utilizar en la publicidad.
- 3.- Acompañamiento y toma de decisiones.

1.3.3 Normatividad técnica, sanitaria y comercial

La empresa brindara los servicios con profesionales capacitados en las nuevas técnicas y formas de mercadeo, con herramientas como el internet ya que este permite llegar a una parte del mercado al cual las empresas desean dirigirse, cada vez mas aumenta el número de consumidores que utilizan la Web como fuente de consulta para conocer la oferta de los productos o servicios que desean adquirir.

Con respecto a normas para la difusión de publicidad la empresa estará bajos los siguientes parámetros:

- **Registro Oficial N° 284 del 28 de Febrero del 2008, Ministerio de Transporte y Obras Públicas**, en el que se acuerda las Normas para regular la publicidad comercial y propaganda en las diferentes vías que conforman la Red Vial Estatal incluyendo las vías concesionadas dentro del Ecuador.



- **Reglamento a la ley de Defensa del Consumidor, Decreto Ejecutivo No. 2201-A RO/625**, (Capitulo I, II, III, IV , V).
- **Constitución del Ecuador 2008**, la empresa se mantendrá sujeta a los siguientes artículos:

CAPITULO II, sección tercera Art. 16

CAPITULO VI, Sección primera, segunda, tercera, quinta y sexta Art. 319 – 339.

Normatividad Comercial

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS

Normativa de Constitución de la Empresa

Cuadro 1

Tipo de sociedad	Capital Mínimo	No de socios
Compañía Limitada	US\$ 400.00	Mínimo 2, máximo 15
Sociedad Anónima	US\$ 800.00	Mínimo 2, sin límite máximo

Fuente: Pagina web de la Superintendencia de Compañías

Documentación necesaria

1. Certificación bancaria de la Cuenta de Integración de Capital.
2. Tres copias de la Escritura de Constitución de la Compañía.
3. Solicitud de Constitución con firma de Abogado Patrocinador.
4. Ejemplar del periódico en el cual se publicó el extracto de la escritura.
5. Copia del Nombramiento de los Administradores.
6. Certificado de Afiliación a una de las Cámaras de la Producción.
7. Formulario del RUC (01-A) lleno y suscrito por el Representante Legal.

- **INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO MERCANTIL**



Requisitos

- Tres testimonios de la escritura pública.
- Las resoluciones (mínimo dos) de la Superintendencia de Compañías que aprueban dicha escritura.
- Cumplir con lo ordenado en dichas resoluciones:
 1. Publicación en la prensa.
 2. Marginaciones del Notario que otorgo la escritura.
 3. Afiliación a una de las cámaras de la producción de acuerdo al objeto de la compañía.

- **SERVICIO DE RENTAS INTERNAS**

Obtención del R.U.C.

Requisitos

Personas Jurídicas

- Formulario 01-A.
- Formulario 01-B.
- Copia clara de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal o pasaporte y tipo de visa en caso de ser extranjero.
- Original y copia clara del nombramiento legalizado, notariado y con reconocimiento de formas en caso de sociedades civiles de hecho.
- Autorización simple suscrita por el representante legal en caso de que el trámite no sea realizado por éste.
- Original y copia clara de la cédula y papeleta de votación de la persona que realiza el trámite.
- Planilla de luz, agua o teléfono actualizados o un mes anterior, impuesto predial o contrato de arrendamiento legalizado. En estos documentos



deben constar en forma clara la dirección de la empresa y de los establecimientos.

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil. Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. Copia del Acuerdo Ministerial o resolución en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fin de lucro. Copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- Registro de Sociedades.

AFILIACIÓN A LA CAMARA DE COMERCIO

Requisitos

Personas Jurídicas	<ul style="list-style-type: none">• Copia de la escritura de constitución de la empresa.• Copia de la cédula del gerente o representante legal.• Valor a pagarse, según el capital declarado en las escrituras, de acuerdo a la tabla vigente en tesorería.
--------------------	---



1.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos.

Permite obtener información acerca de los consumidores potenciales como conocer sus necesidades e inquietudes, de modo que se pueda establecer proyecciones de ventas y técnicas de servicio.

Para el análisis de la investigación de mercados para este proyecto se va a realizar el cálculo de la muestra según el método de muestreo probabilística proporcional, el cual, servirá para determinar el número de encuestas que hay que realizar a las empresas que se ubican en el Cantón Rumiñahui.

Determinación de la demanda actual:

- ✓ El nicho de mercado se encuentra en el Cantón Rumiñahui, ubicado en la Provincia de Pichincha, el cantón tiene 3 parroquias en las cuales se localizan empresas industriales y de servicios de todo tipo de tamaño.
- ✓ En el Departamento de Catastro del Municipio del Cantón Rumiñahui en el último reporte de Enero del 2009 se encuentran registradas 421 empresas medianas y pequeñas. (Adjunto Anexo).

Cuadro 2

NUMERO TOTAL DE EMPRESAS REGISTRADAS EN EL MUNICIPIO DEL CANTÓN RUMIÑAHUI	421
--	------------

Fuente: Departamento de Catastro del Municipio del Cantón Rumiñahui, datos 2009.

- ✓ Las empresas a las cuales se va a dirigir son todas las ubicadas dentro del cantón Rumiñahui, por lo que el mercado en la actualidad es de



grandes proporciones debido al incremento de numerosos negocios y empresas en diferentes sectores económicos.

1.4.1 Metodología de la investigación de campo

El método que se utilizara será una Investigación cualitativa que permitirá explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan los respondientes.

Las técnicas que se utilizaran para la obtención de datos serán:

- La técnica principal que se utilizara será la aplicación de encuestas ya que permite obtener una gran cantidad de información a menor costo y a corto plazo, esta encuesta estará dirigida a los propietarios de las empresas del Cantón Rumiñahui, para obtener esta información se procederá a escoger aleatoriamente las empresas que se encuentran registradas en el Departamento de Catastros del Municipio, el momento de realizar la encuesta se deberá crear un ambiente de confianza con el entrevistado de manera que se pueda obtener la mayor información posible.
- Sondeos de mercado que de igual forma nos brindaran información que será de relevancia en la toma de decisiones.
- Las entrevistas a profundidad (Método Delphi) ya que estas serán una forma no estructurada e indirecta de obtener información, con una persona que sea experta en el tema, para lo cual se desarrolla un cuestionario con preguntas claves.

La investigación descriptiva es adecuada para alcanzar los objetivos de la investigación:



- Es necesario que se apliquen las encuestas a las personas que están directamente relacionadas con la demanda y el mercado, para tener un panorama claro del mercado.
- Este tipo de investigación permite establecer la percepción del comprador sobre las características de un producto, determinando gustos y preferencias del consumidor.
- Facilita la identificación de estándares de consumo, la distribución de los clientes y la fijación de precios que se pagan por los productos de la competencia.

1.4.1.1 Definición de las variables

- **Oferta:** oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado.
- **Demanda:** La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor.
- **Gustos y preferencias:** El comportamiento de los consumidores refleja sus gustos y preferencias. Tales gustos se generan dentro de un ámbito social que es afectado por variables socio-económicos como la edad, ocupación, educación, tamaño de grupo familiar, ubicación geográfica, entorno social, moda, etc.
- **Precio:** Es 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.³

³ Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, de Kotler y Armstrong, Prentice Hall, Pág. 353.



1.4.1.2 Elaboración de la encuesta

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE CONSULTORIAS EN
 MARKETING Y PUBLICIDAD**

ENCUESTA

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación de servicios de Marketing y Publicidad para las empresas del Cantón Rumiñahui. Gracias

DATOS GENERALES

Nombre de la empresa o negocio: _____
 Natural Jurídica

Cargo del entrevistado: _____ **Fecha:** _____

DATOS ESPECIFICOS

1. Su empresa cuenta con el Servicio de Asesorías de Marketing y Publicidad que le proporcionen herramientas para la promoción, comercialización y publicidad de sus productos o servicios?

SI

NO

Que empresa le brinda estos servicios?

Porque?

.....

.....

Cada qué tiempo utiliza estos servicios?

.....

Que servicios son los que le brindan?

.....

¿Cuánto invierte en estos servicios?

.....



2. Enumere de acuerdo a su criterio cuales de los siguientes aspectos le atraen del recibir asesorías completas de marketing para mejorar el nivel de ventas de su producto/servicio?

_____ Resultados positivos en ventas

_____ Que es nuevo

_____ Precio conveniente

_____ Es necesario

_____ Está de moda

3. ¿Dónde le gustaría poder conocer y contratar este servicio?

_____ Visita personalizada a la empresa

_____ En una oficina

_____ Internet

_____ Otro, especifique: _____

4. ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio?

_____ Anuncios en prensa o revista

_____ Correo ordinario

_____ Vallas publicitarias

_____ Televisión

_____ Radio

_____ Internet

_____ Otro

5. En promedio cuánto gasta su empresa al año en Marketing y Publicidad?

6. Cuanto estaría su empresa dispuesta a invertir en el área de Marketing?

7. ¿Utilizaría este tipo de servicios?



SI

NO

8. Tiene algún comentario o sugerencia sobre este servicio que quiera decirnos?

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a invertir por el servicio de Consultorías en Marketing y Publicidad?

_____ \$ 100- \$ 300

_____ \$ 300- \$ 600

_____ \$ 600- \$ 900

_____ \$ 1000 en adelante

10.Cuál de estos servicios le interesaría que se le brinden a su empresa?

_____ Implementación de plan de marketing

_____ Implementación de plan de publicidad

_____ Imagen Corporativa

_____ Servicios de Web Marketing

_____ Implementación de artículos promocionales

_____ Mejoramiento de marca comercial

_____ Programas de fidelización de clientes

_____ Servicios de diseño grafico

_____ Investigación de mercados

_____ Organización de eventos empresariales y ferias

_____ Otro (especifique)



1.4.1.3 Determinación de aciertos

La determinación de aciertos nos permite obtener el valor de los porcentajes del valor de éxito (p) y del fracaso (q) para aplicarlas en la fórmula del tamaño de muestra, para lo cual se aplica la encuesta a 10 empresas del sector con una sola pregunta filtro.

La pregunta se realizo fue la siguiente:

¿Estaría dispuesto a contratar una empresa que brinde Consultorías de Marketing y Publicidad en el Cantón Rumiñahui?

PREGUNTA FILTRO			
SI	(p)	8	80%
NO	(q)	2	20%
		10	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

1.4.2 Segmento Objetivo

La segmentación de mercados es un proceso mediante el cual se identifica o se toma un grupo de compradores con características similares, de manera que se los pueda dividir en varios segmentos, de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los clientes.

Es de vital importancia que la empresa en creación realice una buena segmentación de mercado, eligiendo aquellos segmentos que cumplan los requisitos básicos (ser medibles, accesibles, sustanciales y diferenciales).

El Mercado Meta de la empresa de Consultorías en Marketing y Publicidad son las empresas medianas y pequeñas ubicadas en el Cantón Rumiñahui.

Existen gran variedad de compañías pero la empresa se enfocara en dar servicio a las que se encuentran registradas en el Departamento de Catastros del Municipio de Rumiñahui las mismas que cuentan con los permisos comerciales para su normal funcionamiento.



1.4.3 Tamaño del Universo

La Investigación de Mercado realizada nos dio como resultado que en el Cantón Rumiñahui (Valle de los Chillos) existen 421 empresas medianas y pequeñas registradas en El Cantón Rumiñahui, las mismas que están en la capacidad de demandar nuestros servicios.

1.4.4 Prueba Piloto

Para realizar la prueba piloto, se aplicó la encuesta a 5 negocios o empresas del sector centro de la ciudad de Sangolquí, las mismas que ayudaron a determinar las falencias en el cuestionario a fin de hacer las correcciones necesarias y proceder a aplicarlo con éxito al tamaño de muestra calculado

Los propietarios de la empresas encuestadas no tuvieron problemas con las preguntas formuladas todos fueron comprendidas y respondidas sin dificultad.

1.4.5 Tamaño de la Muestra

Sobre la base de la información recopilada acerca segmento de mercado al cual a investigar y la información recopilada se utilizara el muestreo aleatorio estratificado.

Las muestras partirán de un análisis poblacional de medias, considerando como parámetro indispensable obtener una representatividad estadística del noventa y cinco por ciento.

El error máximo permisible para un nivel de confianza del 95% fue de 0.05, partiendo de una proporción de la población de 0.9 con una desviación estándar en la distribución de 1.96.

Para establecer el tamaño de la muestra a la que se le aplicaría la encuesta, se consideraron los siguientes datos:

Universo **N = 421**

% aciertos **p = 80%**

% fracasos $q = 20\%$

Error admisible $e = 5\%$ error

Nivel de confianza = 95%

$Z_c = 1.96$

Una vez obtenidos lo datos procedemos al desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{z^2 PQN}{e^2 N + z^2 PQ}$$

$$n = \frac{[(1.96)^2 (0.9)(0.1)421]}{[(0.05)^2 (421)] + [(1.96)^2 (0.9)(0.1)]}$$

$$n = 104$$

1.4.6 Aplicación de la encuesta



Una vez que se determino el tamaño de muestra de las empresas a las que se debía encuestar se procederá a la recolección de datos que se realizaran durante tres días, desde el lunes 4 de mayo hasta el miércoles 6 de mayo.

Para aplicar la encuesta se procedió a elegir aleatoriamente las empresas que se encuentran registradas en el Departamento de Catastros del Municipio del Cantón Rumiñahui, que comprenden en su mayoría empresas ubicadas en Sangolquí, San Rafael y el Triángulo.



1.5 Procesamiento de Datos: Codificación y tabulación

Una vez que se realizó la recolección de datos se procesó con el Programa de Microsoft Excel, para lo cual se ingresaron los datos codificando a cada pregunta como Pregunta1, Pregunta2 hasta la pregunta 10, a fin de poder proceder a realizar las similitudes, y posteriormente a obtener los cuadros de salida de la información de la acumulación de frecuencia.

1.5.1 Cuadros de salida, presentación y análisis de los resultados

De la aplicación de la encuesta se obtiene la siguiente información:

DATOS GENERALES:

Cuadro 3:

Cargo del entrevistado	Frecuencia	Porcentaje %
GERENTE GENERAL	30	29
PROPIETARIO	46	44
ADMINISTRADOR	15	14
ASISTENTE DE GERENCIA	9	9
PRESIDENTE	4	4
TOTAL	104	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

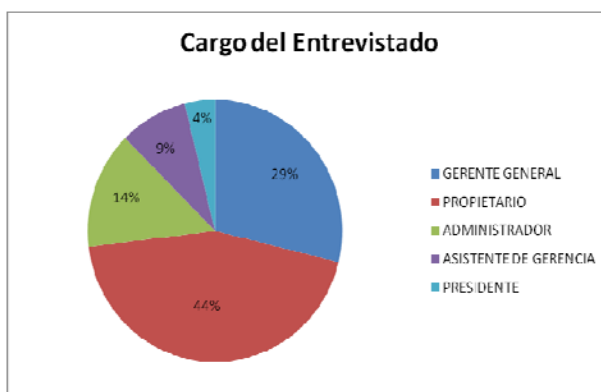


Gráfico N°1: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 44% de los entrevistados son los propietarios de la empresas, mientras que el 29% son los gerentes, como resultado se obtiene que la información recopilada es segura y se acerca a la realidad del mercado, debido a que las personas entrevistadas conocen las necesidades de su negocio y los problemas a los cuales se enfrentan y comprenden la importancia del Marketing en el giro de su empresa.

Cuadro 4:

Tipo de Empresa	Frecuencia	Porcentaje %
Natural	25	24
Jurídica	79	76
Total	104	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

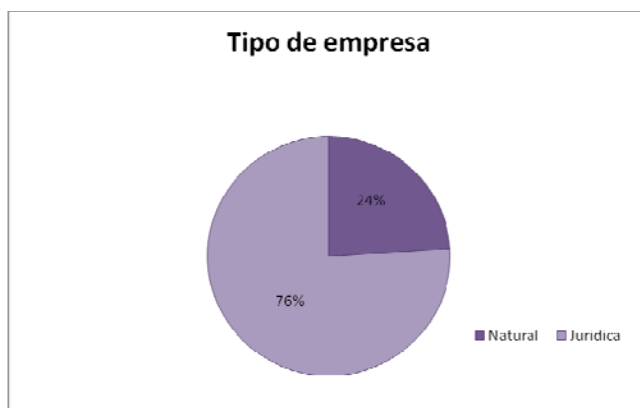


Gráfico N°2: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 76% de las empresas son jurídicas lo que representa una ventaja, porque estas empresas se encuentran organizadas y estructuradas de mejor manera, para la prestación adecuada de los servicios de Marketing.

PREGUNTA 1:

¿Su empresa cuenta con el Servicio de Asesorías de Marketing y Publicidad que le proporcionen herramientas para la promoción, comercialización y publicidad de sus productos o servicios?

Cuadro 5

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	12	12
NO	92	88
TOTAL	104	100

Fuente: Investigación de Campo Directa

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

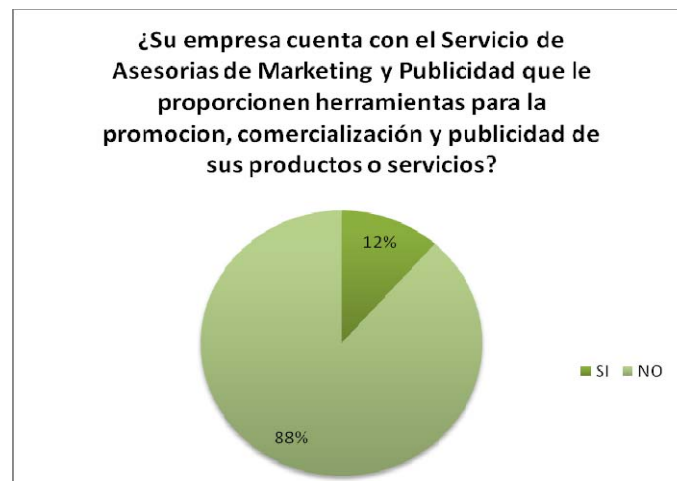


Gráfico N°3: Evaluación de Encuestas

Fuente: Investigación de Campo Directa

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los resultados indican que el 88% (92 empresas), no cuentan con un servicio de Asesorías en Marketing y Publicidad en el Cantón Rumiñahui, lo que permite afirmar que existe un porcentaje elevado de demanda insatisfecha a la cual la empresa se puede dirigir cumpliendo con el objetivo de liderar el mercado de Consultorías en Marketing y Publicidad en un mediano plazo.



Mientras que el 12% restante si cuenta con asesorías de marketing para su empresa, a su vez los resultados sobre los servicios que reciben fueron los siguientes:

S1: Empresas que brindan Servicios de Consultorías en Marketing y Publicidad

Cuadro 6

EMPRESAS QUE BRINDAN LOS SERVICIOS DE MARKETING		
	Nombre de la empresa	Ubicación
1	MCS Consultores	Quito
2	Enelgety	Quito
3	Creativa Publicidad	Quito
4	Cespu Cia. Ltda	Quito
5	Rameix	Quito
6	Otras	Quito

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

Las empresas que cuentan con Outsourcing en Marketing, utilizan los servicios de Consultoras ubicadas en la ciudad de Quito, debido a que no tienen conocimiento de una organización en el Cantón Rumiñahui que les pueda ofrecer este tipo de asesorías.

S2: ¿Cada qué tiempo utiliza estos servicios?

Cuadro 7

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje %
Anual	1	9
Semestral	4	33
Trimestral	3	25
Mensual	4	33
TOTAL	12	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

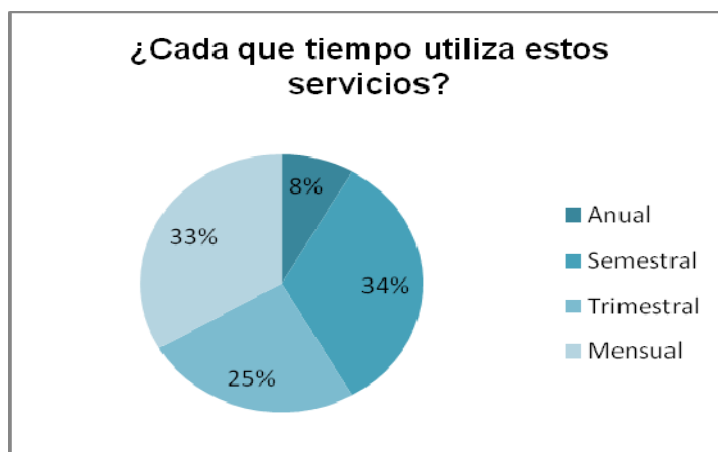


Grafico N°4: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

Las compañías utilizan los servicios de Marketing semestral y mensualmente a las Consultoras de la ciudad de Quito, esta información ayuda a que la empresa pueda formular estrategias para la prestación de servicios para el tiempo que señalan las compañías buscan ayuda en esta área.

S3: ¿Qué servicios son los que le brindan?

En su mayoría las empresas reciben servicios de Publicidad es decir, elaboración de comunicación escrita como volantes, folletos, publicaciones en revistas y periódicos.

También las agencias les entregan servicios de web marketing, mediante diseños, hosting y actualización de datos de las páginas web.

S4: ¿Cuánto invierte en estos servicios?

Cuadro 8

Inversión	Frecuencia	Porcentaje %
100-500	6	50
500-1000	4	33
\$1000 en adelante	2	17

Total	12	100
--------------	----	-----

Fuente: Investigación de Campo Directa

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



Grafico N°5: Evaluación de Encuestas

Fuente: Investigación de Campo Directa

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

El 50% de las 12 empresas que cuentan con estos servicios invierten de \$1000 en adelante anuales en Marketing para sus negocios, ya que consideran que las herramientas utilizadas les ayudan a obtener resultados positivos ya sea en la venta de sus productos y los servicios.

S5: ¿Qué cambiaría de este tipo de servicios?

La información recopilada que en su mayoría nos proporcionaron los propietarios fue que por el momento no cambiarían nada a las consultoras que les ofrecen los servicios porque realmente les brindan soluciones para permanecer en el mercado.

Para captar a este mercado se creara estrategias como prestar los servicios como prueba durante un periodo determinado, de manera que podamos



convencer a nuestros posibles clientes de que les entregamos un servicio que cumpla sus expectativas.

PREGUNTA 2:

Enumere (1-5) de acuerdo a su criterio cuales de los siguientes aspectos le atraen del recibir asesorías completas de Marketing para mejorar el nivel de ventas de su producto/servicio

Cuadro 9:

Aspectos relevantes	1	2	3	4	5	Porcentaje %	Preferencia
Resultados positivos en ventas	93	6	2	3	0	32	1
Es necesario	3	80	8	8	5	24	2
Que es nuevo	5	11	65	22	1	20	3
Precio conveniente	3	7	28	57	9	16	4
Esta de Moda	0	0	1	14	89	8	5
TOTAL	104	104	104	104	104		

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

2. Enumere (1-5) de acuerdo a su criterio cuales de los siguientes aspectos le atraen del recibir asesorías completas de marketing para mejorar el nivel de ventas de su producto/servicio?

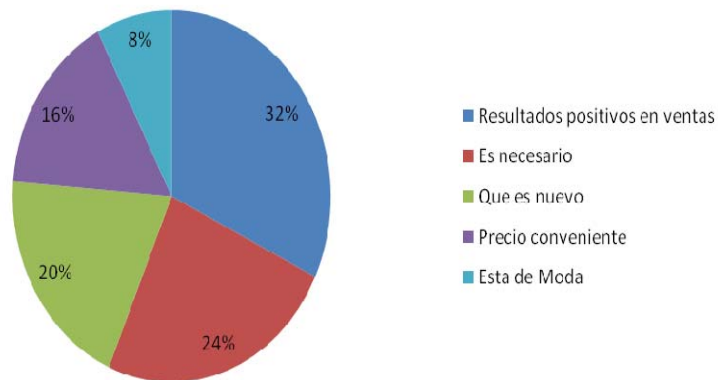


Gráfico N°6: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los empresarios consideran que utilizarían las consultorías porque les atrae que su nivel de ventas se incremente, además consideran en su mayoría que el Marketing en la actualidad es necesario para posicionarse en un mercado tan competitivo.

PREGUNTA 3:

¿Dónde le gustaría poder conocer y contratar este servicio?

Cuadro 10



OPCIONES DE RESPUESTA	Frecuencia	Porcentaje %
Visita personalizada a la empresa	84	81
En una oficina	8	8
Internet	12	12
Otros medios	0	0
Total	104	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

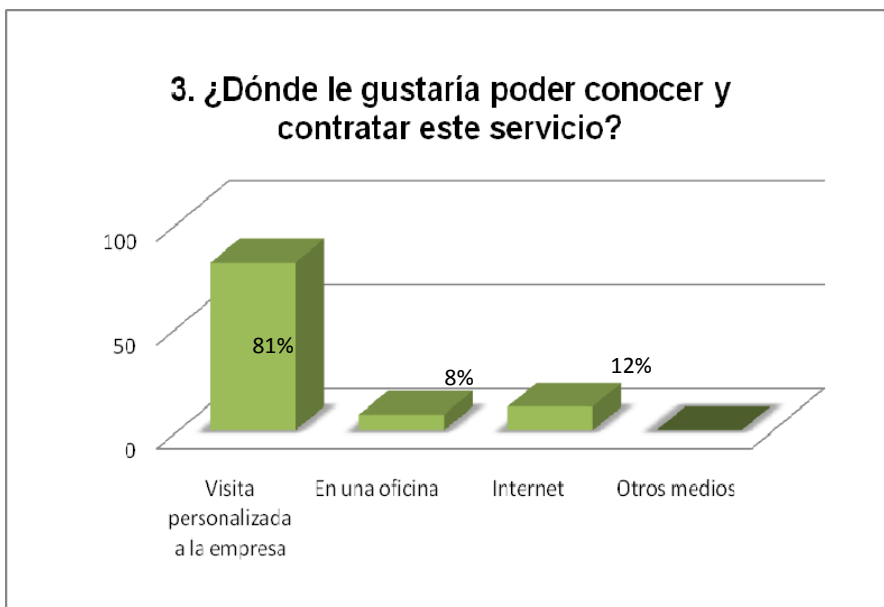


Grafico N°7: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Conociendo que el 81% de las empresas prefiere conocer y contratar los servicios mediante una visita personalizada, se puede definir que la consultora brindara la información sobre los servicios que ofrece directamente en las



oficinas del cliente previa cita con el propietario, o responsable del Marketing del negocio.

PREGUNTA N°4

¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio?

Cuadro 11

OPCIONES DE RESPUESTA	Frecuencia	Porcentaje %
Internet	41	50
Anuncios en prensa y revistas	0	33
Radio	1	14
Televisión	2	2
Vallas Publicitarias	17	1
Correo Ordinario	62	0
TOTAL	123	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

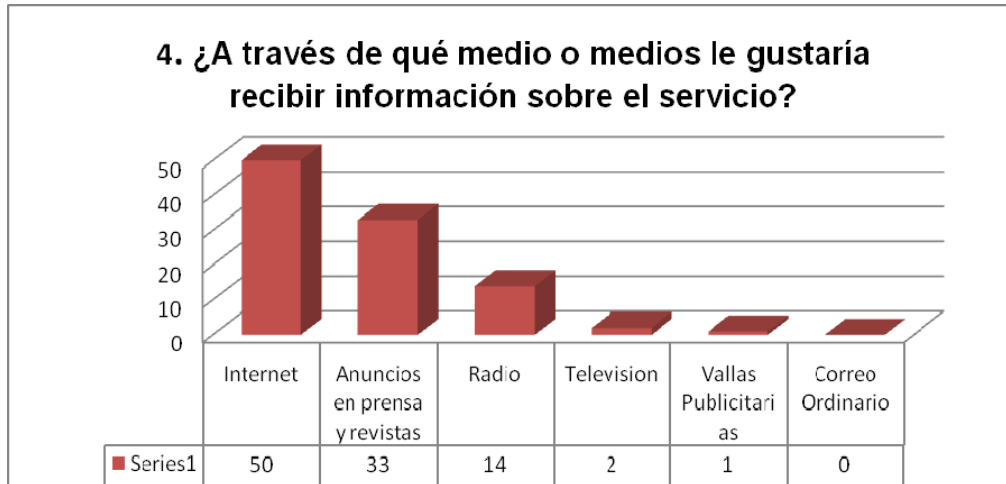


Grafico N°8: Evaluación de Encuestas
 Fuente: Investigación de Campo Directa
 Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la actualidad el Internet es el medio de comunicación más utilizado por las organizaciones, es por esta razón que el 50% de los encuestados le gustaría recibir información a través de este medio en especial a los correos electrónicos que son revisados a diario por los directivos de las compañías, el 33% manifestó que los anuncios en las principales revistas del Cantón seria la forma en la cual quisieran recibir información sobre las consultorías.

PREGUNTA N°5

En promedio cuánto gasta su empresa al año en Marketing y Publicidad

Cuadro 12

Inversion en Marketing	Frecuencia	Porcentaje %
\$100 - \$300	49	47
\$400 - \$700	26	25
\$800 - \$1500	16	15
De 1500 en adelante	13	13
TOTAL	104	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
 Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

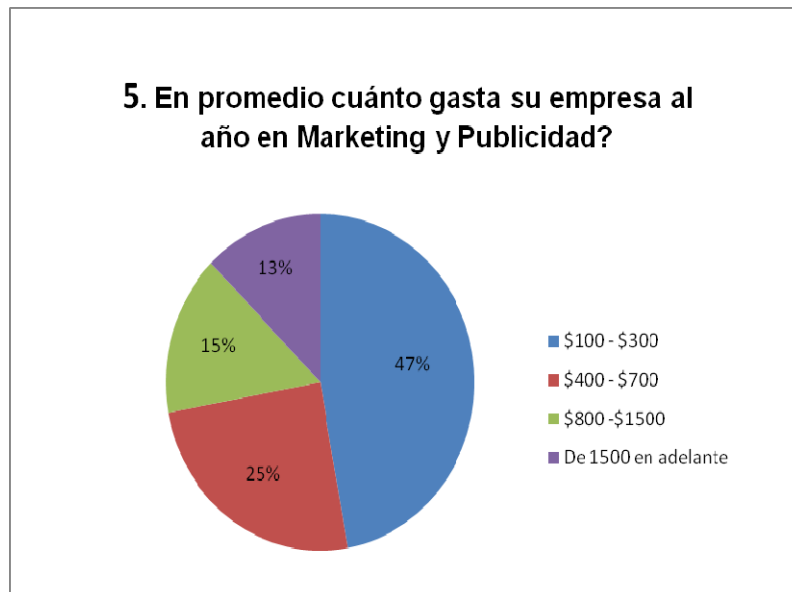


Gráfico N°9: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 47% de las empresas encuestadas señalo que invierte en el área de Marketing entre \$100-\$300 dólares, debido a que actualmente la crisis los ha afectado en su nivel de ventas.

El 25% que son empresas medianas en su mayoría realizan una inversión mayor entre \$400-\$700.

Las empresas no invierte en Marketing por la crisis, pero las mismas deben concientizar en que a mejor forma de superar la crisis es mediante la publicidad ya que pueden generar estrategias para posicionarse en el mercado y mejorando sus notas.

PREGUNTA N°6

¿Cuánto estaría su empresa dispuesta a invertir en el área de Marketing?

Cuadro 13

Inversión en Marketing	Frecuencia	Porcentaje %
\$100 - \$300	31	30
\$400 - \$700	42	40
\$800 -\$1500	15	14
De 1500 en adelante	16	15
TOTAL	104	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



Grafico Nº10: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

La inversión que las empresas realizarían en su mayoría entre \$400-\$700 dólares siempre y cuando se les brinden herramientas y soluciones para mejorar su posicionamiento dentro del mercado, como vayan aumentando su nivel de ventas la inversión de igual manera se incrementaría.

Las empresas que se encuentran organizadas realizarían inversiones de \$1500 dólares que representa el 15% de las compañías que fueron encuestadas



porque consideran que la aplicación del Marketing es indispensable en sus negocios para el cumplimiento de metas.

PREGUNTA N°7:

¿Utilizaría este tipo de servicios?

Cuadro 14

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje %
SI	103	99
NO	1	1
TOTAL	104	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

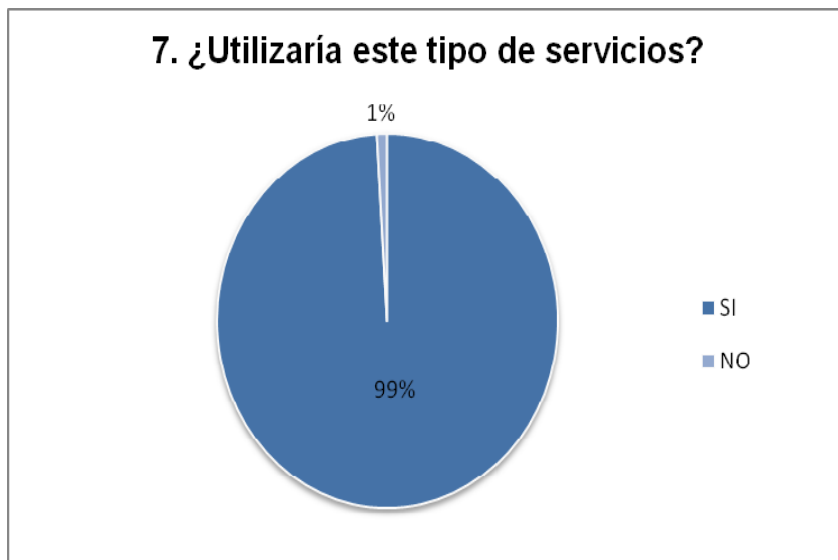


Gráfico N°11: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los resultados obtenidos indican que el 99% (103) empresas utilizarían los servicios que brinde una Consultora de Marketing y Publicidad, siempre que esta brinde soluciones rápidas e innovadoras a precios accesibles porque se debe considerar que las empresas pequeñas y medianas no tienen volúmenes de ventas altos.

Se puede determinar que la Consultora tendría una aceptación positiva en el Cantón, ya que por el momento no existe oferta de estos servicios y sería la primera dentro del mercado local en ayudar las pequeñas y medianas empresas en el área de marketing.

PREGUNTA N°8

¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este servicio que quiera decirnos?

La principal sugerencia recibida es que adicionalmente se brinde capacitación en ventas a sus colaboradores ya que desean atender de mejor forma a sus clientes, porque deben enfrentarse al mercado donde la cantidad de oferta de bienes y servicios ha incrementado y la decisión del cliente está determinado por varios factores uno de ellos la atención y satisfacción en la compra de un producto o servicio.



PREGUNTA N°9

¿Cuánto estaría usted dispuesto a invertir por el servicio de Consultorías en Marketing y Publicidad?

Cuadro 15

Opciones de respuesta	Frecuencia	Porcentaje %
\$100 - \$300	79	76
\$300 - \$600	24	23
\$600 - \$900	1	1
\$1000 en adelante	0	0
Total	104	100

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

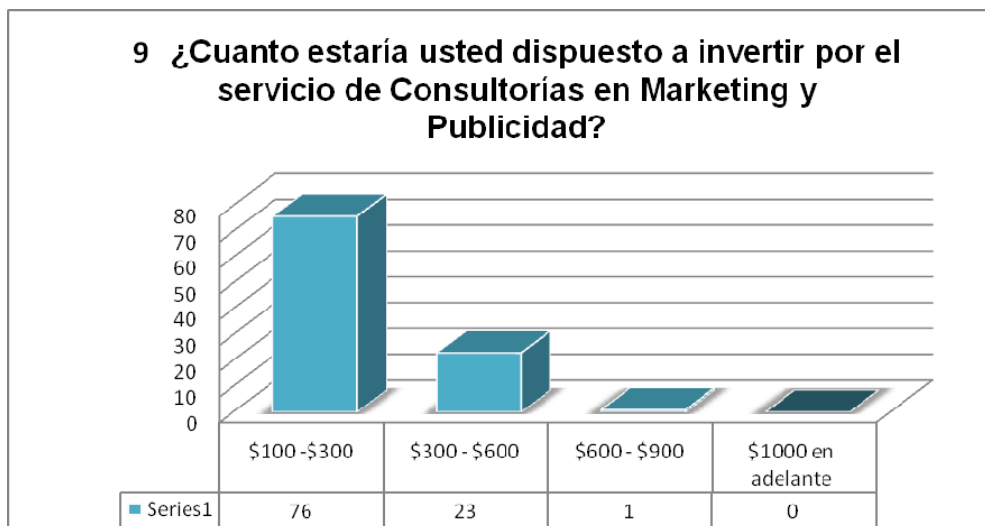


Grafico N°12: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Una vez que se le presente a las empresas los servicios que la Consultora les brindaría, el 76% pagaría por estos servicios entre \$100-\$300, considerando que actualmente no cuentan con los recursos necesarios para pagar valores elevados.

La información obtenida también indica que los servicios serian utilizados trimestral y semestralmente.



PREGUNTA N° 10:

¿Cuál de estos servicios le interesaría que se le brinden a su empresa?

Cuadro 16

Servicios	Porcentaje %
Imagen Corporativa	20
Implementación de artículos promocionales	15
Implementación de Plan de Publicidad	13
Servicios de Web Marketing	12
Investigación de mercados	11
Implementación de planes de Marketing	10
Otros	19

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

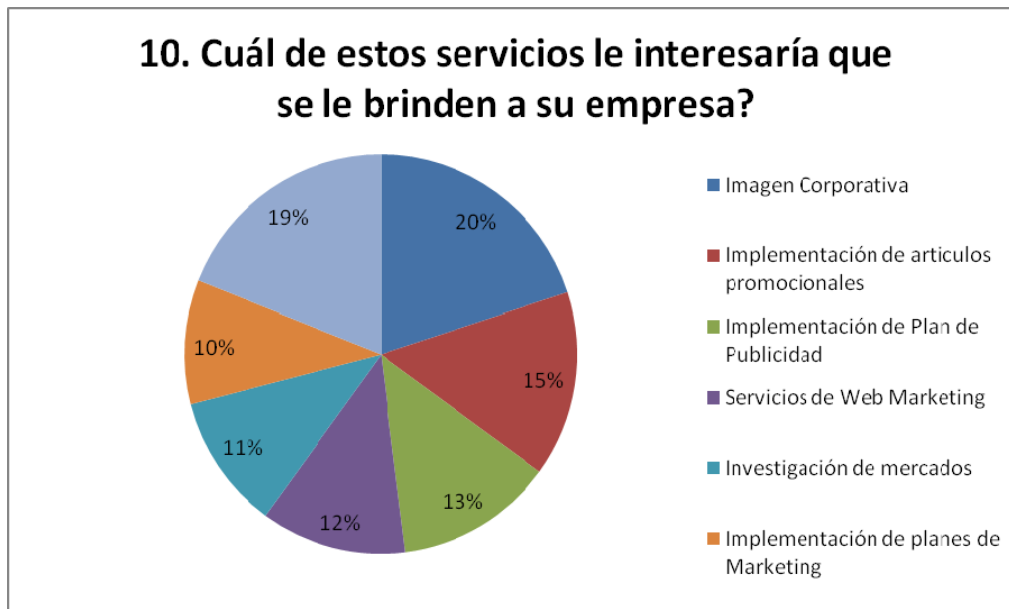


Grafico N°13: Evaluación de Encuestas
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los servicios que se ofrecerían a las empresas tienen aceptación, pero el servicio que más les interesaría recibir es Imagen Corporativa porque sería el punto de partida para darse a conocer de mejor manera en el mercado, seguido de un plan de publicidad que sea ejecutado anualmente.

La implementación de artículos promocionales es también atractiva, porque los regalos corporativos permiten crear en el cliente el reconocimiento de la marca.

El 19% corresponde a otros servicios estos incluyen los siguientes:

1. Mejoramiento de marca comercial
2. Programas de fidelización de clientes
3. Servicios de diseño gráfico
4. Organización de eventos empresariales y ferias.



1.6 Análisis de la Demanda

Para determinar la demanda que existe en el Cantón Rumiñahui con respecto a la utilización de servicios de Consultorías en Marketing y Publicidad, es decir las características, las necesidades, los comportamientos, deseos y actitudes de los clientes se utilizó el método de investigación cuantitativa descriptiva.

La fuente principal de la cual se obtuvo la información necesaria fue:

Primaria: Se realizaron encuestas y entrevistas a los propietarios y gerentes de empresas medianas y pequeñas ubicadas en Rumiñahui que se encuentran registradas legalmente en el Municipio del Cantón Rumiñahui.

La segmentación de mercado permitió definir el sector específico que ofrece oportunidades al servicio de consultorías, obteniendo datos numéricos más exactos que permiten minimizar el error y maximizar la confiabilidad de la información.

Mediante esta investigación se obtuvo las siguientes características:

- ◆ Tipología del cliente (Empresas): tipo de empresa, lugar, servicios o productos que oferta.
- ◆ La oportunidad que ofrece cada tipo de cliente: precio que está dispuesto a pagar, la frecuencia de compra.
- ◆ Los servicios que exige cada tipo de cliente: tipo de consultoría, calidad, resultados que se obtengan en ventas.
- ◆ Variables que influyen en la toma de decisión de compra: política de las empresas, gustos y tendencias.



1.6.1 Clasificación de la demanda

Existen varios tipos de demanda, las mismas que se pueden clasificar según:

Su Oportunidad:	{	Demanda satisfecha
	{	Demanda insatisfecha
Su necesidad:	{	Demanda de bienes/servicios necesarios
	{	Demanda de bienes/servicios no necesarios
Su temporalidad:	{	Demanda continua
	{	Demanda estacional
Su destino:	{	Demanda de bienes/servicios finales
	{	Demanda de bienes/servicios intermedios

Demanda de Servicios necesarios

El Cantón Rumiñahui está en constante crecimiento empresarial en los diferentes sectores económicos debido a factores como es: ubicación, crecimiento poblacional, plusvalía pero a pesar de que se crean nuevas empresas no existe la oferta de servicios en el área de marketing, es por este motivo que las empresas sienten la necesidad de buscar este tipo de servicios en la ciudad de Quito como lo indica la investigación de mercado el 12% de empresas deben buscar asesorías para promocionarse fuera del cantón, por este motivo se puede determinar que existe el 88% de empresas se encuentran insatisfechas y aseguran necesitan de consultorías para mejorar sus niveles de ventas.



1.6.2 Factores de Afectan a la Demanda

a.- Tamaño y crecimiento de la Población



El tamaño y crecimiento de la población, es un factor positivo para la demanda, en el cantón Rumiñahui la tasa de crecimiento poblacional es del 4.09%⁴ anual, lo que permite la creación de diferentes empresas del sector turístico, industrial, comercial y de servicios para poder satisfacer las necesidades de la población en crecimiento, para lo cual estas empresas necesitan herramientas en Marketing y Publicidad para la difusión de los productos y servicios que ofrecen, ya que el mercado se vuelve más competitivo y la crisis actual crea en las empresas la necesidad de promocionarse con sus clientes.

b.- Hábitos de consumo



Las empresas pequeñas, medianas y grandes de nuestro país deben enfrentarse a retos y problemas por la fuerte competencia que existen en sus mercados, la sobre oferta de productos y servicios y las exigencias actuales de los clientes, por lo que buscan asesorías que les permiten elaborar estrategias para la difusión de sus producto y mantenerse dentro del mercado.

Las empresas ecuatorianas se han visto en la necesidad de incorporar el marketing a su organización. No es hace mucho tiempo que el Marketing en Ecuador comienza a tomar fuerza, esto debido a factores competitivos, la influencia de la tecnología y en sí la globalización son aspectos que influyen y hacen que las empresas tomen un nuevo giro y dejen de pensar exclusivamente en la producción como factor principal y se den cuenta que el mercado, su análisis, la satisfacción de sus necesidades es lo que hace la diferencia entre las empresas que permanecen en el tiempo o las que están destinadas a fracasar por su falta de evolución empresarial.

⁴ Plan Estratégico Participativo del Cantón Rumiñahui 2002-2022 /Pág. 19



c.- Gustos y preferencias

Hoy en día las personas pasan un 70% fuera de su casa, por lo que la utilización de la publicidad en la calle, es la que mayor impacto causa en las personas, es por este motivo que ahora las empresas buscan la modalidad de publicidad alternativa que generan una mayor recordación de marcas.

La utilización del Internet abre un nuevo acceso a la comunicación, ya que permite realizar publicidad por medio de páginas web, lo que está generando una mayor participación de las empresas por tener su acceso web, debido a que aumentan sus ingresos por los nuevos clientes que la web permite crear.

De igual manera a hora se buscan mediante técnicas como merchandising motivar el acto de comprar de maneras más rentable, tanto para el fabricante como para el distribuidor. En realidad lo que hoy busca el consumidor es la motivación necesaria para comprar, el marketing ayuda a las empresas a crear un vínculo con sus clientes.

d.- Niveles de Ingreso y Precios



En la mayoría de los casos un incremento en los ingresos mueve la curva de la demanda hacia la derecha, debido a la idea de que al aumentar el ingreso la gente adquiere más productos y por lo tanto se genera una mayor expectativa de las empresas por dar a conocer sus productos o servicios y superar a su competencia por lo que la Publicidad juega un papel importante en los retos que enfrentan las empresas.

e.- Recursos Económicos



Las empresas en el Ecuador podrían verse afectadas al momento de una inestabilidad económica en el país, debido a que las tasas de interés se incrementarían evitando que puedan financiarse y por ende desarrollar su negocio.

Para los demandantes de la empresa de consultorías de Marketing y Publicidad, los niveles de ingresos y gastos son importantes debido a que tienen una relación directa entre los ingresos y pago del servicio de asesoramiento entre mayor son sus ingresos mayor es la capacidad para pagar los servicios.

1.6.3 Análisis histórico de la demanda

No se cuentan con datos históricos de la demanda, pero la información del Municipio del Cantón Rumiñahui (Valle de los Chillos), del departamento de Catastro se encuentra registradas 421 empresas medianas y pequeñas al 2008 que cuentan con los permisos necesarios.

Cuadro 17

DEMANDA HISTORICA	
AÑO	N° de empresas
2008	421

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009
Tasa de crecimiento de compañías: Provincia de Pichincha

En nuestro país las empresas están en constante crecimiento en los diferentes sectores económicos, es así que la Publicidad en los últimos años se ha incrementando notablemente en todos los medios de comunicación, las diferentes empresas están en constante innovación para dar a conocer su marca y sobre todo crean estrategias para llegar a sus clientes potenciales y satisfacer sus necesidades.

1.6.4 Demanda Actual del servicio



La demanda actual puede apreciarse por medio de el consumo aparente este permite analizar si la demanda se ha modificado por crecimiento de la población o variaciones en el consumo por habitante.

Con relación al mercado al cual se encuentra enfocada la empresa se puede determinar que la demanda se encuentra en constante crecimiento, ya que las nuevas propuestas de marketing brindan a las empresas la oportunidad de aumentar sus ingresos y cartera de cliente.

Tanto en el cantón Rumiñahui como a nivel nacional las consultoras en marketing y publicidad se están convirtiendo en un apoyo para las empresas ecuatorianas que se han visto en la necesidad de incorporar el marketing a su organización.

Esto se vio reflejado en la investigación de mercado, en la cual se obtuvo los siguientes resultados:

RESPUESTA	FRECUENCIA MUESTRA	PORCENTAJE %	FRECUENCIA POBLACIÓN
SI	12	12	51
NO	92	88	370
TOTAL	104	100	421

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

De acuerdo a la información obtenida se puede llegar a la conclusión de que existe una gran cantidad de empresas que representan el 88% que no cuentan



con un servicio de consultorías en Marketing y Publicidad en el Cantón Rumiñahui, lo que permite afirmar que existe un porcentaje elevado de demanda insatisfecha a la cual la empresa se puede dirigir cumpliendo con el objetivo de liderar el mercado de Consultorías en Marketing y Publicidad en un mediano plazo.

1.6.5 Proyección de la Demanda

En el 2008 el número de empresas registradas legalmente fueron de 421 entre medianas y pequeñas, la tasa de crecimiento de empresas en la Provincia de Pichincha es de 5.10%⁵. Con estos datos se procura a calcular la proyección de la demanda para cinco años:



Cuadro 18:

Año	Demanda Actual
2008	370
	Proyección de la demanda
2009	389
2010	409
2011	430
2012	452
2013	475

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

⁵ Plan Quito Siglo XXI, Estrategias de desarrollo del DMQ al 2025

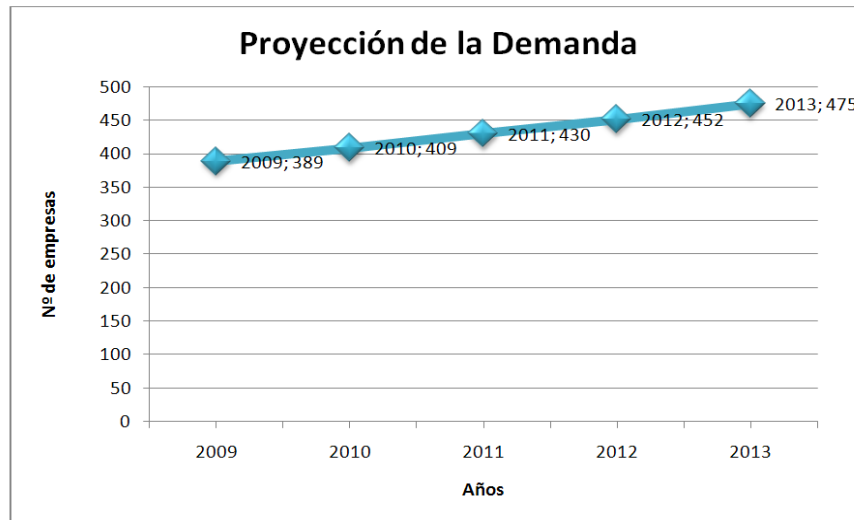


Grafico N°14: Proyección de la demanda
Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

El Factor de Crecimiento es del 1.051, tomando en cuenta el historial de la demanda del 2008.

1.7 Análisis de la Oferta

La oferta de un producto es el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a colocar en el mercado a determinados precios durante un tiempo establecido.

La empresa cuenta con una gran ventaja ya que en el Cantón Rumiñahui no existe registrada ninguna empresa que brinde consultorías en Marketing y Publicidad, lo que representa que no existe oferta de este tipo de servicios, las acciones que tome la empresa permitirán que en poco tiempo pueda posicionarse en el mercado local siendo la empresa líder de servicios de Marketing.

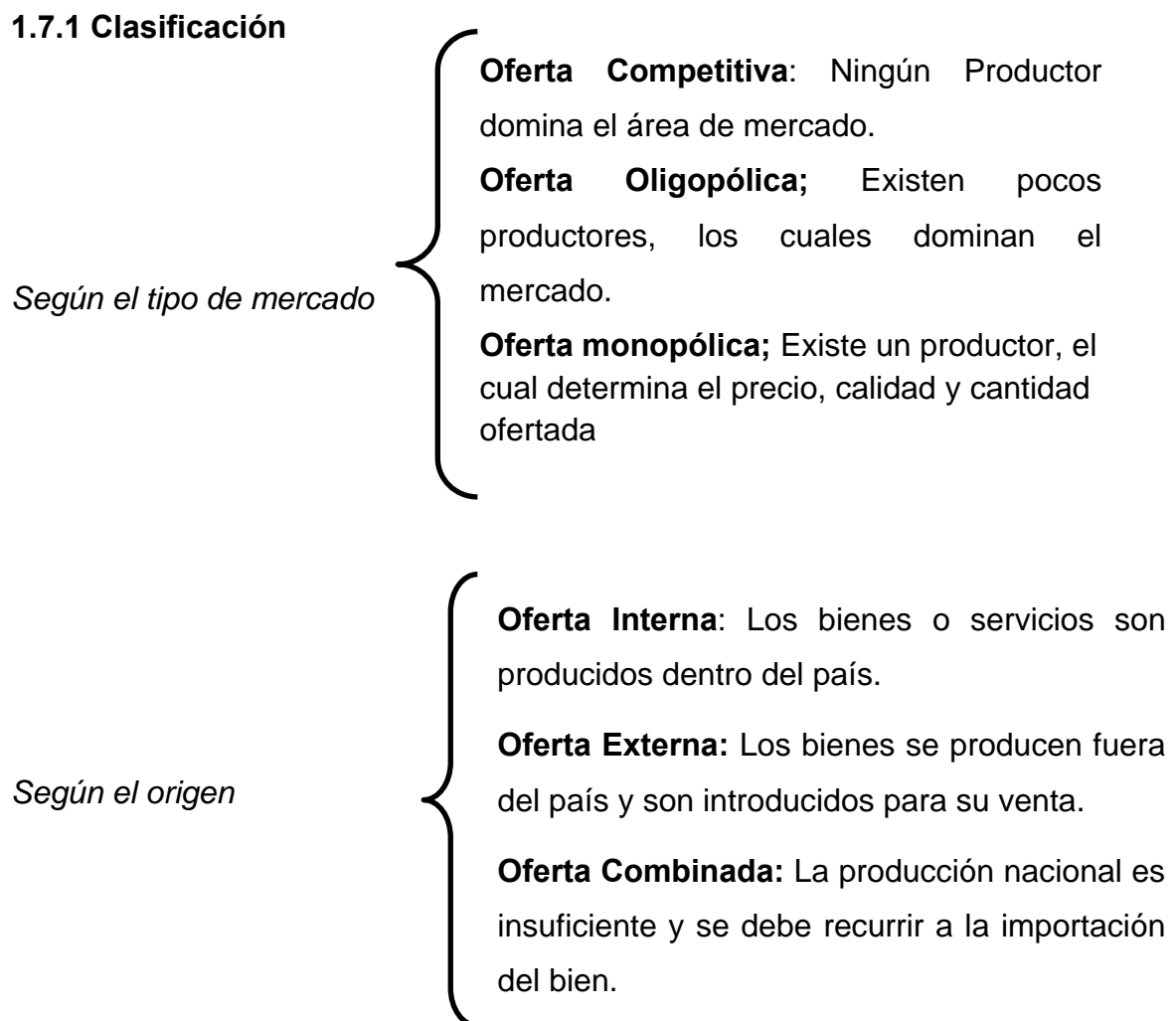
Las empresas que brindan este tipo de servicios se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito, en donde se pueden encontrar gran cantidad de agencias que brindan servicios innovadores y atractivos a los clientes de las empresas de los alrededores incluyendo el Cantón Rumiñahui.



En la investigación de campo se pudo determinar que el 12% de las empresas del Cantón utilizan los servicios de consultoras que se encuentran en Quito, no existe una empresa que por el momento este posicionado en el mercado local, ya que son distintas las compañías que atienden a las empresas.

Cabe recalcar que las empresas que utilizan estos servicios señalaron no cambiarían de proveedor en el área del marketing ya que están contentos con los resultados obtenidos, es por este motivo que se piensa utilizar como estrategia la prestación de los servicios a estas empresas gratis, de manera que prueben por un periodo determinado los servicios y de acuerdo a los resultados obtenidos pueden tomar una decisión de compra.

1.7.1 Clasificación





De acuerdo a la clasificación de la oferta, la empresa no cuenta con ningún tipo de oferta dentro del mercado local debido a que no existe una empresa que brinde estos servicios.

En cuando al origen la empresa tiene una oferta externa ya que el 12% de la población busca en la ciudad de Quito los servicios de consultorías por que será indispensable conocer las estrategias que sigue la competencia localizada en la ciudad de Quito, para determinar las fortalezas y debilidades de la nueva unidad productiva, con la finalidad de mejorar continuamente los servicios y ser competitivos

1.7.2 Factores que afectan a la Oferta

Los principales factores que afectan a la oferta del mercado son los siguientes:

Número de Oferentes



Para determinar nuestra participación en el mercado un factor determinante dentro de la oferta es delimitar el número de oferentes que exista en el mercado, en este caso como se conoce en el Cantón Rumiñahui no se conoce la existencia de empresas registradas que brinden estos servicios.

Localización

La localización está relacionada íntimamente con la distribución, comercialización y venta de los servicios.

La localización influye en la oferta, en los momentos actuales el mercado donde se va a ingresar brinda optimas condiciones porque no se cuenta con oferentes.



Capacidad Instalada



La capacidad instalada también influye sobre la oferta y determina el tamaño de la empresa, si una empresa tiene una capacidad instalada grande, podrá ser competitiva, lo contrario de una empresa con capacidad instalada pequeña se le hará difícil competir en el mercado.

La capacidad instalada de una empresa también dependerá de la demanda existente ya que si no existe demanda de que serviría tener una capacidad instalada amplia.

En un principio la empresa tendrá una capacidad instalada pequeña hasta que puede ubicarse dentro de mercado y ofrecer los servicios a las empresas pequeñas y medianas que se tiene como objetivo.

Inversión



La capacidad de inversión Fija de la oferta es excelente ya que en el Cantón se encuentran establecidas empresas muy productivas, que por la falta de información buscan empresas de publicidad en la ciudad de Quito.

Toda empresa necesita darse a conocer para así aumentar su rentabilidad, situación económica, es por esto que tenemos una gran inversión fija, en el segmento escogido para dirigirnos.

Precio de los insumos

Tiene relación directa con el precio final que se entregue al cliente, ya que si los insumos tienen un incremento de precios el servicio aumentara y por ende no nos permitirá competir en el mercado.



Tecnología



Es un factor importante, ya que en el caso de que exista un desarrollo tecnológico, se disminuirían los costos y por lo tanto se ofrecería un producto mejor al mismo precio, también la creación de programas para diseños publicitarios que sean atractivos al cliente.

1.7.3 Comportamiento histórico de la Oferta

No se cuenta con la información histórica de oferentes en el Cantón Rumiñahui, debido a que no existe ninguna empresa que brinde estos servicios en el mercado.

Si bien existen en el cantón empresas que brinden servicios de Publicidad escrita estas lo hacen de forma tradicional es decir se limitan al diseño e impresión de la publicidad escogida sin que ofrezcan su cliente la asesoría necesaria.

1.7.4 Oferta Actual

Como se ha mencionado anteriormente no hay una oferta adecuada de este tipos de servicio en el Cantón Rumiñahui.

La oferta actual de servicios relacionados con la publicidad son las imprentas y revistas del cantón que brindan únicamente servicios de publicidad escrita mas no amplían sus servicios de marketing que son indispensables para la formulación de estrategias que permitan un mejor desenvolvimiento dentro del segmento de mercado.



1.7.5 Proyección de la Oferta

Para el presente proyecto, la proyección de oferta será considera igual a cero por ya que no existe poder de oferentes en el mercado por lo que se deberá priorizar la calidad de los servicios que se entrega, la calidad y atención, ofrecer un precio competitivo que esté acorde a las posibilidades del cliente.

Proyección de la Oferta = Cero

1.8 Estimación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha corresponde al 88% (370 empresas) de la población de empresas pequeñas y medianas del cantón, en la investigación se obtuvo que los negocios encuestados utilizarían los servicios en forma mensual, trimestral, semestral y anual por lo que la empresa consideraría que la demanda insatisfecha para los tiempos determinados sería la siguiente:

Cuadro 19

Opción de respuesta	Porcentaje	Demanda de servicios	Captación de la demanda 25%
Anual	9	33	8
Semestral	33	122	31
Trimestral	25	93	23
Mensual	33	122	31
TOTAL	100	370	93

Fuente: Investigación de Campo Directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



Como podemos observar la demanda insatisfecha en el Cantón Rumiñahui con relación a este campo es enorme por lo que tenemos una gran ventaja sí podremos satisfacer las necesidades de las empresas de una mejor manera

1.9 Análisis de Precios

El precio es la relación que indica la cantidad de dinero necesaria para adquirir una cantidad dada de un bien o servicio.

Es el valor monetario de un producto o servicio que se establece una vez determinada su utilidad.

La fijación de precios por la cual se guiará la empresa de consultorías estará basados en los de la competencia es decir la información se obtendrá de las agencias ubicadas en la ciudad de Quito, estos precios deberán ser acordes al sector al cual se esta dirigiendo tomando en cuenta que son compañías pequeñas y medianas.

Debido a la predisposición de elaborar distintos tipos servicios dentro de la Consultora de Marketing y Publicidad la variación de precios dependería del servicio a elegir.

1.9.1 Precios Históricos y Actuales

Al no existir empresas de consultoría en marketing y publicidad no se conocen precios históricos de los servicios a ofrecerse, pero se obtuvo información de las consultoras de la ciudad de Quito sobre los servicios que se brindaran, para lo cual se obtuvo el promedio de las cotizaciones obtenidas para determinar los precios actuales.

Cuadro 20

Servicios a brindarse	Precio Promedio \$ (Dólares)
<i>Imagen Corporativa</i>	300
<i>Implementación de artículos promocionales (Depende de la cantidad y el tipo de articulo)</i>	150-500
<i>Implementación de Plan de Publicidad</i>	500
<i>Servicios de Web Marketing (Incluye diseño gráfico, diseño de navegación, programación, instalación en internet en servidores Numero de paginas 5)</i>	1200
<i>Mantenimiento mensual</i>	30-50
<i>Investigación de mercados</i>	2120
<i>Implementación de planes de Marketing</i>	500
<i>Organización de eventos empresariales ferias</i>	300-2000
<i>Otros</i>	800

Fuente: Investigación de Campo Directa/ Consultoras Ciudad de Quito- (Ver Anexo2)
 Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

Estos precios son variables dependiendo del servicio que se brinde, porque lo que contiene cada servicio será de acuerdo a las necesidades del cliente y a sus requerimientos.

1.9.2 Márgenes de Precios: estacionalidad, volumen, forma de pago

El margen de precios estará fijado de acuerdo a la utilidad del consumidor.

Para calcular el precio del servicio que se va a dar se tomaran en cuenta los costos fijos y variables y se dividirá para un aproximado de empresas clientes que se atenderá, con esto se podrá obtener un aproximado del costo unitario a lo cual se incrementará el margen de utilidad que se desee obtener.



Precio de Servicio: Costos Fijos + Costos variables + Margen de utilidad

Estacionalidad



Todo tipo de compañía utiliza constantemente medios para poder promocionarse con sus clientes lo cual lo hace todo el año, ya que de esto dependerán que sus ventas aumentan o disminuyan así que se puede hablar que la estacionalidad en la utilización de los servicios sería constante ya que se brindan herramientas de marketing para utilizarlos en las diferentes épocas del año para ayudar a incrementar clientes y sobretodo ventas.

Forma de pago

La forma de pago será en efectivo, cheque, o las tarjetas de crédito todo dependerán de la manera más cómoda que le resulte al cliente pagar por este servicio.

Pero se maneja la política de que el pago se lo haga de dos formas:

- ✚ 100% en contra entrega del servicio
- ✚ 50% como anticipo el 50% contra entrega.
- ✚ La forma de pago de los servicios dependerá del arreglo que llegan las partes siempre que sea conveniente para ambos.



CAPITULO II

ESTUDIO TÉCNICO

Una vez analizado el mercado que la empresa desea cubrir y definido el servicio a lanzar, tenemos que concretar los elementos con los que tiene que contar la nueva empresa para llevar a cabo la actividad, es decir, determinaremos las instalaciones y procesos productivos necesarios y definir el desarrollo de los servicios.

2.1 Tamaño del Proyecto

La demanda de servicios en el cantón Rumiñahui presenta un camino viable para la creación de la nueva empresa, puesto que no se cuenta con ofertantes dentro del mercado objetivo.

La empresa se estima que podrá atender al 25% de la demanda insatisfecha. Además la empresa se ubicara en un lugar donde no tendrá problemas de aprovisionamiento de insumos, recursos humanos y servicios básicos los cuales se analizara posteriormente.

2.1.1 Factores determinantes del tamaño

2.1.1.1 El mercado

Sobre la base de la información obtenida en el estudio de mercado, se aprecia una demanda insatisfecha elevada; por lo tanto, la empresa no tendrá dificultades para la prestación de sus servicios a las diferentes empresas grandes, medianas y pequeñas del cantón.

Además la localización de los clientes es también un factor importante, para una entrega rápida de los servicios de la empresa, esta es una condición necesaria para las ventas, siendo fundamental una estrecha relación con los clientes.



2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros



El estudio del financiamiento es una de las funciones más importantes en el análisis de la empresa ya que la asignación adecuada de los recursos financieros ayuda y facilita la ejecución del mismo.

El recurso financiero de la empresa estará compuesto de inversión inicial dada por los socios, posterior a la constitución de la Consultora de Marketing y Publicidad, inversión que se destinará para cubrir la mayor parte de los costos fijos y costos variables a realizarse.

También se piensa recurrir al financiamiento de instituciones financieras, el cual se pagará con los ingresos que la empresa reciba por entrega de los servicios.

La empresa se financiará el 40% con recursos propios que los socios aportaran, y el 60% restante mediante un crédito bancario.

2.1.1.3 Disponibilidad del Talento Humano Especializado

La empresa se ubicara en un sector urbano del Cantón, por lo que la disponibilidad de recurso humano será alta, ya que existen dentro del cantón gran cantidad de profesionales en el área de Marketing, diseño y administración.

Los profesionales contarán con alta calidad experiencia en el área de Marketing quienes presentaran soluciones a las necesidades de los clientes permitiendo que sus objetivos y metas sean alcanzados con un alto nivel de excelencia, eficiencia y efectividad.



2.1.1.4 Disponibilidad de Insumos

Los insumos necesarios para la prestación de los servicios son fáciles de encontrar para el adecuado aprovisionamiento. Ya que existen varias papelerías y negocios que brindan materiales para el área de diseño.

Los servicios básicos como agua, luz y teléfono se encuentran atendidos, cabe mencionar que el sitio donde se ubicará la empresa tiene todos los servicios básicos: agua, luz teléfono, servicios de Internet.

2.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología

La empresa necesitara de varios equipos de computación para la administración así también como Macintosh para el área de Diseño, impresoras y copiadoras todos este equipo es de fácil acceso ya que existen varias empresas para la compra de los mismos.

Se necesitara también de programas especializados para diseño, con respecto al acceso de Internet en el cantón funcionan varias empresas que nos pueden proveer de este servicio de Banda Ancha.

2.1.2 Optimización del tamaño

La Consultora en Marketing y Publicidad espera atender alrededor de 93 empresas anuales, que representan el 25% del total de empresas insatisfechas. Este número de empresas variaría de acuerdo a la periodicidad de compra de los servicios.

Con la utilización debida de la tecnología se podrá atender a las empresas, de manera que se pueda ofrecer resultados positivos sobre los servicios de Publicidad y Marketing.



Opción de respuesta	Porcentaje	Demanda de servicios	Captación de la demanda 25%
Anual	9	33	8
Semestral	33	122	31
Trimestral	25	93	23
Mensual	33	122	31
TOTAL	100	370	93

2.2 Localización del Proyecto

Este tipo de empresa es posible instalarla en cualquier región del país; por lo tanto la empresa puede ser ubicada en cualquier provincia, únicamente con reajustes respecto del mercado meta.

Sin embargo, y en consideración a que el estudio de mercado fue realizado para el Cantón Rumiñahui la empresa se ubicara en el Triángulo debido a que es una zona centro y de comercio del cantón.

La localización es un factor de suma importancia para decidir el sitio donde se instalará la empresa de consultoría de marketing y publicidad, ya que contribuirá a lograr una mayor tasa de rentabilidad sobre capital.

Para poder determinar la ubicación se deberá evaluar las posibles opciones de localización, para lo cual se deberá analizar la cercanía al mercado objetivo, infraestructura y logística para elegir el sitio más conveniente.

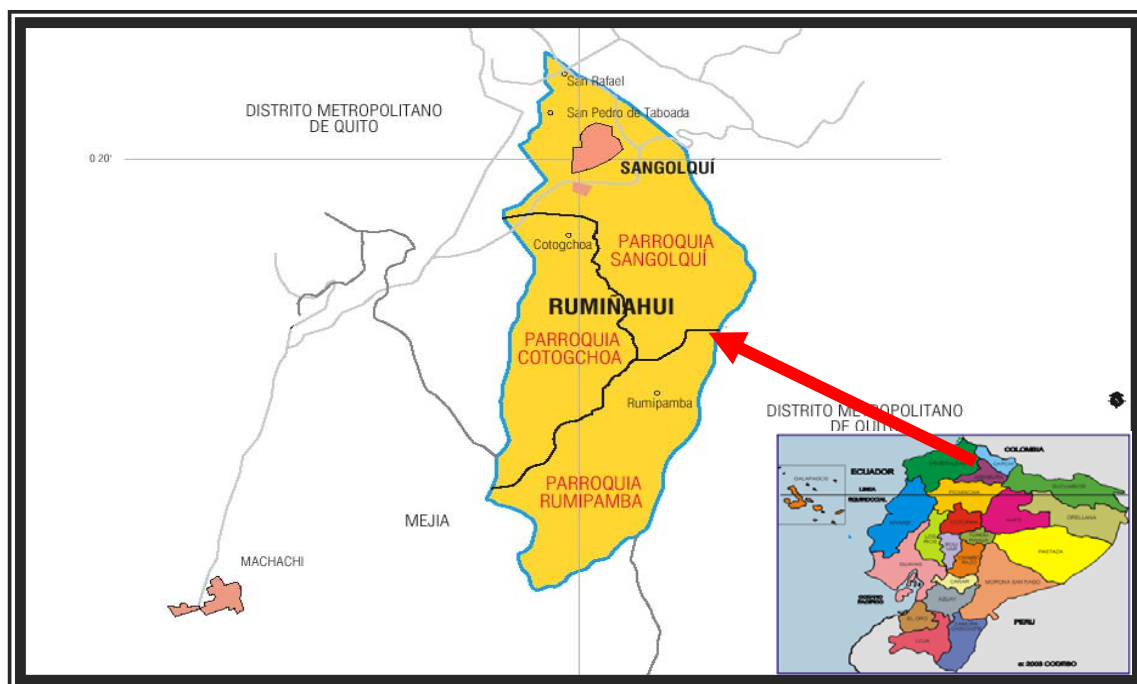
Se debe tomar en cuenta que la decisión sobre el lugar donde se ubicara la consultora es importante dentro del proceso de la creación de la empresa, ya que esta tendrá una incidencia directa en los flujos de ingresos y egresos futuros.

2.2.1 Macrolocalización

La empresa se ubicara en el Cantón Rumiñahui su cabecera Cantonal es Sangolquí, cuenta con una superficie de 134 km², cuenta con una población de 74.397 habitantes, sus parroquias urbanas son: Sangolquí, San Pedro de Taboada y San Rafael. Parroquias rurales: Cotogchoa y Rumipamba

El lugar elegido para ubicar a la empresa es en la parroquia de San Rafael; con vías de acceso de primero y segundo orden.

Este cuenta con las óptimas condiciones para el normal funcionamiento, ya que tiene cercanía con el mercado objetivo, áreas comerciales, servicios básicos, vías de comunicación, acceso rápido a los centros de actividad comercial es decir Sangolqui, Conocoto, Quito.



Mapa Cantón Rumiñahui 2009

En el sector de influencia de la empresa no existen empresas que ofrezcan los diferentes servicios que ofrece la empresa en creación, por tal razón se ha visto la oportunidad de crear una empresa que ofrezca un servicio diferenciado orientado a satisfacer los requerimientos de las empresas.



2.2.2 Micro localización

Una vez que se ha comprobado la bondad del sector donde estará ubicado el negocio, corresponde analizar la microlocalización, la misma que es en el sector del Triángulo.

Para este estudio se consideraron los siguientes factores:

Transporte y comunicación

La empresa estará ubicada en el Triángulo, el cual es un punto central de las empresas del Valle de los Chillos, el transporte y comunicación es excelente ya que podemos encontrar buses para comunicarnos a los diferentes puntos que deseemos.

Cercanía de las fuentes de abastecimiento

Los negocios que proveerán de los insumos necesarios se encuentran relativamente cerca a la empresa, debido a que existen varios centros de actividad comercial, esto es una fortaleza para la consultora debido a que se evitara pérdidas de tiempo en desplazarse a largas distancias para abastecerse de los insumos necesarios para el correcto y adecuado funcionamiento de la empresa.

Cercanía al mercado

La distancia existente entre los consumidores y la empresa no es problema ya que está ubicada en zona urbana.

Alrededor de la empresa se puede encontrar un gran número de negocios por lo tanto la demanda es grande, la fortaleza es que la consultora estará cerca de las empresas que necesitan de los servicios, brindándoles un servicio personalizado evitándoles pérdidas de tiempo al trasladarse fuera del cantón para satisfacer sus necesidades.



✚ Disponibilidad de servicios básicos

Se encontrara en una zona urbana posee todos los servicios básicos como agua, luz, teléfono, Internet, televisión por cable.

Ya que son indispensable para el diario vivir y poder trabajar adecuadamente y en armonía ya que por ejemplo la luz, el teléfono son factores indispensable para realizar las actividades normales dentro de una Consultora de Marketing y Publicidad.

✚ Posibilidad de eliminación de desechos

Los únicos desechos que la empresa debe eliminar es la basura común y corriente como ya se ha mencionado anteriormente la empresa es una consultora que presta servicios y los desechos se pueden eliminar fácilmente a través de los carros recolectores de basura.

Y una forma de ayudar de nuestra parte para la conservación del medio ambiente es con la clasificación de la basura que esencialmente es papel.



El sector de influencia cuenta con sistema de recolección de basura y residuos, tres veces por semana, permitiendo que los desechos sean eliminados adecuadamente, pero en esta producción los desechos

son mínimos.

2.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas

Se ha procedido a realizar un análisis comparativo de localización con el fin de seleccionar aquella alternativa que presenta una apropiada ubicación para que se pueda desarrollar la empresa con éxito.

Se debe especificar la importancia relativa de los factores o condiciones que requiere conjuntar la alternativa de localización, mediante un porcentaje al que se le denomina peso relativo o factor de ponderación.



Para determinar la ubicación óptima se procedió a determinar cuáles serán los factores más importantes para que se desarrolle la empresa y se determino:

1. Disponibilidad de Recurso Humano
2. Infraestructura
3. Cercanía del mercado
4. Proveedores

Se asignó un peso a cada factor para indicar su importancia relativa, la suma total de pesos será igual a 1, luego se asigno una calificación entre 1 – 10, siendo 1 menos importante y 10 más importante. Posteriormente se multiplico el peso por la calificación, de esta manera se pudo escoger el sitio con mayor puntuación.

Asignación Óptima por puntos

Cuadro 21

Factor de Relevancia	Peso %	Lugares posibles de ubicación			
		Alternativa 1		Alternativa 2	
		Sangolquí		El Triángulo	
		Calificación	Total	Calificación	Total
Disponibilidad de Recurso Humano	0,4	8	3,2	9	3,6
Infraestructura	0,1	8	0,8	10	1
Cercanía del Mercado	0,3	9	2,7	9	2,7
Proveedores	0,2	9	1,8	9	1,8
Total	1.00		8,5		9,1

Fuente: Sondeos previos
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

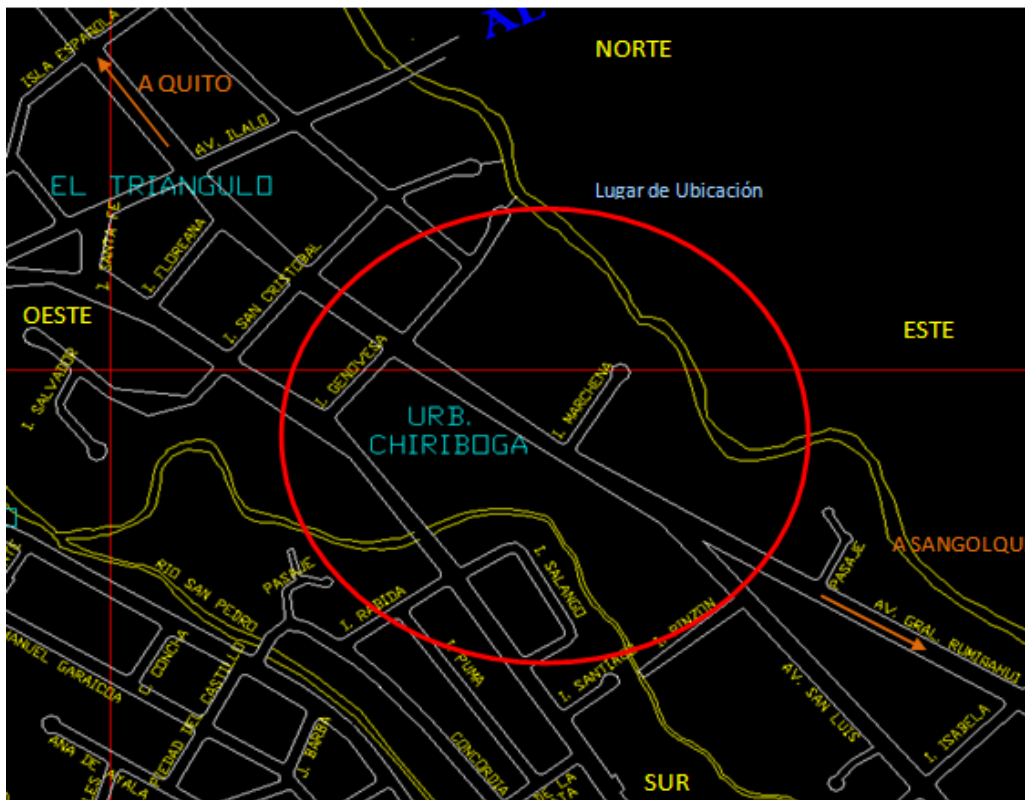
Una vez que se analizó cada una de las alternativas de ubicación Sangolquí y el Triángulo se obtuvo los siguientes resultados, el puntaje alto corresponde al Triángulo con 9.15 luego se ubica Sangolquí con el 8.5, lo que nos muestra que el lugar más óptimo es el Triángulo.

Éste es un sector urbano que se encuentra ubicada a 5 minutos de Sangolquí, es el centro de actividad comercial mas representativo del Valle de los Chillos, además reúne las condiciones necesarias para el funcionamiento de la empresa.

La ubicación de la oficina de la empresa de Consultorías en Marketing y Publicidad se encontrara localizada la Av. General Rumiñahui, este es un sector muy comercial y cuenta con las vías de acceso de primer orden a Sangolquí y Quito, lo que significa un ahorro de tiempo para los clientes además cuenta con los servicios básicos, luz, agua, teléfono e internet.

2.2.2.4 Plano de Microlocalización

Grafico 15:





2.3 Ingeniería del Proyecto

Este análisis busca probar la viabilidad técnica del proyecto, aportando información que permita su evaluación, y proporcionando los fundamentos técnicos sobre lo que se diseñará y ejecutará en el proyecto.

En esta etapa se formulara y definirá todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde definir:

- ◆ Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo.
- ◆ Lugar de implantación del proyecto
- ◆ Los requerimientos de recursos humanos
- ◆ Las cantidades requeridas de insumos.

2.3.1 Cadena del valor

La cadena de valor es un modelo teórico que describe cómo se desarrollan las actividades de una empresa. Siguiendo el concepto de cadena, está compuesta por distintos eslabones que forman un proceso económico: comienza con el requerimiento del cliente hasta la entrega del servicio final.

En cada eslabón, se agrega valor, que es, en términos competitivos, la cantidad que los consumidores están dispuestos a pagar por un servicio. La tarea de la empresa es valorar los costos y rendimientos en cada actividad creadora de valor, así como los costos y rendimientos de los competidores, como puntos de referencia y buscar mejoras.

En la medida en que la empresa desarrolle una actividad mejor que la de los competidores, podrá alcanzar una ventaja competitiva.



El éxito de la empresa depende no solo de cómo realiza cada departamento sus tareas, sino también de cómo se coordinan las actividades entre los distintos departamentos.

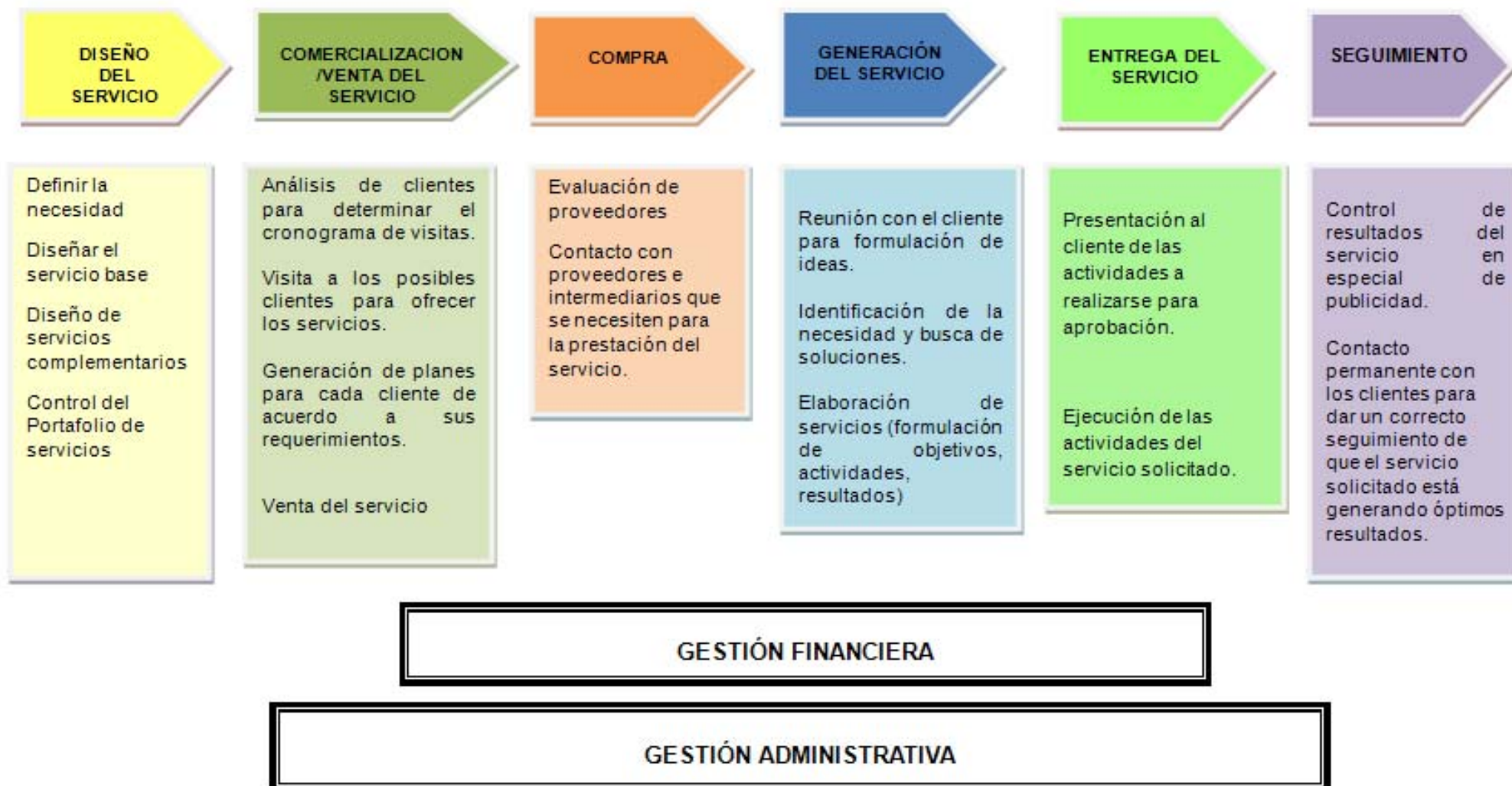
Las actividades de valor se pueden dividir en dos grandes tipos:

ACTIVIDADES PRIMARIAS: Actividades implicadas en la producción del servicio y su venta o entrega al comprador y la asistencia posterior a la venta.

ACTIVIDADES SECUNDARIAS (O DE APOYO): Actividades que dan soporte a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos, tecnología, recursos humanos y varias funciones de la empresa.

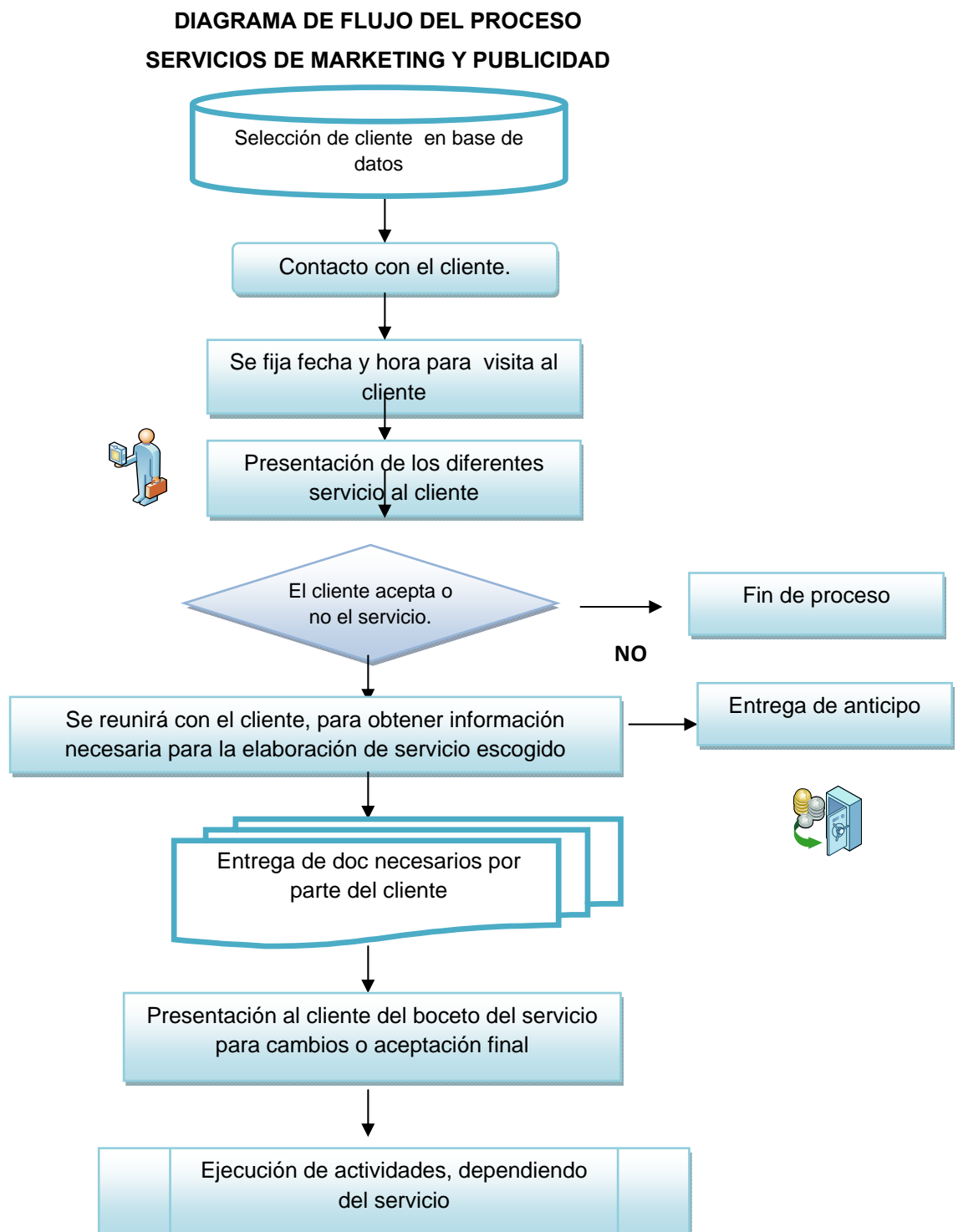


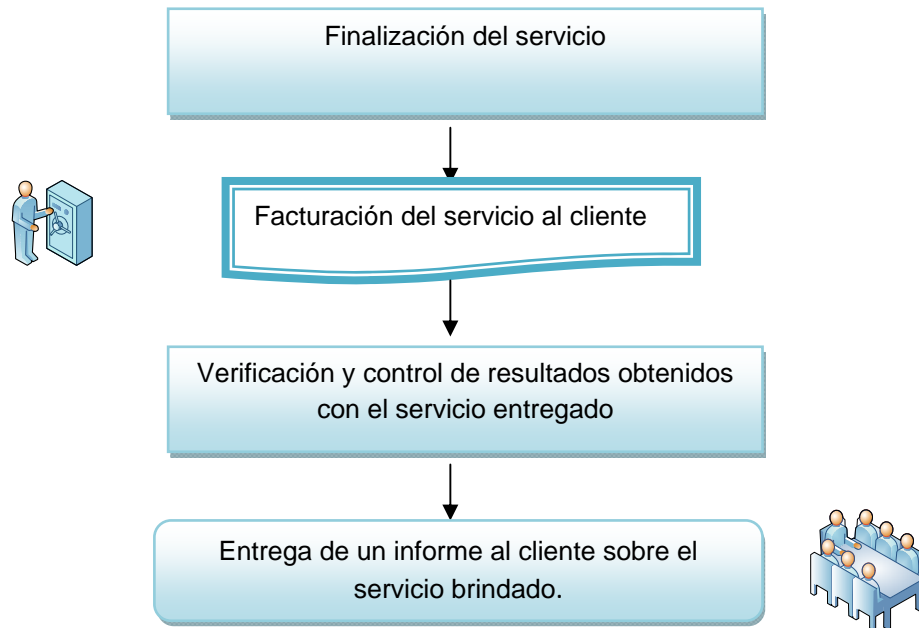
CADENA DEL VALOR



2.3.2 Flujograma de proceso

Los diagramas de flujo son diagramas que emplean símbolos gráficos para representar los pasos o etapas de un proceso.





2.3.4. Distribución de la Oficina

Gráfico 17





2.3.5 Requerimiento de Insumos

Los requerimientos de materiales e insumos, para la empresa se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 22

REQUERIMIENTO ANUAL DE INSUMOS

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Dólares
Resmas de papel A4	12	3,6	43,2
Resmas de cartulinas	2	5	10
Papel Couche (paquete)	4	10	40
Pizarrón de tiza liquida 1x1 mtr	1	40	40
Cuadernos cuadros 100 hojas univer	6	2	12
Resaltadores varios colores	12	0,45	5,4
Carpetas de cartón	100	0,15	15
Marcadores tiza liquida varios colores	10	0,28	2,8
Calculadora Casio	3	10,71	32,13
Archivadores Oficio	12	1,93	23,16
Papel fotográfico (paquete 100 u)	3	5	15
Toner para impresora	4	31,54	126,16
Torre de CDS 100	4	21	84
Torre de DVD 100	4	21	84
Flash Memory	2	15	30
Caja de clips, grapas	3	1	3
Grapadoras, perforadora	4	2,41	9,64
Sobres manilas A3, A4	500	0,05	25
TOTAL			1065,49

Fuente: Cotizaciones papelerías Sangolquí – Quito (Anexo 3)
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

Los costos obtenidos de los insumos que se requieren se obtuvo de cotizaciones solicitadas a la papelería TIA TULA ubicada en la ciudad de Sangolquí, y de Supliess Express de la ciudad de Quito.



2.3.6 Requerimiento de Talento Humano

EcUaMaRk contara con profesionales capacitados en el área de marketing, con una solida experiencia y creatividad para brindar soluciones a los clientes, el personal con el que contara la empresa será:

Cuadro 24

PERSONAL	Cant	Rem. Mensual	Rem. anual	IESS Aporte empresa	Decimo Tercero	Décimo Cuarto	Valor que egresen de la empresa por talento humano
Director General	1	800	9600	1089,6	1000	218	11907,6
Director Creativo	1	700	8400	953,4	800	218	10371,4
Diseñador gráfico	1	450	5400	612,9	450	218	6680,9
Ejecutivo de cuentas	1	400	4800	544,8	400	218	5962,8
Contador	1	400	4800	544,8	400	218	5962,8
Recepcionista / auxiliar contable	1	250	3000	340,5	250	218	3808,5
Mensajero	1	220	2640	299,64	220	218	3377,64
Total	7	3220	38640	4385,64	3520	1526	48071,64

Fuente: Sondeo de mercado
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



2.3.7 Requerimiento anual de servicios

La empresa mensualmente deberá cancelar los siguientes rubros correspondientes a los servicios que necesite para su normal funcionamiento, los mismos que son importantes para que la empresa se desarrolle sin ninguna dificultad:

Cuadro 23

SERVICIO	COSTO TOTAL MENSUAL USD	COSTO TOTAL ANUAL USD
Arrendamiento	300	3.600
Luz Eléctrica	40	480
Servicio Telefónico	50	600
Agua potable	5	60
Servicio de Internet	25	300
Plan corporativo de telefonía celular- Movistar	60	720
Útiles de Oficina y Limpieza	10	120
Total		5.880

Fuente: Sondeos de mercados
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



2.3.8 Determinación de Muebles y enseres

Los muebles que la empresa utilizara serán cómodos y de funcionalidad múltiple de manera que se pueda aprovechar el espacio donde se va a ubicarlos, los modelos que fueron cotizados son diseños nuevos en el mercado.

Cuadro 25

Muebles y enseres	Cantidad requerida	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio diseño Flexo de 1,20 x 0,60 con cajones	5	158	790
Silla giratorias de oficina	5	19,9	99,5
Archivadores metálico 2 gavetas	2	125	250
Archivador de madera de 3 repisas	3	89	267
Repisero Deco de 4 repisas	1	65	65
Sillas de visita	5	35	175
Adecuaciones varias	1	200	200
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			1846,5

Fuente: Cotizaciones varias ciudad de Quito (Anexo 4)
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



2.3.9 Determinación de la Tecnología / Equipos de Computación

La empresa necesitara principalmente equipos de computación para poder atender a sus clientes, el software que se utilizara deberá ser con programas vinculados al diseño gráfico (Corel Draw, programas de Adobe, programas para creación de videos, logoss, arreglos fotográficos etc.).

Cuadro 26

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	Cant	V. Unitario	V. Total
Computador Portátil, HP 2140	2	649	1298
Computadoras para oficina, procesador Core2	5	599	2995
Proyector EPSON S6 Black	1	799	799
Impresora Laser Samsung G4521F, scanner, copiadora	1	239	239
Impresora Samsung cartucho a color	2	49,9	99,8
Total Equipos de computación			5430,8
EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfono convencional	3	15	45
Teléfono inalámbrico GL	1	19,99	19,99
Fax	1	45	45
Total equipos de oficina			109,99
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION Y EQUIPOS			5540,79

Fuente: Cotizaciones (Anexo 5)
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

Los equipos que se utilizaran permitirán a la empresa optimizar recursos ya que se tendrá la información en formatos digitales, además de que los equipos a utilizarse serán un apoyo en las actividades principales de la empresa porque se podrán suprimir operaciones manuales, teniendo en cuenta de la empresa es de servicios.



2.3.10 Determinación de las Inversiones

En el Cuadro siguiente se detallará la inversión que requiere la empresa para su normal desarrollo, dentro de los cuales se citarán los activos fijos como: equipos de computación, muebles y enseres, equipos de oficina.

Cuadro 27

CONSULTORIAS EN MARKETING Y PUBLICIDAD

I. INVERSIONES

1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	%
PRODUCCION :Computadora portatil HP 2140	2	649,0	1.298,0	22,3%
Computadoras para oficina procesador Core 2	5	599,0	2.995,0	51,5%
Proyector Epson S6 Black	1	799,0	799,0	13,7%
Impresora Samsung cartucho a color	2	49,9	99,8	1,7%
Impresora laser Samsung G4521F, scanner, copiadora, fax	1	239,0	239,0	4,1%
Fax	1	45,0	45,0	0,8%
ADMINISTRACION:Telefonos conv.	3	15,0	45,0	0,8%
VENTAS:Telefono inalambrico GL	1	20,0	20,0	0,3%
Repuestos y accesorios	1	277,0	277,0	4,8%
		Suma	5.817,8	54,6%
ADMINISTRACION:Adecuacion oficina	1,0	200,0	200,0	100,0%
		Suma	200,0	1,9%
2. MUEBLES,ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:				
PRODUCCION: Escritorios,diseño Flexo de 1,20 x 0,60 con cajones	5,0	158,0	790,0	48,0%
Sillas giratorias de oficina	5,0	19,9	99,5	6,0%
Archivadores metalicos dos gavetas	2,0	125,0	250,0	15,2%
Archivador de madera de 3 pisas	3,0	89,0	267,0	16,2%
Repisero Deco	1,0	65,0	65,0	3,9%
ADMINISTRACION: Sillas para visitas	5,0	35,0	175,0	10,6%
		Suma	1.646,5	15,4%
3. DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES				
Costo del estudio	1	1.500,00	1.500,0	75,0%
Gastos de constitucion	1	300,00	300,0	15,0%
Gastos de capacitacion	1	200,00	200,0	10,0%
0	0	-	0,0	0,0%
Suma:			2.000,0	18,8%
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL			998,5	9,4%
		INVERSION TOTAL INICIAL :	10.662,8	100,0%

Fuente: Investigación de campo directa
Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009.



II. ESTRUCTURA FINANCIERA

FINANCIAMIENTO:		
Capital propio	30,00%	3.198,90
Capital crédito	70,00%	7.464,00
Suma:	100,00%	10.662,8

Fuente: Investigación de campo directa

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009.

La inversión inicial será de \$10.662,80 del cual el financiamiento estará determinado por un 30% de capital propio, y un 70% por medio de un crédito bancario.



2.3.11. Calendario de Ejecución del proyecto

Gráfico18:

SEMANAS

ACTIVIDADES DIARIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Búsqueda e identificación del segmento de mercado	■														
Idea de la empresa	■														
Planificación	■														
Búsqueda de la información		■													
Análisis de la información		■	■												
Estudio de Factibilidad				■											
Estudio de mercado				■	■										
Estudio técnico						■									
Organización						■									
Estudio financiero							■	■							
Aprobación de la empresa									■						
Constitución y legalización									■						
Obtención del crédito bancario										■					



SEMANAS

ACTIVIDADES DIARIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Obtención del RUC															
Obtención de la patente															
Compra de materiales para la adecuación															
Compra de maquinaria y equipo															
Compra de muebles y enseres															
Contratación de personal															
Capacitación del personal															
Coordinación de últimos detalles															
Apertura de la empresa															



2.4. Estudio de Impacto Ambiental

Cuadro 28

PUNTAJE:	15	CATEGORIA AMBIENTAL:	CRITERIO:
PORCENTAJE:	15%	CLASE 1	Beneficioso al ambiente

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009.

EcJaMaRk será una empresa que no contamina en ningún sentido al medio ambiente, de acuerdo al análisis realizado de impacto ambiental este tiene un criterio de beneficioso al medio ambiente.

La empresa se registrará a la legislación vigente en la Constitución del Ecuador en donde se establece:

Art. 86.- El Estado protegerá el derecho de la población a vivir en un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice un desarrollo sustentable. Velará para que este derecho no sea afectado y garantizará la preservación de la naturaleza.



CAPITULO III

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

La organización dentro de una empresa facilita el cumplimiento correcto y eficiente de los planes. Esta es una función administrativa que permitirá la integración y coordinación de todas y cada una de las actividades realizadas por los integrantes de una empresa, con el propósito inmediato de obtener el máximo aprovechamiento de los recursos.

El diseño de la estructura organizacional es importante por varios factores:

- ◆ Es de carácter continuo; jamás se puede decir que ha terminado, dado que la empresa y sus recursos están a cambios constantes (expansión, contracción nuevos productos, etc.), lo que obviamente redundará en la necesidad de efectuar cambios en la organización.
- ◆ Es un medio a través del cual se establece la mayor manera de lograr los objetivos de la empresa.
- ◆ Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, con un mínimo esfuerzo.
- ◆ Evita la lentitud e ineficiencia en las actividades, reduciendo los costos e incrementando la productividad.

3.1 Base Legal

La empresa es toda razón social, creada y asentada en un lugar determinado con fines y objetivos claramente definidos, además se sirve con la ayuda de recursos humanos y económicos, mecanismos útiles para lograr obtener una ganancia o lucro.

El capital de la empresa estará conformado por el aporte de los socios por tal motivo, será una compañía de Responsabilidad Limitada.

3.1.1 Constitución de la empresa

Una vez que se ha determinado que la empresa será una compañía de responsabilidad limitada, los pasos a seguir de acuerdo a los requisitos para la constitución de la misma serán:



Requisitos para Constitución de una Empresa de Responsabilidad Limitada
Nombre, apellidos y estado civil de los socios; si fuera personas naturales; o la denominación o razón social si fueran personas jurídicas, en ambos casos su nacionalidad y domicilio.
Denominación objetiva o la razón social de la compañía
Objeto social debidamente concretado.
Duración de la compañía
Domicilio de la compañía
Importe del capital social, con la expresión de números de participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas, la parte del capital no pagado, la forma y el plan para integrarlo
Forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía.



Forma de deliberar y tomar decisiones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la.

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

La empresa una vez que se constituya como compañía de responsabilidad limitada, deberá estar sujeta a las leyes establecidas en el Ecuador.

Los socios de la compañía asesora deberán reunir los siguientes requisitos:

- ✚ Tener título profesional conferido por un instituto de educación superior del país, o del extranjero, en cuyo caso deberá estar revalidado en el país.
- ✚ Cumplir con las leyes relativas al ejercicio profesional.

“EcUaMaRk” deberá constituirse con un mínimo de dos accionistas y un máximo de 15 accionistas, el capital suscrito mínimo deberá ser de \$400.00 dólares, las aportaciones pueden ser en numerario o en especies y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía.

La empresa estará conformada por la aportación de 2 socias, las mismas que responden por las obligaciones sociales hasta por el monto de sus aportaciones individuales y estará constituido de la siguiente manera:

Cuadro 29

SOCIOS	CÉDULA IDENTIDAD	MONTO APORTADO	Porcentaje de Aportación
		<i>Dólares</i>	
Ing. Ana Tituaña	1715891204	5240.10	50%
Ing. Ximena Hernández	1002738605	5240.10	50%

3.1.2 Tipo de empresa

La empresa pertenece al sector de servicios de acuerdo al clasificador de actividades económicas del Ministerio de Finanzas.

Con respecto a la clasificación de actividades económicas CIIU, la empresa es identificada por el código K7430.0 correspondiente a actividades publicitarias.

3.1.3 Razón social, logotipo, slogan

La razón social es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, comanditaria o anónima. Es, por lo tanto, el atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal.⁶

El nombre escogido para la empresa será **“EcUaMaRk”**, se selecciono una vez que se investigo que en el Ecuador no existe otra empresa con este nombre.

EcUaMaRk identifica el servicio que prestara la empresa ya que estará conformado por un staff de profesionales ecuatorianos capacitados en el área de marketing que brindara soluciones rápidas y originales.

LOGOTIPO:

Para escoger el logotipo que ofrece mejores oportunidades a la empresa y que pueda recibir la aceptación del mercado se realizo un sondeo de mercado, los diseños que se presentaron fueron:

⁶ <http://definicion.de/razon-social/>



DISEÑOS DE LOGOS

1



2



3



4





El logo escogido entre los 4 diseños preseleccionados fue el número 4, debido a que el mismo es claro, original y capta la atención del público, además presenta la imagen que se desea transmitir, una empresa de servicios ecuatoriana, con la misión de apoyar a las empresas para su crecimiento.

El logotipo es uno de los principales símbolos de la empresa para poder desarrollar su imagen corporativa ya que se pretende transmitir mediante el logo la calidad y seriedad que brinda la empresa a sus clientes.

SLOGAN:

La empresa con el slogan escogido transmite a sus clientes la principal actividad que será el apoyo a sus clientes en desarrollar soluciones innovadoras en el área de marketing,

“**Damos vida a tus ideas**”, la empresa está confirmando que se podrá interactuar con el cliente en la formulación de soluciones.

Además de que los clientes se identificaran con el servicio, esta será la clave para permanecer vigentes en el tiempo. Además el slogan es de fácil recordación para poder tener posicionamiento en la mente del consumidor.

3.2 Base Filosófica de la Empresa

3.2.1 Visión

Para el 2015 ser una empresa líder en prestación de servicios en marketing y publicidad en el Cantón Rumiñahui, a través del mejoramiento continuo con una estructura moderna y flexible que le permita adaptarse a las exigencias del mercado, con tecnología de punta y un sistema moderno de información garantizando la calidad del servicio.

3.2.2 Misión



“EcUaMaRk” es una consultora de Marketing y Publicidad que proporciona soluciones y herramientas a empresas pequeñas y medianas, dirigido por un grupo de profesionales que trabajan con ética, responsabilidad, compromiso, y honestidad satisfaciendo las necesidades del cliente de acuerdo a las tendencias actuales del mercado.

3.2.3 Objetivos estratégicos

Los objetivos identifican las áreas estratégicas para concentrar o enfatizar los esfuerzos de la organización, dentro de estos la empresa se ha trazado los siguientes:

Contar con profesionales especializados en el área de marketing que cuenten con la experiencia necesaria para que puedan cumplir con las expectativas de los clientes que adquieran el servicio.

Incrementar la participación del mercado en un 5% anual y un excelente posicionamiento en la mente del cliente.

Ofrecer un servicio completo y de calidad a un precio competitivo.

Planificar programas de capacitación al personal, para que sus conocimientos estén acordes al avance tecnológico.

Crear un ambiente laboral apropiado para que el personal pueda desarrollar sus actividades sin ningún inconveniente

Brindar a los clientes una imagen solida, confiable, y seria de la empresa de manera que se pueda transmitir la prestación de un servicio de calidad.



Mantener una comunicación interna de manera que se pueda coordinar las actividades de cada uno de los departamentos en la generación del servicio.

Recompensar a todas las personas que forman parte de la empresa en forma justa y equitativa, por las distintas actividades que estas realizan en las diferentes áreas que conforman la organización.

3.2.4 Principios y valores

La organización va a trabajar con los siguientes principios y valores los cuales se considera que son los más relevantes para el tipo de empresa:

PRINCIPIOS:

- ✚ **Puntualidad en la entrega del Servicio:** Una vez determinada la fecha de entrega del servicio solicitado por el cliente este será entregado en la fecha acordada, para lo cual se realizara un cronograma de las actividades para cumplir a tiempo con lo prometido al cliente.
- ✚ **Responsabilidad:** La empresa trabajará bajo principios de responsabilidad al cumplir con lo pactado frente a los clientes (fechas de entrega del servicio, valor del servicio, descuentos, promociones, capacitaciones cuando el caso lo amerite) para lograr con esto fidelización de clientes.
- ✚ **Cultura de servicio:** La empresa trabajará bajo parámetros de servicio al cliente al darle solución con la mayor brevedad posible a sus dificultades y problemas, actuar con puntualidad en sus requerimientos, proporcionar información sobre el servicio, esto se logrará al entender y aceptar que el cliente es la persona más importante dentro de la empresa.



- ✚ **Mejoramiento continuo:** La empresa está en la obligación de entregar al mercado un servicio de actualidad, el mismo que éste acorde con los requerimientos del mercado meta, por lo que es indispensable que cada vez se vaya innovado.

- ✚ **Respeto:** Por todas las personas y empresas que encomiendan labores para mejorar sus niveles de productividad.

- ✚ **Compromiso:** Del equipo humano que conforma la empresa para la búsqueda permanente de una gestión eficaz, rápida y clara de la función a cumplir.

- ✚ **Disposición al cambio** y al mejoramiento continuo de cada uno de los servicios a entregarse.

- ✚ **Orden y Limpieza** en cada uno de los procesos para trabajar de forma eficiente optimizando tiempos, al tener cada cosa en su lugar.

VALORES

- **Ética:** Los empleados de la empresa trabajarán con disciplina y moral siendo honestos en cada una de sus acciones y correctos frente a las acciones que tengan entre ellos y con los clientes.

- **Eficacia:** La empresa desempeñará cada una de sus acciones y procesos de forma competitiva, para ser reconocidos como una empresa sólida e innovadora en su estructura, la cual entrega productos de calidad.

- **Honradez:** Los empleados de la empresa deben actuar con integridad y rectitud en cada una de sus acciones y tareas, dentro y fuera de la



organización, pues de ello depende la imagen que el cliente tenga de la empresa.

- **Calidad:** Ofrecer servicios de acuerdo a las exigencias del mercado meta, con la finalidad de ser reconocidos como una empresa que ofrece servicios competitivos.

• 3.2.5 Estrategia Empresarial

La Estrategia Empresarial es el conjunto de orientaciones, metas y medios que se identifican con la finalidad de definir un rumbo a la empresa.

Con las estrategias que se decidan aplicar se procederá a establecer las acciones, tácticas y operativas, además de que estas son el marco de referencia que delimita el campo de acción corporativo y que permite integrar las actividades y propósitos de las diversas áreas de la empresa y del personal, en particular, al señalarle los alcances, limitaciones y prioridades del qué hacer empresarial y su incidencia en las actividades de cada uno.

3.2.5.1 Estrategia de Competitividad

La estrategia competitiva tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa.

Para lo cual se deberán analizar los servicios que se van a brindar a las empresa y cuáles serán las características que estos deberán reunir para alcanzar el éxito.

Para poder realizar un mejor análisis se procederá aplicar el modelo de las cinco fuerzas de Porter las cuales influyen en la estrategia competitiva de una compañía y determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste.



ANÁLISIS CINCO FUERZAS DE PORTER

Amenaza de Nuevos Competidores

En el cantón Rumiñahui el segmento de mercado al cual se dirige la empresa es atractivo, por la que en los próximos años pueden aparecer posibles nuevos participantes en el área de Marketing, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

La rivalidad entre los competidores

Para la empresa será más difícil competir en un mercado en donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos, pero este tipo de dificultad se presentaría en el caso de contar con competidores directos en el cantón.

Poder de negociación de proveedores

Dentro del mercado existen varios negocios que pueden brindarnos los requerimientos que se necesiten para la prestación de los servicios, se pueden llegar acuerdos con los proveedores en cuanto a condiciones de precio y tamaño en especial con aquellos proveedores que son conocidos dentro del mercado como lo es Papelería tía tula, imprenta Jorgito quienes serian nuestros proveedores directos.

Poder de negociación de los clientes

Como no existe una empresa que oferte los servicios de marketing, se tendrá la ventaja de que se podrá negociar con los clientes, ya que se le ofrecerán alternativas y será un servicio diferenciado, a un precio accesible para evitar sustituciones.

Amenaza de servicios Sustitutos

La amenaza a la cual se enfrentaría la empresa con respecto a servicios sustitutos son aquellas empresas que existen en el valle que brindan alternativas a los clientes como son imprentas, empresas de organización de eventos, editoras de revistas del cantón La situación podría complicarse si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad.



Una vez que se analizaron las cinco fuerzas de Porter se pueden generar algunas estrategias para mitigar posibles amenazas en el futuro:

- ◆ Ante la amenaza de un nuevo competidor, se exploraría la posibilidad de obstruir su entrada (cerrar canales, limitar acceso a tecnología o insumos materias etc.).
- ◆ Respecto a los competidores actuales y productos sustitutos, lo que se debe estudiar es con qué ventaja competitiva se cuenta para hacerles frente y superarles en algún espacio del mercado con un servicio apropiado, para lo cual se procederá hacer un análisis de las consultoras de marketing de la ciudad de Quito que tengan mayor participación dentro del mercado.

3.2.5.2 Estrategia de Crecimiento

EcUaMarK utilizara la estrategia de integración vertical, esta tiene lugar cuando la empresa de distribución comercial extiende su negocio hacia actividades mayoristas y para el desarrollo de la estrategia de integración se pueden seguir tres vías:

- ✓ integración corporativa,
- ✓ integración contractual y
- ✓ integración administrada.

La vía que utilizara la empresa será la integración corporativa esta implica la absorción y fusión con otros miembros del canal de distribución ya establecidos y situados a distinto nivel o la creación de una red propia de distribución.

Para lo cual la empresa una vez que se encuentre ubicada dentro del mercado procederá a buscar alianza con sus proveedores directos llegando a acuerdos que le permitan minimizar los costos y maximizar las utilidades.

Además de que la integración corporativa permitirá ejercer un mayor control y crear barreras de entrada a los posibles competidores que ingresen al



mercado, de igual manera se mejorará la información y capacidad de negociación con los clientes ya que permitirá a la empresa comparar los resultados internos con los precios ofertados por los proveedores externos, facilitando la negociación de contratos.

Pero también deberá EcUaMaRk tomar en cuenta ciertas dificultades que se presentaran con esta integración:

- Pérdida de flexibilidad o capacidad de adaptación de la empresa ante los cambios del entorno.
- La decisión de entrar en un nuevo negocio depende de las expectativas de rentabilidad y riesgo que ello supone.

3.2.5.3 Estrategia de Competencia

Liderazgo en costos.- se basa en la ventaja de la empresa sobre su competencia en los costos de sus productos, lo que le permite ofrecer precios más reducidos.

Diferenciación.- dotar a los productos de la empresa de determinadas características diferenciadoras de los de la competencia a fin de ser considerados únicos por los atributos percibido por los clientes.

Concentración.- es la dedicación de la empresa a un solo segmento del mercado (nicho), sirviendo en forma exclusiva.



EcUaMaRk utilizara la estrategia de Diferenciación, para esto se creara una percepción del servicio por parte del cliente que lo diferencie claramente de los de la competencia, mediante una serie de actividades que lo van a distinguir del resto de consultoras en especial de las que se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito, las mismas que son la competencia directa.



La prestación de los diferentes servicios en el área de marketing tendrán factores de diferenciación como:

- Estética, diseño del servicio.
- Publicidad.
- Estructura de precios. Política de descuentos.
- Servicio post-venta.
- Garantía.
- Método de venta.
- Canal de distribución.
- Prontitud en la disponibilidad.

Cada uno de estos factores permitirá diferenciar a la empresa de la competencia, ya que se estará satisfaciendo las necesidades de las empresas pequeñas y medianas que desean un servicio personalizado desde la identificación de la necesidad que tiene su empresa, hasta el momento en que se reflejen los resultados del servicio escogido.

3.2.5.4 Estrategia Operativa

Cada año se realizara un auditoria de cada unos de los procesos de la empresa para poder detectar anomalías y hacer cambios en donde sea necesario, a través de mejorar los sistemas de información con los que se trabaja y de ésta forma administrar de mejor manera y servir mejor a nuestro cliente.

De igual manera la capacitación que reciba el personal de EcUaMaRk permitirá generar mejores resultados, ya que se implementaran nuevas formas de entregar el servicio y puede perfeccionarse el sistema con el que este trabajando.

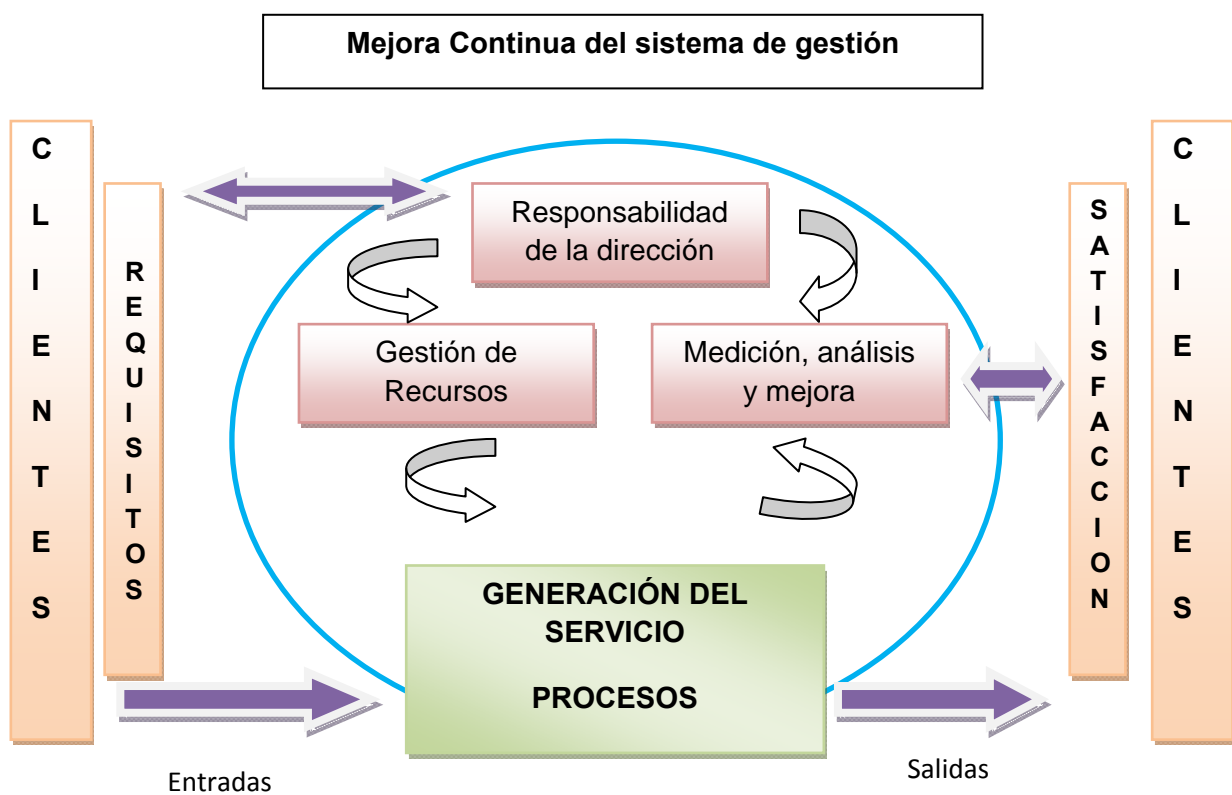


Una vez que la empresa se encuentre posicionada en el mercado se procederá a realizar el trámite correspondiente

para obtener la calificación ISO 9001, de esta manera se podrá tener un sistema de gestión de la calidad que permitirá a la empresa administrar de forma ordenada, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes.

Una vez que EcUaMaRk sea calificada se podrá tener un modelo de gestión en el cual se identificara el proceso principal de la empresa.

Gráfico 19:



3.3 Estrategias de Mercadotecnia



Las estrategias de mercadotecnia presentan el enfoque mercadotécnico general que se utilizará para lograr los objetivos que se ha propuesto la empresa.

3.3.1 Estrategia de Precios

En la investigación de mercado realizada se pudo obtener información relevante sobre los precios de los diferentes servicios que brinda la competencia en la ciudad de Quito.

Los precios de los servicios que EcUaMaRk brindara estarán fijados de acuerdo a la competencia, pero mientras la empresa ingresa al mercado se buscara alternativas para reducir los costos y de alguna manera ofrecer un precio menor que de la competencia para poder atraer clientes.

La estrategia que más se adapta a estos servicios es la de Fijación de precios a partir del nivel actual de precios, debido a que al ser una empresa que ingresa en el mercado, no puede entrar con un precio sumamente alto, sino acorde con los precios de la competencia.

Una vez que podamos contar con clientes satisfechos se irá incrementando los márgenes de utilidad.

Además se podrá ofrecer a los clientes fijos descuentos para lo cual se utilizaran las siguientes estrategias:

Descuento por pronto pago: Consistirá en ofrecer un descuento si el cliente nos paga antes de lo estipulado, esto permitirá a la empresa a mejorar la liquidez, así como a reducir los costos de cobranza.

Descuento por contratos a mayor tiempo: consistirá en ofrecer un descuento si el cliente decide que durante un año se le brinden asesorías en el área de



marketing. Esta estrategia nos ayuda a incentivar al cliente para que utilice los servicios.

3.3.2 Estrategia de Promoción

La promoción es el conjunto formado por la publicidad, promoción de ventas, marketing directo y relaciones públicas que mediante su adecuado diseño y administración busca informar, relacionar y persuadir a los clientes actuales y potenciales, favoreciendo de esta manera alcanzar los objetivos de mercadotecnia de la empresa.

Las personas mayoritariamente no se enteran de la existencia de este tipo de empresas por lo que se buscaran diversas estrategias para introducir la prestación de servicios en el mercado algunas de estas serán:

1. Utilización de gigantografías publicitarias en puntos estratégicos del cantón se escogerá 3 puntos principales (El Triangulo, San Rafael y Sangolquí)
2. Se realizaran campañas publicitarias por medio de visitas personalizadas a las diferentes empresas para ofrecer los servicios, durante la visita se entregara una folleto corporativo que muestre los servicios que presta EcUaMaRk.



3. Se realizara propagandas a través del Radio del cantón (Super K) y mediante el programa de televisión Identidad TV el mismo que es visto por la población del cantón.

4. Publicar nuestra página web por la cual podrán conocer el trabajo y la forma de contactarse con la empresa.



5. Se utilizará también el telemarketing, mediante la utilización del teléfono se brindara los servicios, la promoción mediante este método servirá para concretar citas y poder realizar las visitas personalizadas a las empresas, la habilidad que se tenga para realizar las llamadas será el factor más importante para poder realizar las citas, para esto se dará la capacitación necesaria al personal de esta área.
6. Se buscará realizar asociaciones con las principales imprentas y editoras de revistas del cantón (EVO, El Valle, Informat), periódicos.
7. Se realizaran una vez al año seminarios gratuitos sobre temas actuales en marketing a las empresas que mayor compra de servicios realicen con EcUaMaRk.
8. Se publicará en varios medios de publicidad escrita ya sean en las páginas amarillas o registro en las páginas web como (acambio de, evisos.ec)



3.3.3 Estrategia del servicio



Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a necesidades de un cliente.

Dentro de la empresa se considerara a los dos activos más importantes a los clientes y al equipo de trabajo, ya que la fusión de ambas permitirá a EcUaMaRk entregar un servicio

de calidad, competitivo garantizando un posicionamiento efectivo y perdurable en el mercado.

Para poder entregar un servicio adecuado, se utilizarán las siguientes estrategias:

- ✚ El personal de la empresa deberá tener la capacitación adecuada, es decir conocer los servicios que brinda EcUaMaRk, de esta forma puede el cliente contar con toda la información que requiera sobre determinado servicio, la estrategia inicial es evitar que el cliente tenga que describir sus necesidades a más de una persona para lograr ser atendido.
- ✚ Se deberá escuchar al cliente de forma atenta y cordial esto le hará sentirse valorado e importante, reduciendo los vacios de información y evitando la relación con el cliente.
- ✚ Emponderamiento (servicio intenso y profundo): Es indispensable delegar más en el empleado encargado del contacto directo con el cliente para que pueda solucionar el 100% de las situaciones típicas que se le presenten y al menos un 80% de las especiales.

3.3.4 Estrategia de Plaza

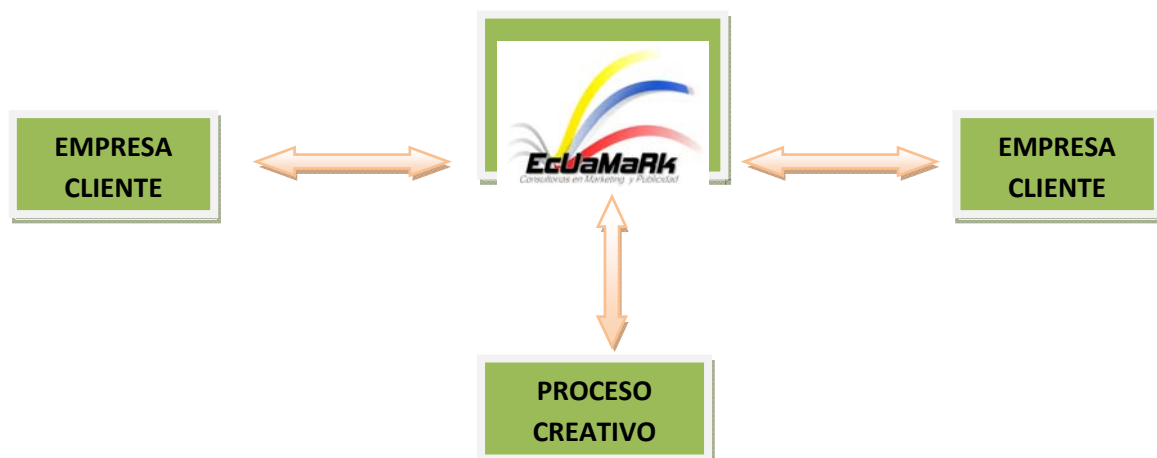
Las estrategias de distribución se deben en base a las decisiones y los objetivos de mercadotecnia general de la empresa. La mayoría de estas decisiones las toman los productores de artículos, quienes se guían por tres criterios generales.

La estrategia principal es el sector, ya que la consultora se localizará en un lugar céntrico que es el Triangulo, alrededor de este lugar existen varios clientes, además de que cuenta con lo servicios necesarios para que la empresa pueda desarrollar sus actividades normales.

3.3.5 Estrategia de Distribución

La empresa tendrá una cadena de distribución sencilla, simple y efectiva ya que la empresa es una consultora que entrega un servicio directamente al cliente sin intermediarios.

El cliente se acerca a requerir los servicios de marketing que requiera, se procederá analizar la información para la generación del servicio y luego se entregara el terminado, es decir la cadena de distribución no tiene intermediarios.





3.4 La Organización

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

3.4.1. Estructura Orgánica

Toda empresa cuenta con una división jerárquica y división de las funciones, permite ubicar a las unidades administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad.

Los elementos que se analizaran para el diseño de una estructura serán:

- ✓ **Especialización del Trabajo:** Se dividirá las actividades y funciones de cada uno de los miembros de la empresa.
- ✓ **Departamentalización:** Una vez que se haya dividido los puestos por medio de la especialización del trabajo, se agrupara estos puestos a fin de que se puedan coordinar las tareas comunes.
- ✓ **Cadena de mando:** Se identificara los mandos de autoridad dentro de la organización.
- ✓ **Extensión del Tramo de Control** determina en gran parte el número de niveles y administradores que tiene una organización.

3.4.2 Responsabilidades

Director General:

- Definir y coordinar y supervisar la estrategia creativa de los proyectos y clientes de la consultora.



- Supervisar y gestionar el equipo creativo de la empresa.
- Asignación de responsabilidades y objetivos al personal del departamento.
- Realización del seguimiento del cumplimiento de plazos.
- Supervisión y coordinación general de las actividades de la empresa.
- Desarrollo gráfico y supervisión de artes finales.
- Revisión de Artes Finales de proyectos
- Elaboración de briefing y comunicación interdepartamental
- Coordinación y gestión con imprentas, proveedores y clientes.

Director Creativo:

- Encargado de generar las ideas y planes de acción.
- Coordinación de trabajo con las áreas de la empresa.
- Planificación y control de proyectos.
- Investigación de nuevas técnicas de marketing.
- Trabajo directo con el cliente y ejecutivo de cuenta para asegurar que las necesidades creativas y gráficas del cliente sean satisfechas.
- Responsable del diseño general, la gráfica y la calidad del proyecto

Diseñador Gráfico:

- Participar en procesos de investigación, conceptualización, desarrollo, proyección, producción y evaluación de proyectos creativos propios.
- Aplicar teorías del Diseño Gráfico para dar soluciones óptimas a problemas de comunicación visual.
- Poner en práctica su creatividad, conocimientos y destrezas, al servicio de actividades culturales y comerciales.



- Manejar materiales, equipos y procesos técnicos utilizados para la creación artística, en diseño gráfico y los medios de comunicación de masas.
- Definir y alcanzar metas mediante la integración de aspectos conceptuales, plásticos y técnicos.

Ejecutivo de cuentas:

- Comunicación y trato con los clientes en forma directa y constante para brindar la información y asesoramiento a los clientes.
- Visita a las empresas para presentación de los servicios de marketing.
- Realizar negociaciones que generen ventas.
- Elaborar reportes e informes así como análisis y presupuestos para Propuestas.
- Planeación, coordinación y seguimiento interno de realización de Proyectos. Generación de brief creativo.
- Capacidad de manejar y liderar proyectos en equipo.
- responsable por la calidad de la entrega en tiempo.

Contador:

- Elaborar y controlar la contabilidad de la empresa e intervenir todos los documentos de cobro y pago correspondientes.
- Formular presupuestos para ser revisados con el director general y director creativo de gastos e ingresos de cada año.
- Rendir a la Junta Directiva las cuentas trimestrales de gastos e ingresos.
- Custodiar bajo su responsabilidad los fondos de la empresa.



Recepcionista – asistente:

- Atención y servicio a los clientes.
- Direccionamiento a los clientes a los diferentes departamentos.
- Contestación telefónica y envíos de fax.
- Se encargara de la elaboración de memos y demás documentación que sea solicitada por cualquiera de los departamentos.
- Estará a cargo de la logística y envío de documentos, pagos y otras actividades que serán realizadas por el mensajero.
- Proveer de información de la empresa a los clientes o proveedores.
- Ingreso y recepción de facturas de proveedores, cobro a clientes.

Mensajero

Apoyar a todas las áreas de la empresa en el envío rápido de la correspondencia a los distintos lugares, ya sean estas entidades públicas o privadas o a las empresas de los clientes con el fin de recoger o enviar información necesaria para la solución de los problemas del cliente.

3.4.3 Perfiles Profesionales

El staff de profesionales con el que cuente EcUaMaRk deberá cumplir con el siguiente perfil profesional de acuerdo al puesto de trabajo:

● Director General:

- Profesión: Ingeniero Comercial o en Marketing
- Experiencia Profesional: De 3 años en cargos similares con experiencia demostrable en gestión de organizaciones, Indicadores de Gestión y Control de Calidad.



- El profesional deberá tener amplios conocimientos en gestión administrativa, financiera, marketing, relaciones públicas, negociación.
- Idioma: Excelente dominio del ingles.
- Conocimiento y experiencia en mercadeo y ventas. Capacidad para trabajar sin supervisión y de organizar y supervisar el trabajo de un equipo.
- Iniciativa, entusiasmo y capacidad de generación e implementación de ideas.
Capacidad para desarrollar y sistematizar procesos dentro de la empresa.

● **Director Creativo:**

- Profesión: Ingeniero Comercial o en Marketing
- Idioma: Excelente dominio del ingles.
- Dos años de experiencia en el are de marketing y diseño.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Organizado, responsable.
- Poder de Negociación.
- Conocimiento del entorno tanto local como internacional.
- Dominio de herramientas informáticas financieras y de utilitarios de Windows: Word, Excel (alto nivel), Proyect, etc.

● **Diseñador Gráfico:**

- Profesión: Diseñador gráfico
- Con experiencia en el área de Publicidad.
- Manejo de los Programas Corel Draw, Adobe Ilustrador, Ad.
- Conocimientos en desarrollo publicitario y de medios.
- Con alta creatividad.
- Dispuesto a trabajo bajo presión.



● Ejecutivo de cuenta

- Ingeniería Comercial. Conocimientos Estadísticos Manejo de Excel Intermedio o Avanzado, Word, Power Point, Microsoft Project. Mínimo dos años de experiencia en ventas. Amplios conocimientos en negociación.
- Es importante contar en nuestro equipo con gente de orientación a resultados y servicio al cliente.
- Personas responsables y autónomas.

● Contador:

- Estudios Formales en Contabilidad y Auditoría. Carné CPA.
- Conocimientos de todo el proceso contable, tributación, inventario, control y análisis financiero.
- Experiencia de 3 a 5 años en cargos similares en empresas reconocidas con alto nivel de transacciones.
- Tener buenas disposiciones al cambio,
- Honestidad y lealtad a la compañía,
- Trabajar con absoluta responsabilidad y bajo presión, tener iniciativa,
- Trabajar en equipo, liderazgo

● Recepcionista:

- Experiencia mínima de 1 año como asistente administrativa o en el área de recepción.
- Ejecutivas con excelente presencia entre 20 - 26 años.
- Conocimientos de Software de oficina. Honradez, puntualidad, trabajo en equipo



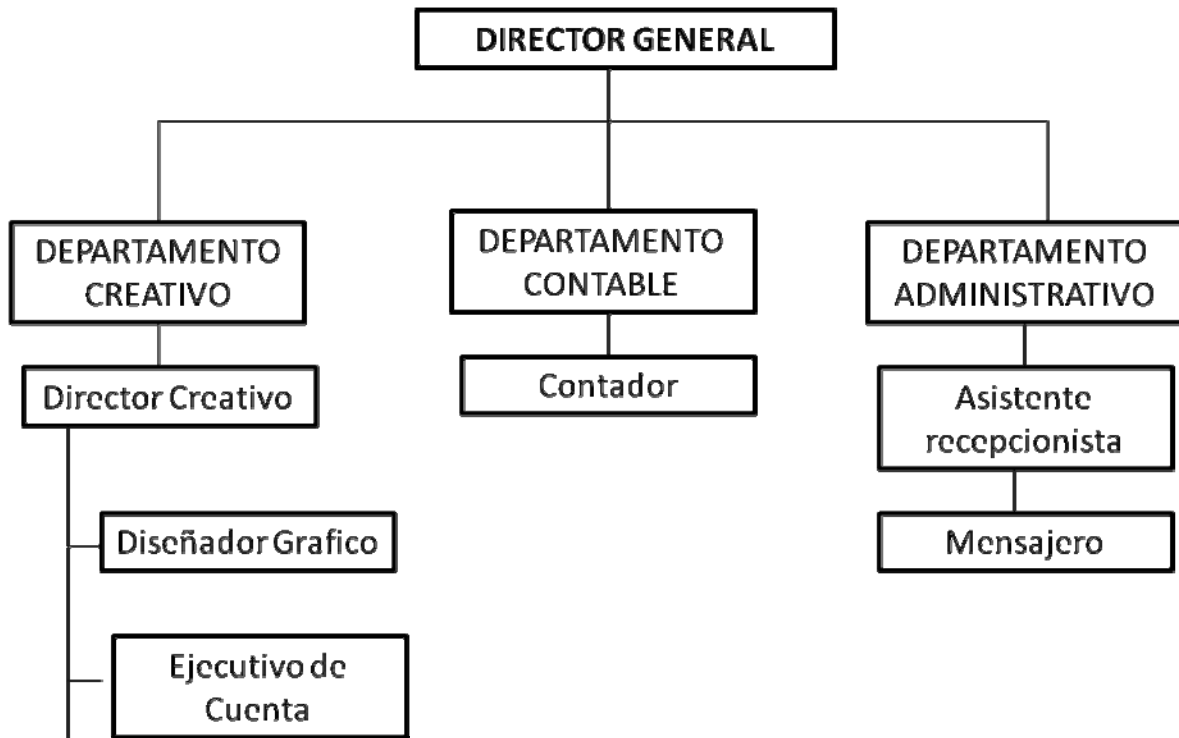
● **Mensajero:**

- Persona entre 24 años a 30 años
- Posea moto y licencia profesional para conducir.
- Trabajo en equipo, Orientación a resultados,
- Trabajo bajo mucha presión y Flexibilidad



3.4 Organigrama Estructural y análisis

Gráfico 20



EcUaMaRk estará dividido en 3 departamentos: Creativo, contable y administrativo, los mismos que trabajan en equipo para poder cumplir con los objetivos propuestos.

Trabajaran dentro de la organización 7 personas que desempeñaran diferentes actividades dentro del proceso de la generación del servicio.

De acuerdo al crecimiento de la empresa cada departamento podrá incrementar su personal, principalmente en el departamento creativo, es importante que una vez que la empresa se encuentre ubicada en el segmento de mercado elegido se pueda tener más ejecutivos de cuentas que puedan atender de mejor manera a los clientes.



CAPITULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permitirá establecer la manera que en se va a trabajar el capital disponible así como la inversión y el manejo de dinero correspondiente para cada período de trabajo.

En la actualidad es necesario establecer con precisión los lineamientos que se deben de tomar en cuenta para satisfacer las necesidades tanto de la empresa como de los clientes; además de contar con los recursos necesarios con el fin mantener un éxito constante.

La evaluación financiera de este proyecto es indispensable para su implementación, puesto que la empresa definirá en forma clara distintos puntos como: contable, fiscal, financiero, técnico, económico, administrativo, psicológico, etc., con un análisis conciso que fundamente un proyecto de inversión para su funcionamiento.

4.1 Presupuestos

El Estudio Financiero determina las necesidades de recursos económicos, las fuentes y condiciones de financiamiento, así como las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes.

4.1.1 Presupuesto de Inversión

Se presentan las inversiones en activos fijos y diferidos que se requieren para la prestación de servicios de publicidad y marketing que brindara la empresa.



4.1.1.1 Activos Fijos

Se entienden como activos fijos o tangibles, a los bienes de propiedad de la empresa, tales como: terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros.

A continuación se muestran los activos fijos que requiere la empresa de “EcUaMaRk” para que inicie sus actividades:

Cuadro 30

1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	CANTIDAD	V. UNITARIO	VALOR TOTAL	VIDA ÚTIL
GENERACIÓN DEL SERVICIO	Unid	Dólares	Dólares	
Computadora portátil HP 2140	2	649,0	1.298,0	3 años
Computadoras para oficina procesador Core 2	5	599,0	2.995,0	3 años
Proyector Epson S6 Black	1	799,0	799,0	4 años
Impresora Samsung cartucho a color	2	49,9	99,8	4 años
Impresora laser Samsung G4521F, scanner, copiadora, fax	1	239,0	239,0	4 años
Fax	1	45,0	45,0	4 años
ADMINISTRACION: Teléfonos convencionales.	3	15,0	45,0	5 años
VENTAS: Teléfono inalámbrico GL	1	20,0	20,0	5 años
Repuestos y accesorios	1	277,0	277,0	5 años
		Suma	5.817,8	
Adecuaciones para la oficina	1,0	200,0	200,0	7 años
		Suma	200,0	
2. MUEBLES,ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:				
PRODUCCION				
Escritorios, diseño Flexo de 1,20 x 0,60 con cajones	5,0	158,0	790,0	5 años
Sillas giratorias de oficina	5,0	19,9	99,5	5 años
Archivadores metálicos dos gavetas	2,0	125,0	250,0	6 años



Archivador de madera de 3 repisas	3,0	89,0	267,0	6 años
Repisero Deco	1,0	65,0	65,0	6 años
ADMINISTRACION: Sillas para visitas	5,0	35,0	175,0	6 años
		Suma	1.646,5	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

4.1.1.2 Activos Intangibles

Es el conjunto de bienes de propiedad de la empresa que son necesarios para su funcionamiento, donde se incluyen: legalización de la empresa, marcas, diseños comerciales entre otros.

Cuadro 31

DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES	CANTIDAD Glb	V. UNITARIO Dólares	VALOR TOTAL Dólares
Costo del estudio	1	1.500,00	1.500,0
Gastos de constitución	1	300,00	300,0
Gastos de capacitación	1	200,00	200,0
		Suma	2.000,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

4.1.1.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo está representado por el capital adicional con que la empresa debe contar antes de empezar a funcionar.

El capital de trabajo estará conformado principalmente por:

- Insumos y materiales necesarias para la prestación de los servicios.
- Suministros
- Gastos Generales por concepto de servicios básicos,
- Sueldos. El costo que representa un empleado para la empresa.

La empresa deberá al principio afrontar una serie de gastos que son básicos para su normal funcionamiento, estas se conocen con las inversiones de capital de trabajo.

Cuadro 32

CICLO DE CAJA:	10	DIAS	
Concepto/AÑO	TOTAL ANUAL	KT INICIAL AÑO CERO	RECUPERACION KT AÑO DIEZ
Talento Humano	28.200	772,60	-772,60
Materiales Directos	-	-	-
Suministros y Servicios	8.245	225,90	-225,90
Suma	36.445,48	998,51	-998,51
	K.T. CICLO DE CAJA =	\$998,51	-998,51

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

Fuente: Investigación directa de campo/2009

El capital del trabajo estará conformado por los sueldos del personal de la empresa (diseñador gráfico, ejecutivo de cuenta, contador, asistente), así como los gastos por concepto de suministros y Servicios básicos como arriendo, energía eléctrica, agua potable, internet, plan corporativo celular, teléfono.

Los \$998,51 corresponden al monto que necesita la empresa durante 10 días para poder realizar sus actividades normales.

4.1.2 Cronograma de Inversiones y reinversiones

Ya establecidas las necesidades para la generación de los diferentes servicios, se determina el cronograma para la puesta en marcha de las operaciones, optimizando el tiempo al máximo.



Cuadro 33

CONSULTORIAS EN MARKETING Y PUBLICIDAD
CRONOGRAMA DE INVERSIONES

		Año de reinversion:											
		Vida Util	O	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	VALOR TOTAL	años	cero	uno	dos	tres	cuatro	cinco	seis	siete	ocho	nueve	diez
PRODUCCION :Computadora portatil HP 2140	1.298,0	3	1.298,0			1.298,0			1.298,0			1.298,0	
Computadoras para oficina procesador Core 2	2.995,0	3	2.995,0			2.995,0			2.995,0			2.995,0	
Proyector Epson S6 Black color	799,0	4	799,0				799,0				799,0		
scanner, copiadora, fax	99,8	4	99,8				99,8				99,8		
Fax	239,0	4	239,0				239,0				239,0		
ADMINISTRACION:Telefonos conv.	45,0	4	45,0				45,0				45,0		
VENTAS:Telefono inalambrico GL	45,0	5	45,0					45,0					45,0
Repuestos y accesorios	20,0	5	20,0					20,0					20,0
	277,0	5	277,0					277,0					277,0
	5.817,8		5.817,8			4.293,0	1.182,8	342,0	4.293,0		1.182,8	4.293,0	342,0
Adecuaciones de oficina	200,0	7	200,0							200,0			
INVERSIONES PARA:			0,0										
Flexo de 1,20 x 0,60 con cajones	790,0	5	790,0					790,0					790,0
Sillas giratorias de oficina	99,5	5	99,5					99,5					99,5
gavetas	250,0	6	250,0						250,0				
Archivador de madera de 3 pisos	267,0	6	267,0						267,0				
Repisero Deco	65,0	6	65,0						65,0				
ADMINISTRACION: Sillas para visitas	175,0	6	175,0						175,0				
TOTALES	1.646,5		1.646,5					889,5	757				889,5
AMORTIZABLES													
Costo del estudio	1.500,0	0	1.500,0										
Gastos de constitucion	300,0	0	300,0										
Gastos de capacitacion	200,0	0	200,0										
Suma:	2.000,0		Reinversior 9.664,3			4.293,0	1.182,8	1.231,5	5.050,0	200,0	1.182,8	4.293,0	1.231,5
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	998,5		Capital de trabajo 998,5										
			TOTAL INVERSION 10.662,8			4.293,0	1.182,8	1.231,5	5.050,0	200,0	1.182,8	4.293,0	1.231,5

Elaboracion: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009
Fuente: Investigacion directa de campo/2009



4.1.3 Presupuesto de Operación

El presupuesto de operación hace referencia a todos los ingresos y egresos de la empresa, se debe mencionar que este presupuesto se sustenta en las acciones de venta de los servicios y la demanda que se propone alcanzar.

4.1.3.1 Presupuestos de Ingresos

El presupuesto de ingresos está constituido por todos los recursos que se estima captar, ya sea por ingresos corrientes, recursos provenientes de operaciones de crédito y recursos ordinarios.

Los ingresos proyectados a continuación varían de acuerdo al servicio que necesite el cliente, por lo cual no se puede obtener con precisión los ingresos anuales.



Cuadro 34

NUMERO DE SERVICIOS ESPERADOS

Servicios al año	Número de empresas a ser atendidas por servicio							
	Imagen Corporativa	Planes de marketing	Planes de Publicidad	Diseño Gráfico	Asesoramiento páginas web (anual)	Investigación de mercados	Artículos promocionales	Organización de ferias y eventos empresariales
1	5	15	15	12	7	8	5	4
2	11	25	25	20	15	12	10	12
3	11	26	26	21	15	12	10	12
4	12	26	26	21	16	13	11	13
5	12	27	27	22	16	13	11	13
6	12	28	28	22	17	13	11	13
7	12	28	28	23	17	14	11	14
8	13	29	29	23	17	14	12	14
9	13	30	30	24	18	14	12	14
10	13	30	30	24	18	15	12	15
Precio del Servicio	\$300	\$500	\$500	\$200	\$1300	\$2120	\$200	\$500

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

Fuente: Investigación directa de campo/2009



Cuadro 35

CONSULTORIAS EN MARKETING Y PUBLICIDAD

INGRESOS ESPERADOS										
CONCEPTO/AÑOS	UNO Dólares	DOS Dólares	TRES Dólares	CUATRO Dólares	CINCO Dólares	SEIS Dólares	SIETE Dólares	OCHO Dólares	NUEVE Dólares	DIEZ Dólares
Imagen Corporativa	1.470,0	3.234,0	3.234,0	3.528,0	3.528,0	3.528,0	3.528,0	3.822,0	3.822,0	3.822,0
Planes de Marketing	7.350,0	12.250,0	12.740,0	12.740,0	13.230,0	13.720,0	13.720,0	14.210,0	14.700,0	14.700,0
Planes de Publicidad	7.350,0	12.250,0	12.740,0	12.740,0	13.230,0	13.720,0	13.720,0	14.210,0	14.700,0	14.700,0
Diseño Gráfico	2.352,0	3.920,0	4.116,0	4.116,0	4.312,0	4.312,0	4.508,0	4.508,0	4.704,0	4.704,0
Páginas web	8.918,0	19.110,0	19.110,0	20.384,0	20.384,0	21.658,0	21.658,0	21.658,0	22.932,0	22.932,0
Investigación de mercados	16.620,8	24.931,2	24.931,2	27.008,8	27.008,8	27.008,8	29.086,4	29.086,4	29.086,4	31.164,0
Artículos Promocionales	980,0	1.960,0	1.960,0	2.156,0	2.156,0	2.156,0	2.156,0	2.352,0	2.352,0	2.352,0
Organización de Eventos	1.960,0	5.880,0	5.880,0	6.370,0	6.370,0	6.370,0	6.860,0	6.860,0	6.860,0	7.350,0
OTROS INGRESOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SUMA:	47.000,8	83.535,2	84.711,2	89.042,8	90.218,8	92.472,8	95.236,4	96.706,4	99.156,4	101.724,0
Porcentaje de ventas locales %	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Nota: Para el cálculo de los ingresos anuales se tomo en cuenta un 2% de cuentas incobrables.

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

Fuente: Investigación directa de campo/2009



4.1.3.2 Presupuesto de Egresos:

Cuadro 36

CONSULTORIAS EN MARKETING Y PUBLICIDAD CONSOLIDADO DE EGRESOS DOLARES											
Concepto/año	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
1. OPERACIÓN											
1.1 Talento Humano											
1.1.1 Personal Operativo		28.200	33.000	38.400	43.200	43.200	43.200	43.200	43.200	43.200	53.400
Talento humano generación del servicio		28.200	33.000	38.400	43.200	43.200	43.200	43.200	43.200	43.200	53.400
1.1.3 Personal administrativo		10.440	10.440	15.240	18.240	18.240	18.240	18.240	18.240	18.240	18.240
Suma recursos humanos =		38.640	43.440	53.640	61.440	61.440	61.440	61.440	61.440	61.440	71.640
1.3 Suministros, Servicios y otros gastos											
1.3.1 Producción/servicios		1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300
1.3.2 Administrativos		5.209	5.209	5.209	5.209	5.209	5.209	5.209	5.209	5.209	5.209
1.3.3. Ventas		1.736	1.736	1.736	1.736	1.736	1.736	1.736	1.736	1.736	1.736
Suma SS y otros gastos =		8.245	8.245	8.245	8.245	8.245	8.245	8.245	8.245	8.245	8.245
1.4 Mantenimiento											
1.4.1 Producción/servicios		69	69	69	69	69	69	69	69	69	69
1.4.2 Administrativos		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



Suma Mantenimiento =		74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
1.5 Depreciaciones y amortizaciones											
1.5.1 Producción/servicios		2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057	2.057
1.5.2 Administrativos		467	467	467	467	467	67	67	67	67	67
1.5.3. Ventas		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Suma depreciación y amortización =		2.528	2.528	2.528	2.528	2.528	2.128	2.128	2.128	2.128	2.128
2. INVERSIONES Y REINVERSIONES											
2.1 Produccion/servicios	7.224	0	0	4.293	1.183	1.167	4.875	0	1.183	4.293	1.167
2.2 Administrativos	420	0	0	0	0	45	175	200	0	0	45
2.3 Ventas	20	0	0	0	0	20	0	0	0	0	20
2.4 Diferidos	2.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.5 Capital de trabajo	999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma inversiones y reinversiones =	10.663	0	0	4.293	1.183	1.232	5.050	200	1.183	4.293	1.232
CONSOLIDADOS CON DEPREC/AMORTIZACIONES											
Produccion/servicios	7.224	31.626	36.426	46.119	47.809	47.793	51.501	46.626	47.809	50.919	57.993
Administrativos	420	16.120	16.120	20.920	23.920	23.965	23.695	23.720	23.520	23.520	23.565
Ventas	20	1.741	1.741	1.741	1.741	1.761	1.741	1.741	1.741	1.741	1.761
Diferidos	2.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	10.663	49.487	54.287	68.780	73.470	73.519	76.937	72.087	73.070	76.180	83.319

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

Fuente: Investigación directa de campo/2009

4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

Cuadro 37

1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	Valor Total Dólares	Recursos Propios 30% Dólares	Aportes Externos 70% Dólares
PRODUCCION :Computadora portátil HP 2140	1.298,0	389,4	908,6
Computadoras para oficina procesador Core 2	2.995,0	898,5	2096,5
Proyector Epson S6 Black	799,0	239,7	559,3
Impresora Samsung cartucho a color	99,8	29,94	69,9
Impresora laser Samsung G4521F, scanner, copiadora, fax	239,0	71,7	167,3
Fax	45,0	13,5	31,5
ADMINISTRACION:Telefonos conv.	45,0	13,5	31,5
VENTAS: Teléfono inalambrico GL	20,0	5,997	14,0
Repuestos y accesorios	277,0	83,11	193,9
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	5.817,8	1745,35	4072,5
ADMINISTRACION:Adecuacion oficina	200,0	60	140,0
TOTAL	200,0	60	140,0
MUEBLES,ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:			
PRODUCCION: Escritorios,diseño Flexo de 1,20 x 0,60 con cajones	790,0	237	553,0
Sillas giratorias de oficina	99,5	29,85	69,7
Archivadores metálicos dos gavetas	250,0	75	175,0
Archivador de madera de 3 pisos	267,0	80,1	186,9
Repisero Deco	65,0	19,5	45,5
ADMINISTRACION: Sillas para visitas	175,0	52,5	122,5
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	1.646,5	493,95	1152,6
DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES		0	0,0
Costo del estudio	1.500,0	450	1050,0
Gastos de constitución	300,0	90	210,0
Gastos de capacitación	200,0	60	140,0
TOTAL DIFERIDOS	2.000,0	600	1400,0
Capital de Trabajo Inicial	998,5	299,55	698,95
TOTAL DE INVERSIÓN	10.662,8	2899,30	6765,03

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

Fuente: Investigación directa de campo/2009



4.1.3.4 Estructura de Financiamiento

Para el financiamiento del proyecto, es necesario el aporte del 30% del capital requerido para la puesta en marcha del proyecto, que corresponde a \$ 3.198,84 dólares, mientras que para el 70% restante se recurrirá a la financiación externa.

Cuadro 38:

II. ESTRUCTURA FINANCIERA		
FINANCIAMIENTO:		
Capital propio	30,00%	\$3.198,9
Capital crédito	70,00%	\$7.464,0
Suma:	100,00%	\$10.662,8

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009

4.1.4 Puntos de Equilibrio

El punto de equilibrio es el punto donde los ingresos son iguales a sus egresos, es decir en donde no existe ganancia ni pérdida para la empresa, es el método que sirve para determinar el volumen de ventas en el cual una organización cubre los costos sin ganar ni perder dinero.

Para los costos fijos expondremos todos los costos que la empresa incurre en el proceso de ofrecer los servicios de publicidad y marketing; así como los variables que son los que pueden estar o no dentro del proceso antes mencionado.

P.E = Punto de Equilibrio.

CFT= Costos Fijos Totales

P= Precio Unitario

C.V.u = Costo Variable Unitario



Cuadro 39

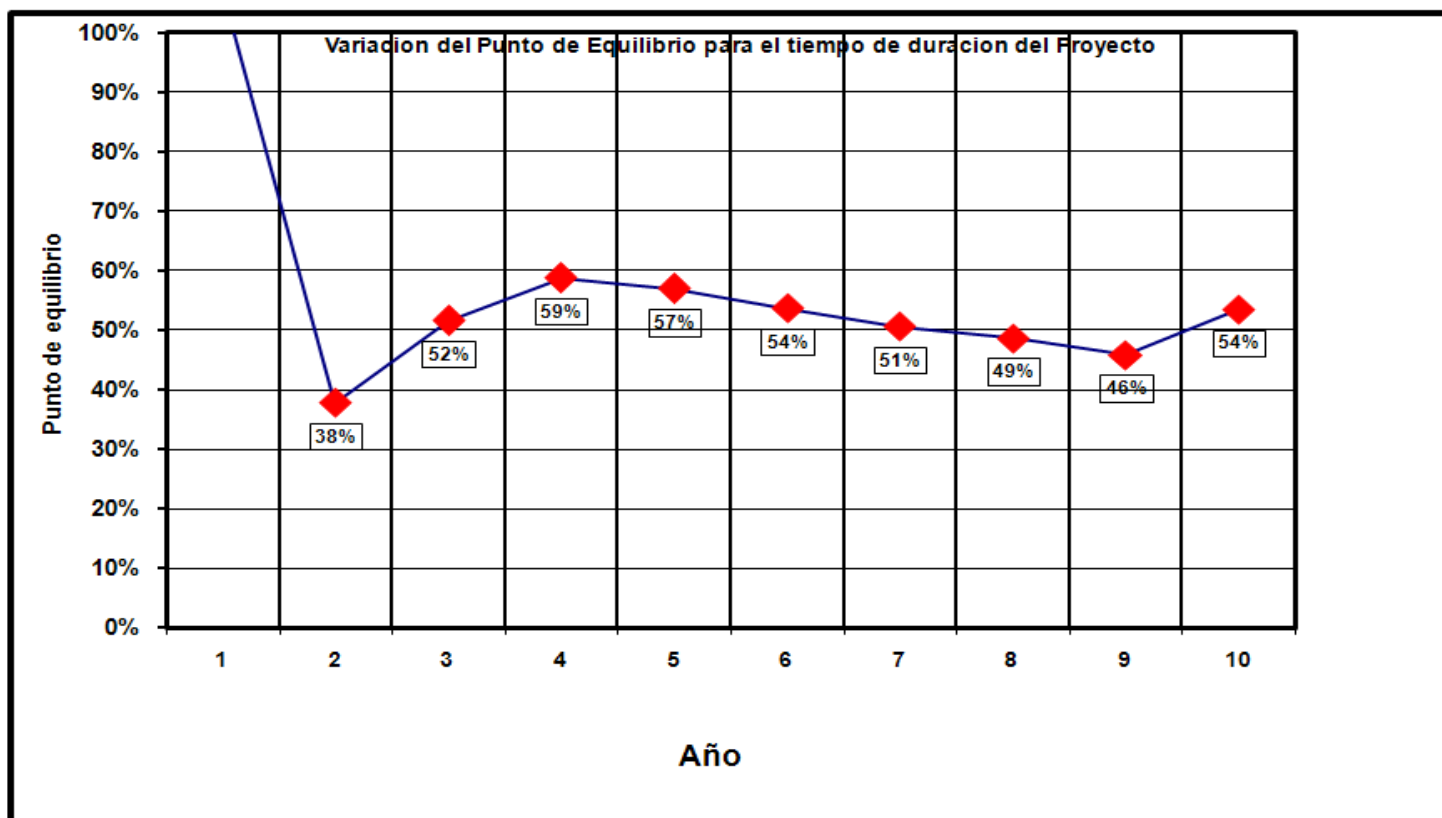
CONSULTORIAS EN MARKETING Y PUBLICIDAD
CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO
DOLARES

Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
COSTOS FIJOS	18.729,00	18.641,34	23.337,91	26.215,85	26.071,83	25.901,88	25.701,34	25.464,71	25.185,48	25.185,48
COSTOS VARIABLES	29.500,00	34.300,00	39.700,00	44.500,00	44.500,00	44.500,00	44.500,00	44.500,00	44.500,00	54.700,00
VENTAS TOTALES	47.000,80	83.535,20	84.925,85	89.096,95	90.266,52	92.725,30	95.246,40	96.760,55	99.371,05	101.771,72
PUNTO DE EQUILIBRIO										
Unidades monetarias totales :	\$ 50.299,29	31.627,94	43.824,30	52.374,71	51.422,16	49.802,90	48.239,10	47.147,98	45.610,71	54.452,43
Vent:	50.299,29	31.627,94	43.824,30	52.374,71	51.422,16	49.802,90	48.239,10	47.147,98	45.610,71	54.452,43
% al punto de equilibrio financiero	107%	38%	52%	59%	57%	54%	51%	49%	46%	54%
Promedio PE financiero :	56%									
PRODUCCION PARA LLEGAR AL PUNTO DE EQ Unidades fisicas producidas para alcanzar el punto de equilibrio										
Producto	AÑO UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
	Venta /Unidad									
Imagen Corporativa	5,2	4,1	5,6	6,9	6,7	6,3	6,0	6,2	5,9	6,8
Planes de Marketing	15,7	9,3	13,2	15,0	15,1	14,8	13,9	13,9	13,5	15,7
Planes de Publicidad	15,7	9,3	13,2	15,0	15,1	14,8	13,9	13,9	13,5	15,7
Diseño Gráfico	12,6	7,4	10,6	12,1	12,3	11,6	11,4	11,0	10,8	12,6
Paginas web	7,3	5,6	7,6	9,2	8,9	9,0	8,4	8,1	8,1	9,4
Investigación de mercados	8,4	4,5	6,1	7,5	7,3	6,9	6,9	6,7	6,3	7,9
Articulos Promocionales	5,2	3,7	5,1	6,3	6,1	5,8	5,5	5,7	5,4	6,3
Organización de Eventos	4,2	4,5	6,1	7,5	7,3	6,9	6,9	6,7	6,3	7,9

Fuente: Investigación directa de campo/2009
Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009



Gráfico 21:



Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



4.2 Estados Financieros proyectados

4.2.1 Del proyecto

Los estados financieros son documentos de resultados, que proporcionan información para la toma de decisiones en salvaguarda de los intereses de la empresa, en tal sentido la precisión y la veracidad de la información que pueda contener es importante

4.2.1.1 Estado de Resultados

El estado de resultados es uno de los estados financieros básicos ya que muestra la información relativa al resultado de las operaciones en un periodo contable y, por ende, los ingresos y gastos así como, su utilidad o pérdida neta, permitiendo evaluar los logros alcanzados con los esfuerzos desarrollados durante el periodo consignado en el mismo estado.



Cuadro 40:

CONSULTORIAS EN MARKETING Y PUBLICIDAD
ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO (Sin credito)

CONCEPTO/AÑO:	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingreso por ventas netas	47.000,8	83.535,2	84.925,9	89.097,0	90.266,5	92.725,3	95.246,4	96.760,6	99.371,1	105.694,0
(-) Costos de fabricacion (ventas)	31.626,5	36.426,5	46.119,5	47.809,3	47.793,0	51.501,5	46.626,5	47.809,3	50.919,5	57.993,0
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	15.374,3	47.108,7	38.806,4	41.287,7	42.473,5	41.223,8	48.619,9	48.951,3	48.451,6	47.701,0
(-) Gastos administrativos	16.120,0	16.120,0	20.920,0	23.920,0	23.965,0	23.695,0	23.720,0	23.520,0	23.520,0	23.565,0
(-) Gastos de ventas	1.740,6	1.740,6	1.740,6	1.740,6	1.760,6	1.740,6	1.740,6	1.740,6	1.740,6	1.760,6
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	-2.486,3	29.248,1	16.145,8	15.627,1	16.747,9	15.788,2	23.159,3	23.690,7	23.191,0	22.375,4
(-) Gastos financieros										
(-) Otros egresos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Otros ingresos										
(=) Utilidad/perdida, antes de participacion	-2.486,3	29.248,1	16.145,8	15.627,1	16.747,9	15.788,2	23.159,3	23.690,7	23.191,0	22.375,4
(-) 15 % participacion de trabajadores	0,0	4.387,2	2.421,9	2.344,1	2.512,2	2.368,2	3.473,9	3.553,6	3.478,6	3.356,3
(=) utilidad antes impuesto a la renta	0,0	24.860,9	13.723,9	13.283,0	14.235,7	13.420,0	19.685,4	20.137,1	19.712,3	19.019,1
(-) Impuesto la renta 25%	0,0	6.215,2	3.431,0	3.320,7	3.558,9	3.355,0	4.921,4	5.034,3	4.928,1	4.754,8
(=) UTILIDAD NETA	0,0	18.645,7	10.292,9	9.962,2	10.676,8	10.065,0	14.764,1	15.102,8	14.784,2	14.264,3
Reserva legal (10% utilidad)	0,0	1.864,6	1.029,3	996,2	1.067,7	1.006,5	1.476,4	1.510,3	1.478,4	1.426,4

Elaboracion: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009



4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos

Cuadro 41:

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO (SIN CREDITO)											
DOLARES											
CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
+ ingresos de la operación		47.000,80	83.535,20	84.925,85	89.096,95	90.266,52	92.725,30	95.246,40	96.760,55	99.371,05	104.695,53
- costo de operación		46.959,35	51.759,35	66.252,35	70.942,15	70.990,88	74.809,35	69.959,35	70.942,15	74.052,35	81.190,88
- depreciación		2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74
- amortización		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-	-2.486,30	29.248,10	16.145,75	15.627,05	16.747,90	15.788,20	23.159,30	23.690,65	23.190,95	21.376,90
- participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	-	4.387,22	2.421,86	2.344,06	2.512,18	2.368,23	3.473,90	3.553,60	3.478,64	3.206,54
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-2.486,30	24.860,89	13.723,89	13.283,00	14.235,71	13.419,97	19.685,41	20.137,06	19.712,31	18.170,37
- impuesto a la renta 25%	-	-	6.215,22	3.430,97	3.320,75	3.558,93	3.354,99	4.921,35	5.034,26	4.928,08	4.542,59
UTILIDAD/PERDIDA NETA	-	-2.486,30	18.645,67	10.292,92	9.962,25	10.676,79	10.064,98	14.764,06	15.102,79	14.784,23	13.627,78
+ utilidad venta de activos											
- impuesto a la utilidad en venta de activos											
+ ingresos no gravables											
- costo de operación no deducibles											
+ valor en libros de los activos vendidos											
+ depreciación		2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74
+ amortización											
+ amortización activos diferidos		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00					
- valor de la inversión y reinversión	9.664,33	-	-	4.293,00	1.182,80	1.231,53	5.050,00	200,00	1.182,80	4.293,00	1.231,53
- capital de trabajo	998,51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ recuperación del capital de trabajo											998,51
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	-10.662,84	41,45	21.173,41	8.527,66	11.307,19	11.973,00	7.142,72	16.691,80	16.047,74	12.618,98	15.522,50

Elaborado por: Rosa Ana Tituaña Jarrín /2009



4.2.2 Del inversionista

4.2.2.1 Estado de Resultados Cuadro 42

CONSULTORIAS EN MARKETING Y PUBLICIDAD
ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA (Con credito)

CONCEPTO/AÑO:	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingreso por ventas netas	47.000,8	83.535,2	84.925,9	89.097,0	90.266,5	92.725,3	95.246,4	96.760,6	99.371,1	105.694,0
(-) Costos de fabricacion (ventas)	31.626,5	36.426,5	46.119,5	47.809,3	47.793,0	51.501,5	46.626,5	47.809,3	50.919,5	57.993,0
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	15.374,3	47.108,7	38.806,4	41.287,7	42.473,5	41.223,8	48.619,9	48.951,3	48.451,6	47.701,0
(-) Gastos administrativos	16.120,0	16.120,0	20.920,0	23.920,0	23.965,0	23.695,0	23.720,0	23.520,0	23.520,0	23.565,0
(-) Gastos de ventas	1.740,6	1.740,6	1.740,6	1.740,6	1.760,6	1.740,6	1.740,6	1.740,6	1.740,6	1.760,6
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	-2.486,3	29.248,1	16.145,8	15.627,1	16.747,9	15.788,2	23.159,3	23.690,7	23.191,0	22.375,4
(-) Gastos financieros	1.343,5	1.255,9	1.152,4	1.030,4	886,3	716,4	515,9	279,2	0,0	0,0
(-) Otros egresos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
(+) Otros ingresos										
(=) Utilidad/perdida, antes de participacion	-3.829,8	27.992,2	14.993,3	14.596,7	15.861,5	15.071,8	22.643,4	23.411,4	23.191,0	22.375,4
(-) 15 % participacion de trabajadores	0,0	4.198,8	2.249,0	2.189,5	2.379,2	2.260,8	3.396,5	3.511,7	3.478,6	3.356,3
(=) utilidad antes impuesto a la renta	0,0	23.793,4	12.744,3	12.407,2	13.482,3	12.811,0	19.246,9	19.899,7	19.712,3	19.019,1
(-) Impuesto la renta 25%	0,0	5.948,4	3.186,1	3.101,8	3.370,6	3.202,8	4.811,7	4.974,9	4.928,1	4.754,8
(=) UTILIDAD NETA	0,0	17.845,1	9.558,2	9.305,4	10.111,7	9.608,3	14.435,2	14.924,8	14.784,2	14.264,3
Reserva legal (10% utilidad)	0,0	1.784,5	955,8	930,5	1.011,2	960,8	1.443,5	1.492,5	1.478,4	1.426,4

Fuente: Investigacion directa de campo/2009
Elaboracion: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009



4.2.2.2 Flujo neto de fondos

CONSULTORIAS EN MARKETING Y PUBLICIDAD

Cuadro 43

DOLARES

Nº	CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
1	+ ingresos de la operación	-	47.000,80	83.535,20	84.925,85	89.096,95	90.266,52	92.725,30	95.246,40	96.760,55	99.371,05	104.695,53
2	- costo de operación		46.959,35	51.759,35	66.252,35	70.942,15	70.990,88	74.809,35	69.959,35	70.942,15	74.052,35	81.190,88
3	- depreciación		2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74
4	- amortización		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	-	-	-	-	-
5	- pago intereses por los créditos recibidos		1.343,52	1.255,86	1.152,43	1.030,37	886,35	716,40	515,86	279,23	-	-
6	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-	-3.829,81	27.992,24	14.993,33	14.596,68	15.861,55	15.071,80	22.643,44	23.411,42	23.190,95	21.376,90
7	- participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	-	4.198,84	2.249,00	2.189,50	2.379,23	2.260,77	3.396,52	3.511,71	3.478,64	3.206,54
8	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-3.829,81	23.793,41	12.744,33	12.407,18	13.482,32	12.811,03	19.246,92	19.899,71	19.712,31	18.170,37
9	- impuesto a la renta 25%	-	-	5.948,35	3.186,08	3.101,79	3.370,58	3.202,76	4.811,73	4.974,93	4.928,08	4.542,59
10	UTILIDAD/PERDIDA NETA	-	-3.829,81	17.845,05	9.558,25	9.305,38	10.111,74	9.608,27	14.435,19	14.924,78	14.784,23	13.627,78
11	+ utilidad venta de activos											
12	- impuesto a la utilidad en venta de activos											
13	+ ingresos no gravables											
14	- costo de operación no deducibles											
15	+ valor en libros de los activos vendidos											
16	+ depreciación	-	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74	2.127,74
17	+ amortización											
18	+amortización activos diferidos	0,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	0,00				
19	- valor de la inversión y reinversión	9.664,33	-	-	4.293,00	1.182,80	1.231,53	5.050,00	200,00	1.182,80	4.293,00	1.231,53
20	- capital de trabajo	998,51	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
21	+ recuperación del capital de trabajo											998,51
22	+ crédito recibido	7.463,99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
23	- pago del capital (amortización del principal)		486,98	574,64	678,08	800,13	944,15	1.114,10	1.314,64	1.551,27	-	-
24	FLUJO DE FONDOS NETOS DEL INVERSIONISTA	-3.198,85	-1.789,05	19.798,16	7.114,92	9.850,20	10.463,80	5.571,92	15.048,30	14.318,46	12.618,98	15.522,50

Fuente: Investigación directa de campo/2009

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009



4.3 Evaluación Financiera

4.3.1. Determinación de las tasas de descuento.

Cuadro 44

CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO :

1./ PARA EL PROYECTO: financiamiento con recursos propios

Tasa pasiva a largo plazo, Bonos o % Inflación:	5,96%
Tasa Pasiva en Ahorros	5,96%
Tasa de riesgo (máximo 5%)	2,00%
Tasa ajustada por el riesgo :	13,92%

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del capital total que es \$10.662,84, es del 13,94% en el caso de que el financiamiento para el proyecto sea con recursos propios.

2./ PARA EL INVERSIIONISTA: con credito



FINANCIAMIENTO	% APORTACION	TASA INDIVIDUAL	PONDERACION
CREDITO	70,00%	11,475%	8,0325%
PROPIO	30,00%	13,920%	4,1760%
	100,00%	CPPK =	12,21%

Calculo de la Tasa Impositiva			
CONCEPTO	PORCENTAJE		
		100,00%	
Impuesto Renta =	25%	25,00%	75,00%
Participacion de Trabajadores	15%	11,25%	
	Tasa impositiva	36,25%	
	Factor impositivo	63,75%	0,6375

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento con crédito es de 12.21%; lo cual significa que este es el rendimiento mínimo que la empresa deberá ganar para pagar los \$7.463.99 por el préstamo y el 13,92% por el capital propio 3.198,85.



4.3.1 Evaluación financiera del proyecto

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

4.3.1.1 Criterios de evaluación

4.3.1.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

La TIR es la tasa de rendimiento que reduce el valor presente, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos. Es decir, es la tasa de descuento que permite igualar el valor presente de los flujos netos de efectivo con el valor inicial asociado a un proyecto (tasa más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero).

La tasa interna de retorno del proyecto se ubica en el **78.85%**

La tasa interna de retorno (TIR) representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido.

El proyecto se considera viable en vista de que la tasa interna de retorno (78.85%) es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento (12.21%) puesto que garantiza que el proyecto esta en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa.

4.3.1.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Presente Neto (VAN) es la diferencia entre todos los ingresos y egresos expresados en moneda actual, el mismo que debe aceptarse si su valor es igual o superior a cero.



La necesidad de actualización se presenta en la medida en que se tiene que comparar valores monetarios en el tiempo, es decir, se requiere medir los “cambios” entre gastos presentes e ingresos futuros.

La actualización se realiza con el factor de actualización (FA), el mismo que tiene la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1 + TMAR)^n}$$

El Valor Actual neto del proyecto, es su valor medido en dinero de hoy, e indica la mayor riqueza de hoy que obtendría el inversionista si decide ejecutar este proyecto.

(Valor Actual Neto) VAN =	VAN > = 0	48.160,98
----------------------------------	---------------------	------------------

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

En el proyecto de Consultorías en Marketing y Publicidad para las medianas y pequeñas empresas del Cantón Rumiñahui, el valor actual neto calculado es de \$ 48.160,98 lo que significa que el proyecto generará beneficios, es decir, que la empresa se ha estado capitalizando.

4.3.1.1.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

Este método no difiere mucho del VAN, ya que se fundamenta en los mismos conceptos sobre los flujos descontados, tanto de las entradas como de las salidas de efectivo.

Una razón B/C > 1, implica que los ingresos son mayores a los egresos, por lo que la empresa es aceptable.

La relación beneficio / costo expresa el rendimiento, en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida.

(Relación Beneficio/Costo) R B/C =	$\sum FFAct/InvInicial > 1$	\$5,52
--	--	---------------

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009



La relación costo beneficio igual a 5.53 quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene 5.53 dólares de beneficio neto, lo que nos indica que el proyecto es rentable.

4.3.1.1.4 Período de Recuperación

El plazo de recuperación real de la inversión inicial, se basa en los flujos que genera en cada periodo de su vida útil.

Cuadro 45

PERIODO DE REPAGO :	
AÑOS:	1,00
MESES:	7,00
DÍAS	25

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

El periodo de recuperación del proyecto será en 1 año 7 meses y 25 días, tiempo en el cual los ingresos justificarán a los egresos.

4.3.2 Evaluación financiera del inversionista

4.3.2.2 Criterios de evaluación

4.3.2.2.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

Corresponde a la tasa de interés generada por los capitales que permanecen invertidos en el proyecto y puede considerarse como la tasa que origina un valor presente neto igual a cero, es decir que representa la tasa que iguala los valores presentes de los flujos netos de ingresos y egresos.

La tasa interna de retorno del inversionista se ubica en el **153,74%**, es decir esta tasa representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido, lo que nos indica que el proyecto con crédito es rentable.



4.3.2.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual neto del inversionista de acuerdo al análisis realizado es de:

(Valor Actual Neto) VAN =	VAN > = 0	\$52.652,19
----------------------------------	---------------------	--------------------

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

La empresa EcUaMaRk tendrá un valor actual neto calculado es de \$ 53.652,19 lo que significa que el inversionista podrá ejecutar el proyecto.

4.3.2.2.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

La relación costo beneficio al inversionista es igual a 5.24 quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá 5.24 dólares de beneficio neto, lo que nos indica que el proyecto es rentable.

(Relación Beneficio/Costo) Inversionista R B/C =	$\sum \frac{FFact}{InvInicial} > 1$	\$5,24
--	-------------------------------------	---------------

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009

4.3.2.2.4 Período de Recuperación

El plazo de recuperación real de la inversión inicial del presente proyecto con crédito, se basa en los flujos que genera en cada periodo de su vida útil. El periodo de recuperación del proyecto será de 1 año, 9 meses y 11 días es decir será el tiempo en el cual los ingresos justificarán a los egresos.

Cuadro 46

PERIODO DE REPAGO :	
AÑOS:	1,0
MESES:	9,0
DIAS	11

Elaboración: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009



4.3.3 Análisis de Sensibilidad

Es una técnica que permite conocer, el impacto en la rentabilidad, cuando las variables fundamentales de la empresa varían. Se observa cambios en los criterios de evaluación de la empresa. Para el estudio se ha considerado un incremento del 10% en las variables que se muestran a continuación:

Cuadro Nº 27

CONCEPTOS:	RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES:			EVALUACION
	Variacion %	TIR %	VAN	
Aumento de costos	5%	52,66%	28.759,1	No sensible
Disminucion de ingresos	5%	53,97%	26.351,1	No sensible
Disminucion ingresos y aumento de costos simultaneamente	5%	25,21%	6.949,2	No sensible
Aumento a la M.O.D.	8%	59,00%	31.797,9	No sensible
Aumento al personal	8%	71,52%	41.716,7	No sensible
Aumento de materia prima	5%	78,85%	48.161,0	No sensible
Aumento en Suministros, Servicios	5%	75,85%	46.003,8	No sensible
Normal	0%	78,85%	48.161,0	RENTABLE
TMAR:Tasa minima aceptable de rendimiento del p				13,92%

CONCEPTOS:	RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES:			EVALUACION
	Variacion %	TIR %	VAN	
Aumento de costos	5%	63,44%	28.759,1	No sensible
Disminucion de ingresos	3%	53,97%	35.075,0	No sensible
Disminucion ingresos y aumento de costos simultaneamente	3%	37,51%	15.673,1	No sensible
Aumento a la M.O.D.	5%	66,55%	37.934,0	No sensible
Aumento al personal	5%	74,29%	44.133,3	No sensible
Aumento de materia prima	10%	78,85%	48.161,0	No sensible
Aumento en Suministros, Servicios	10%	72,87%	43.846,6	No sensible
Normal	0%	78,85%	48.161,0	RENTABLE
TMAR:Tasa minima aceptable de rendimiento del p				13,92%

CONCEPTOS:	RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES:			EVALUACION
	Variacion %	TIR %	VAN	
Aumento de costos	10%	21,86%	9.357,2	No sensible
Disminucion de ingresos	10%	28,14%	4.541,1	No sensible
Disminucion ingresos y aumento de costos simultaneamente	10%	0,00%	-34.262,7	Sensible
Aumento a la M.O.D.	10%	53,88%	27.707,1	No sensible
Aumento al personal	10%	69,66%	40.105,6	No sensible
Aumento de materia prima	10%	78,85%	48.161,0	No sensible
Aumento en Suministros, Servicios	10%	72,87%	43.846,6	No sensible
Normal	0%	78,85%	48.161,0	RENTABLE
TMAR:Tasa minima aceptable de rendimiento del p				13,92%

No sensible = significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variacion en el factor critico considerado

Sensible = hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los valores de mercado (precios).

Fuente: Investigacion directa de campo/2009

Elaboracion: Ana Tituaña Jarrín /ESPE/2009



No sensible = significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variación en el factor crítico considerado.

Sensible = hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los valores de mercado (precios).

Para determinar cuando el proyecto será sensible se procedió a plantear diferentes escenarios los cuales nos muestran que el proyecto será rentable ya que los resultados que reflejan la TIR y la VAN siguen siendo optimistas a pesar de los cambios que pueden sufrir las variables.



CAPITULO V

CONCLUSIONES

- ✓ Se logró determinar la demanda insatisfecha y la demanda potencial del proyecto lo cual permite a la empresa conocer los gustos y preferencias del cliente y poder ofrecer un servicio acorde a sus requerimientos.
- ✓ Se pudo determinar mediante el estudio de mercado las necesidades del mercado al cual se va a dirigir la empresa para buscar e implementar formas de satisfacer las mismas.
- ✓ Mediante la información recopilada por las empresas se pudo ampliar la gama de servicios que se puede entregar a las empresas del Cantón Rumiñahui.
- ✓ La empresa no cuenta con mayor competencia en el Cantón Rumiñahui lo que nos permite estar un mercado atractivamente rentable. Una buena ubicación de la empresa de Consultorías en Marketing y Publicidad permitirá tener un mejor contacto con los clientes, así como optimizar el tiempo.
- ✓ Mediante el estudio técnico se pudo estimar que la empresa podrá atender al 25% de la demanda insatisfecha.
- ✓ Se pudo comprobar la viabilidad técnica del proyecto, ya que se definió los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.



- ✓ Para que la empresa pueda desarrollar sus actividades de manera que cumpla sus objetivos deberá contar con personal que se encuentre comprometido con su trabajo para lo cual se brindara la capacitación necesaria para que pueda atender de mejor manera los clientes, asi también se generaran programas de recompensa para los empleados para mantener un clima organizacional apto para trabajar.
- ✓ La empresa deberá constituirse con un mínimo de dos accionistas y un máximo de 15 accionistas, el capital suscrito mínimo deberá ser de \$400.00 dólares, las aportaciones pueden ser en numerario o en especies y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía.
- ✓ Con las estrategias que se procederán a aplicar se determinaran las acciones, tácticas y operativas, de manera que se pueden delimitar el campo de acción corporativo .
- ✓ EcUaMaRk estará dividido en 3 departamentos: Creativo, contable y administrativo, los mismos que trabajan en equipo para poder cumplir con los objetivos propuestos. Trabajaran dentro de la organización 7 personas que desempeñaran diferentes actividades dentro del proceso de la generación del servicio.
- ✓ El capital del trabajo estará conformado por los sueldos del personal de la empresa (diseñador gráfico, ejecutivo de cuenta, contador, asistente), así como los gastos por concepto de suministros y Servicios básicos como



arriendo, energía eléctrica, agua potable, internet, plan corporativo celular, teléfono.

- ✓ Para el financiamiento del proyecto, es necesario el aporte del 30% del capital requerido para la puesta en marcha del proyecto, mientras que para el 70% restante se recurrirá a la financiación externa.

- ✓ De acuerdo a la Evaluación Financiera realizada se llegó a la conclusión que el proyecto es viable en todas sus etapas, siendo factible su implementación puesto que permite recuperar la inversión inicial, generando utilidades.



RECOMENDACIONES

- Ejecutar el presente proyecto, puesto que se determinó su pre factibilidad a través del estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.
- Realizar estudios de mercado constante y eficiente para lograr satisfacer las necesidades de los consumidores oportunamente.
- Realizar visitas personalizadas a las empresas para poder conocer más de cerca sus necesidades y poder ofrecer los diferentes servicios.
- Cumplir con todas las normativas y disposiciones vigentes que regulan esta actividad económica para el normal funcionamiento de la empresa.



BIBLIOGRAFÍA

- ✓ **MENESES**, Edilberto. Preparación y Evaluación de Proyectos.
- ✓ **GOMERO**, Gonzáles Nicko, Formulación y Evaluación de Proyectos, Enfoque Agropecuario y Rural.
- ✓ **PRICE**, Gittinger, Análisis económico de proyectos agrícolas.
- ✓ **SOTO**, Moreno Jorge, Procedimientos operativos de pre inversión.
- ✓ **GRAHAM**, Friend y Stefan Zehle, Como diseñar un plan de negocios
- ✓ **DEBORAH** Owen, Como analizar el mercado, Colección The Economist.
- ✓ **VILLAVICENCIO JORGE MSC** . Diseño y Evaluación de Proyctos 2008
- ✓ Departamento de Catastros del Municipio del Cantón Rumiñahui
- ✓ Plan Estratégico del Cantón Rumiñahui 2002-2022
- ✓ **KOURDI** Jeremy, Estrategias, Colección The Economist.

PÁGINAS DE INTERNET

- ✓ www.bce.fin.ec
- ✓ www.inec.gov.ec
- ✓ www.monografias.com



- ✓ www.ideasparapymes.com
- ✓ www.promonegocios.net
- ✓ www.supercias.gov.ec/
- ✓ www.sri.gov.ec/
- ✓ www.ruminahui.gov.ec/
- ✓ www.pichincha.gov.ec/
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos15/mercadotecnia/mercadotecnia.shtml>
- ✓ <http://www.internacional.edu.ec/index.php?option=content&task=view&id=1>
- ✓ <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/nombrando-tu-negocio-marca-como-profesionales.html>
- ✓ <http://html.rincondelvago.com/terminologia-publicitaria.html>
- ✓ <http://www.pymes.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
- ✓ <http://html.rincondelvago.com/empresas-de-servicios.html>
- ✓ <http://www.gestiopolis.com/canales5/mkt/usomport.htm>
- ✓ <http://www.mtop.gov.ec/noticias.php?id=459>



ANEXOS



Anexo 1

Portafolio de Servicios

EcUaMaRk



Damos Vida a tus Ideas

Comunicate con nosotros: **Teléfonos:** 2332541 / 098320002

Correo electrónico: ecuamark@hotmail.es

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Quito, 3 de Septiembre 2009

CPECU-2009-009

Señores

SEDEMI S.C.C

Presente.-

Reciba un cordial saludo de **EcUaMaRk S.A**, quienes la representamos queremos brindarle soluciones originales e inteligentes en el área de Marketing y Publicidad.

¿Por qué trabajar con EcUaMaRk ?

Porque le ofrecemos soluciones que le permitirán tener mejores oportunidades y un mayor crecimiento de su empresa dentro del mercado, ya que contamos con la experiencia para cubrir sus necesidades y expectativas planteadas.

Adjunto encontrara en detalle las características de los servicios que le ofrecemos.

En espera de poder servirle en un futuro próximo nos despedimos

Atentamente,

Ana Tituaña Jarrín

DIRECTORA GENERAL

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE PLANES DE MARKETING

Objetivo:



Diseñar un plan de Marketing con la información clave de su negocio, así como ideas tácticas y los pasos concretos que usted va a dar para conseguir clientes y/o aumentar sus ventas.

El plan de Marketing que EcUaMaRk le presente a su empresa incluirá 10 componentes enumerados a continuación:

1. Definición del Producto o Servicio
2. Mercado al cual su empresa está dirigida.
3. Objetivos a corto y largo plazo que se desea lograr, los mismos que deberán ser medibles tanto en ingresos como en beneficios y nuevos clientes
4. Identificación de la Competencia (Entorno competitivo).
5. Precios (Políticas de precios).
6. Presupuesto de Marketing (Evaluaciones en las decisiones de Marketing).
7. Análisis de Canales de Distribución (Tácticas de Marketing).
8. Fijación de acciones específicas
9. Asignación de tiempos (Cronograma de acciones a tomar).
10. Control mensual, trimestral, semestras o anual de la ejecución y cumplimiento del plan

Recuerde que la creación y ejecución de un plan de marketing es la mejor manera de mantenerse enfocado en su negocio.

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

IMAGEN CORPORATIVA

Objetivo: Crear una sólida imagen del servicio, producto, o marca que sea capaz de posicionarse rápidamente en la mente del público, ya que esta es el reflejo de su empresa que la diferenciara de la competencia, captando más clientes y generando más ganancias.

EcUaMaRk diseñara para su empresa una imagen corporativa que vaya da acuerdo con la línea de producto o servicios que ofrezca su compañía , mediante un diseño estético y productivo.



Recuerde que diseñaremos un logotipo que sea un distintivo de éxito para su empresa, le ofrecemos atractivos paquetes de acuerdo a sus necesidades que pueden incluir:

DISEÑO DE PAPELERÍA	DISEÑO DE PLANTILLAS ELECTRONICAS
Diseño de Hoja membretada	Diseño de Plantilla de Hoja membretada para Word
Diseño de Tarjeta de visita/ presentación	Diseño de Plantilla de Hoja para Fax en Word
Diseño de Sobre	Diseño de Plantilla HTML para Email (Outlook Express).
Diseño de Hoja para Fax impresa	Diseño de Plantilla para Presentaciones en PowerPoint.
Diseño de Carpeta (Folder)	DISEÑO DE GRÁFICA PUBLICITARIA
Diseño de cubierta para CD de presentación.	
Diseño de Etiqueta/Autoadhesivo	
Diseño de Sello	Diseño de anuncio para prensa
Diseño de Blocks de anotaciones	Diseño de Folleto Corporativo
Diseño de Hojas de presupuesto	Diseño para rótulo de fachada
Diseño de Documentos (facturas y recibos/albaranes)	Diseño para rótulo en flota o vehículo de empresa



PORTAFOLIO DE SERVICIOS

IMPLEMENTACIÓN DE ARTICULOS PUBLICITARIOS

Objetivo:

Reproducir un mensaje publicitario de su empresa por medio de artículos que tenga utilidad, para promover e incentivar las ventas .



Los objetos publicitarios que EcUaMaRk le ofrece, serán generadores de comunicación como insignia de su negocio o empresa, y también como regalo, sin quitarle su importancia como elemento incitador para la compra o el consumo.



PORTAFOLIO DE SERVICIOS

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

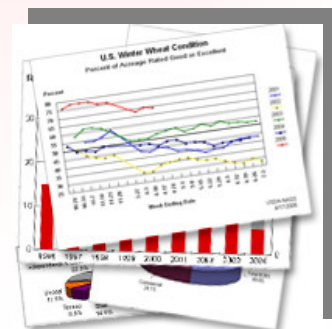
Objetivo:

Recopilar sistemática y objetivamente información para el posterior análisis y evaluación sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes.

Para brindarle un servicio óptimo a continuación le indicamos los pasos que seguiremos para la recolección y análisis de la información:



1. *Determinar las necesidades u objetivos de la investigación*
2. *Identificar la información que vamos a recolectar*
3. *Determinar fuentes de información*
4. *Definir y desarrollar las técnicas de recolección (encuestas, técnicas de observación, experimentación, focus group, sondeos).*
5. *Recolectar la información*
6. *Analizar la información*
7. *Tomar decisiones o diseñar estrategias*

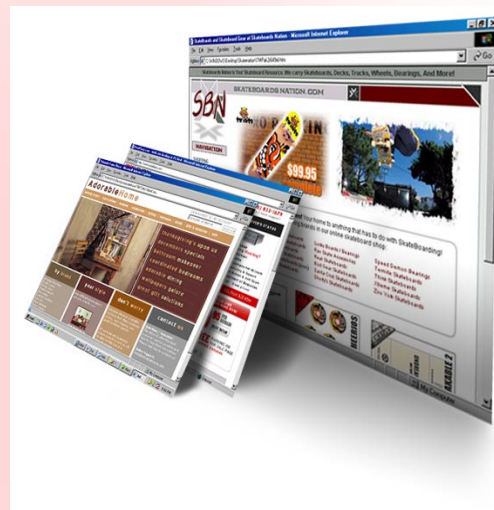


PORTAFOLIO DE SERVICIOS

ASESORAMIENTO EN PÁGINAS WEB

Toda idea o proyecto debe tener un asesoramiento Web profesional. Cualquier decisión influye en el éxito o rentabilidad del proyecto. Es importante tener presencia en Internet pero el como se haga será lo que diferencie el éxito del fracaso.

Desde la elección del dominio, el contenido de la pagina web y la tecnología web usada son factores de gran relevancia para conseguir los objetivos propuestos a corto, medio y largo plazo.



EcUaMaRk ofrece asesoramiento Web profesional en multitud de servicios en Internet.

- Asesoramiento de paginas Webs corporativas
- Asesoramiento de paginas Webs de servicios
- Asesoramiento de paginas Webs de venta de
- Asesoramiento de Portales y Plataformas dinámicas





Anexo 2

Catastro de empresas del Cantón Rumiñahui

CATASTRO DE EMPRESAS PARA PRUEBAS ESTUDIANTES

ITEM	CODIGO	CLAVE CATASTRAL	NOMBRE EMPRESA	DIRECCION	RUC	REPRESENTANTE
1	562	050201013000	ACTION PLANET	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0911358711001	CHEDRAUI ADUM YAMIL ANTONIO
2	411	010300108000	ADVCONS CIA LTDA	AV CALDERON 1178 Y OLMEDO	1702386747001	AVILA OREJUELA NESTOR EFRAIN
3	195	050334050000	AGAPEFOOD SERVICES S.A.	AV MANTA N.- 162 SAN RAFAEL	1710095934	ZALDUMBIDE DIAZ VICENTE FERNA
4	279	010100701000	AGENCIA DE VIAJES DAMALU TOUR	VENEZUELA # 185 Y RIOFRIO	1791805313001	GUAMAN REVELO MARIA DE LOURDES
5	362	0	AGENCIA DE VIAJES METRO LOS CHILLOS CIA LTDA	C.C. PLAZA DEL VALLE L D10 AV ILALO	1791808568001	JERVIS MOSCOSO MARIA GABRIELA
6	352	050200114000	AGENCIA INTERNACIONAL DE VIAJES "AIVCECE CIA LTDA"	AV. GENERAL RUMINAHUI	1791802055001	SANDOVAL PACHACAMA LUIS VICENTE
7	472	010301108000	AGENCIA TODOVIAJES CIA. LTDA	AV. CALDERON Y GANGOTENA 217	1791999010001	SALVADOR CORDOVA MARIA LETICIA
8	152	000000000000	AGRICOLA PUCUHUAICO CIA. LTDA	MATILDE DE PROCEL CAPELO	1790829413001	BERT MARIO
9	273	0	AGRICOLA SAN ANDRES DEL CHAUPÍ S.A	JATUMPUNGO	1791291530001	CORREA CRESPO MARIA CLARA
10	196	100102001000	AGROACACIAS CIA LTDA LAS ACAC	BARRIO EL MILAGRO	1706754742	ONTANEDA HIDALGO CAMILO FERNA
11	23	060100124000	AGROINDUSTRIAL EL CRISTAL S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI	1790439372001	ROMERO RODRIGUEZ GUILLERMO
12	473	012500122000	AGROINDUSTRIAL VELASQUEZ CIA LTDA	ESPANA 221 Y ELOY ALFARO	1090077895001	VARGAS VELASQUEZ HUGO NAPOLEON
13	295	050103201000	AGROVITAL	AV. GENERAL RUMINAHUI	1791380657007	BOSMEDIANO CRISTOBAL
14	219	040400411001	ALBERTO ANDINO Y ASOC. CIA. LTDA.	VENEZUELA Y VINEDOS	1791314824001	ANDINO MONTALVO LUIS ALBERTO
15	28	000000000000	ALIMENTOS KRAFT DEL ECUADOR	SANGOLQUI	1790555224001	SOBALVARRO C. ARMANDO
16	377	050104427000	ALISERVIS S.A "DOMINO'S PIZZA"	AV. GENERAL RUMINAHUI	1791286774001	LEDESMA GANDARA RODRIGO MAURICIO
17	595	050301113000	ALL ECUADOR TRAVEL CIA. LTDA.	ISLA PUNA E ISLA DE LA PLATA	1791835018001	JARA ARIAS SILVANA DEL ROCIO
18	111	050102901006	ALMACEN "COMERCIAL ACOSTA"	AV. GENERAL RUMINAHUI Y AV. ILALO	170130076	VALVERDE SUAREZ MARIA DE LOUR
19	19	010300106004	ALMACEN DE REPUESTOS AUTOM RYR	BOLIVAR 750 Y CALDERON	1707813085	GUAMAN ESPIN WILLIAN MIGUEL
20	412	010200230000	ALMACENES JAPON ALJAPON S.A	AV ENRIQUEZ 2905 - C.C. SAN LUIS SHOPPING	1791349806001	LUENGO GARCIA GERMAN ALVARO
21	567	050201013000	ALMACENES VANIDADES	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0190168875001	COELLO GONZALEZ JUAN CARLOS
22	21	011200202000	ALMACENES VILLAFUERTE	MONTUFAR S/N Y VENEZUELA	1790299481001	VILLAFUERTE MANUEL ECON.
23	301	011000134000	ALO NET	AV. LUIS CORDERO 303	1791817761	VELEZ DIANA
24	69	100400105000	AMANCO PLASTIGAMA S.A.	AV. LOS SHYRIS	0990003769001	AGUILERA REY VICTOR OSCAR
25	308	050104324000	AMBIENTES HOGAR 2000 CIA LTDA	AV. GENERAL RUMINAHUI 187 Y 7MA TRANSVER	1790875318001	MARINO TAMAYO WILSON EFREN
26	535	080107510000	ANIMALBEST CIA. LTDA	AV. JUAN DE SALINAS 509 Y ARTIGAS	1713421210001	PERALVO GUALLASAMIN WILFRIDO GASPAS
27	396	030108014000	ANYELINOS S.C	CAYAMBE E ILINIZA - LOTE 01	1710609080001	CAMPOVERDE ORTIZ EDDY JACQUELINE
28	497	011000126082	ARCAUNION S.A "MARCELO Y MARCELO SPORTS"	C.C. RIVER MALL AV. CORDERO LOCAL LG2	1791826566001	VILLARREAL VINUEZA KATIA MARGARITA
29	414	011000133000	ARTEFACTA S.A	AV CORDERO Y AV. GENERAL ENRIQUEZ	1790895548001	BAQUERIZO FERNANDEZ PEDRO PABLO
30	197	050101704000	ARTEZAMAC CIA LTDA FUNDIDORA	3RA TRASVERSAL S-N GIOVANI FARINA	1709705451	GARCIA OSCULLO GLORIA PATRICI
31	401	050301216000	ARTIM ARTE & TIEMPO	LA CONCORDIA Y 7MA TRANSVERSAL	1708523269001	GRILVALVA PINTO RICHARD EDMOND
32	428	080104457000	ASCONSTRUCCIONES	JUAN SALINAS LTE 02 - SELVA ALEGRE	1791430433001	SOSA CARRERA ANGEL JESUS
33	226	080104457000	ASCONSTRUCCIONES SOCIEDAD CIVI	BARRIO SELVA ALEGRE Y J. PIO MONTUFAR	1702837467	SOSA CARRERA ANGEL JESUS
34	137	050100114000	ASECOFINJ CIA. LTDA.	ISLA BALTRA 178 Y AV. GENERAL RUMINAHUI	1791318005001	SALVADOR GALVEZ DIEGO RAFAEL
35	288	010103813000	ASO.TRANSPORTE PUBLICO DEL VA	OLMEDO Y JUAN GENARO JARAMILLO	1791779525	BAHAMONDE M. JORGE AUGUSTIN
36	200	050103606000	AUTOCOMERCIO SAN RAFAEL CIA L	AV RUMINAHUI Y 4TA Y 5TA TRANSVERSAL	1705026217	ERAZO PASTOR GLORIA FABIOLA
37	481	050103122000	AUTOGLASS DEL ECUADOR S.A	ISLA SAN CRISTOBAL - URB CHIRIBOGA	0991412530001	ROMERO ONATE EDMUNDO GUILLERMO
38	20	050301909000	AUTOLAR CIA.LTDA. "GASOLINERA "	AV. GENERAL ENRIQUEZ 3183	1790562042001	NIETO RENNEN RAIMOND ANIBAL
39	583	070300310000	AUTOMOTORES DEL VALLE VALLEMOTORS S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI Y AV. GENERAL PINTAG	1792022169001	ACOSTA TORAL JAVIER
40	495	010100701000	AVES Y HUEVOS AVIHUEVO CIA. LTDA.	VENEZUELA 189 Y RIOFRIO	1791957229001	CARDENAS MARTINEZ JULIAN
41	278	040200116000	AVISESE CIA. LTDA.	AV.GENERAL ENRIQUEZ Y DAVALOS	1712132388	SANDOVAL PACHACAMA LUIS VICEN
42	365	011000126000	BADELCA S.A "PIZZA ROMA"	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	0992301392001	ADA PALMONELLA
43	558	050201013000	BANCO BOLIVARIANO C.A.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0990379017001	BABRA LYON MIGUEL
44	413	050104304000	BANCO DE GUAYAQUIL S.A.	AV. GENERAL RUMINAHUI	0990049459001	ALCIVAR ALAVA VICTOR HUGO

45	326	011000126000	BANCO DE LOS ANDES C.A	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	1790044718001	DUENAS ITURRALDE GUILLERMO FELIPE
46	114	010201208000	BANCO DEL PICHINCHA C.A	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y ASCAZUBI	1790010937001	POZO CRESPO AURELIO FERNANDO
47	388	050103001000	BANCO MM. JARAMILLO ARTEAGA S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ E ILALO	1790477142001	BORRERO VIVER JUAN MANUEL RAMON
48	173	050300413000	BAÑOMERA MORAN Y CIA.	AV. GENERAL ENRIQUEZ C.C.ANA MARIA	1791181190001	BANOMERA BEFORT CARLOS FRANCISCO MARIA
49	389	050106920000	BITWAY S.A	AV. GENERAL. RUMINAHUI 1875	1713035580001	NAVAS MORALES FREDDY ARMANDO
50	3	010100810000	BODEGA	BOLIVAR 409-411 Y SUCRE	1790141071001	CANDO MARCILLO MANUEL ANTONIO
51	280	040200116000	BOHORQUEZ Y BOHORQUEZ TRANS.	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y DAVALOS	1718440405	BOHORQUEZ ROMULO GUALBERTO
52	209	012500130000	BOS HOLDING S.C.C. ALMACEN	ESPANA 147 Y VENEZUELA	1791380657003	BOSMEDIANO BENALCAZAR CRISTOB
53	178	010302804000	BRITOCOCONSA CIA. LTDA.	AV. CALDERON Y ESPEJO	1791173120001	BRITO ORELLANA SEGUNDO JULIO
54	499	030202305000	BRONCES ECUATORIANOS BRONCEC S.A	VICENTE ELOY ORTEGA	1791892275001	JARAMILLO BREILH PABLO FERNANDO
55	327	050201001000	C.C.CH. CENTRO C.COMERCIAL LOS CHILLOS S.A	ISLA SANTA CLARA Y AV. GENERAL RUMINAHU	1791914449001	DELLER KLEIN MICHAEL JAQUES
56	596	050701013000	CAFETERIA S'PAN'ES	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1714038823001	MUNETONES HERNANDEZ EMPERATRIZ
57	188	050304003001	CARBURROS Y HERRAMIENTAS CARHER CIA LTDA	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y DAVILA	1790949583001	CARRERA QUINTANA CARLOS HERIBERTO
58	531	050100209000	CARRILLO RECALDE CIA. LTDA. "WESTER BAR LOS CHILLO	GEOVANNY FARINA 430 E ISLA ESPANOLA	1710102326001	CARRILLO RECALDE GONZALO ANTONIO
59	311	010301401009	CARVISEG CIA LTDA	AV. CALDERON Y GARCIA MORENO	1791853288001	CARRERA HARO JUAN FRANCISCO
60	106	000000000000	CATTANI QUIROZ ANGELA C.RUMIN	PICHINCHA 511 Y ASCAZUBI	1704513066001	CATTANI QUIROZ ANGELA TERESA
61	341	0	CEALCO COM. ECUAT. ALIM. CONGELADOS	CALLE SUMACO	1791783395001	REINOSO HERRERA KARLA LILIAM
62	492	050100906000	CECSA CORPORACION ECUATORIANA DE CONSTRUCCIONES S.A.	AV. GENERAL RUMINAHUI 1149 Y 2ª TRANSVERSAL	1791886968001	BURGOS NEACATO STEVE LECH
63	259	050301109000	CELEIN S.C.C.CONTROL ELEC.IND	AV.GENERAL ENRIQUEZ # 3331	1708218175	CARRERA ARANCIBIA ALEXIS ANTO
64	402	011000126000	CENTRO DE COMPUTACION CEDECOMP CIA LTDA	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	1791287924001	CEVALLOS BORJA MARTHA GLADIS
65	342	050100117000	CENTRO DENT CLINICAS DENTALES INTEGRALES S.A	AV GENERAL RUMINAHUI	1791870956001	NARVAEZ NARVAEZ SORAYA ARAZELY
66	27	070300601000	CENTRO FERSA CIA. LTDA.	AV. GENERO PINTAG REDONDEL DEL COLIBRI	1790982114001	REYES ACOSTA LUIS AUGUSTO
67	225	010201114000	CENTRO INTEG.AGRO.YAMBALA S.A	SUCRE 337	1103959225	SEGUROLA GONZALEZ JOEL
68	524	050103201000	CEVIDEC CIA. LTDA.	ISLA SAN CRISTOBAL Y AV. RUMINAHUI	1791272528001	NAREA ROMERO ROSA DUNIA
69	35	090208014000	CHEMEQUIP INDUSTRIAS CIA. LTDA	INES GANGOTENA LOTE 11	1790706710001	ECHEVERRIA VACA HECTOR RICARDO
70	124	000000000000	CHILLO CLUB CAMPESTRE S.A.	SELVA ALEGRE		CHILLO CLUB CAMPESTRE S.A.
71	370	050104436002	CHRISTLAND SERVICE AND COMPANY CIA LTDA	ISLA MARCHENA	1791848683001	LANDETA JACOME CARLOS VINICIO
72	4	110101632000	CIA. DE TRANSPORTES SAN PEDRO DE TABOADA S.A	AV. MARIANA DE JESUS Y VENEZUELA	1791848993001	CHANO SUNTAXI NICOLAY WASHINGTON
73	212	050102710000	CIA. DE CARGA LA CRUZ DEL ILALO "LACRIL" S.A	AV. ILALO 2DA TRANSVERSAL	1791407342001	PAUCAR ABADEANO FRANCISCO EMILIO
74	498	011000183000	CIA. DE SEGURIDAD "INSTSEGPHAN" CIA. LTDA.	AV. LUIS CORDERO Y MERCADO - LA PAZ	1713000113001	GUERRERO RUIZ JUANA ALEXANDRA
75	201	110302012000	CIA. DE TRANSPORTE CAPELO TRANSCAPELO	AV. MARIANA DE JESUS Y SINCHICO S N	1791400429001	CERON CUEVA JORGE
76	409	090105410000	CIA. DE TRANSPORTE DE TURISMO CONFORTTRANS CIA LTD	B Y "K" LOTE C1 - URB. JATUMPAMBA	1705265096001	LOPEZ CARRERA RAUL PATRICIO
77	410	050303806000	CIA. DE TRANSPORTE ESCOLAR E INSTITUCIONAL LIEDNEL	AV. GENERAL ENRIQUEZ 2382	1791926161001	CALI GUAMAN HUGO MANUEL
78	146	010301303001	CIA. DE TRANSPORTES CONDORES DEL VALLE S.A.	AV. CALDERON 230 Y QUINBALEMBO	1791309766001	FREIRE SEGUNDO HECTOR
79	480	100702402000	CIA. NARSA EXCLUSIVE VAN TRANS CIA. LTDA.	AV. LOS SHYRIS- URB COLEGIO MIL ELOY ALFARO LT 02	0501051213001	MORENO MUNOZ JORGE WASHINGTON
80	431	070100925000	CIA. SERVICIO DE TAXIS ALBORNOS CERVUTRANS S.A	TANDAZO Y R FLOR	1791852451001	OSORIO MORALES PABLO ALFONSO
81	282	011400314000	CIA. SERVICIO DE TAXIS TRANSLLANOCHICO S.A	RIO FRIO Y AV. GNERAL ENRIQUEZ Y CAYAMBE	1791918177001	FREIRE DAVILA MARIO AUGUSTO
82	436	010300106003	CIA. TRANS PEOPLE S.A	AV. CALDERON 1140 CASA 03	1791856082001	CONDE GALINDO JUAN PATRICIO
83	407	110701315000	CIA. TRANSPORTE ESCOLAR TRANSMAFER S.A	AV. EL INCA Y SANTA CECILIA	1791924355001	GUAMANTICA ZAMBRANO EUCLIDES MARCO
84	361	050300436000	CLINICA CRISTIANA DIVINA SANIDAD	AV. GENERAL ENRIQUEZ 2757 Y CONCORDIA	1706455456001	UTRERAS AGUIRRE GALO PATRICIO
85	247	000000000000	CLUB CAMPESTRE EL ROSARIO S.A	HACIENDA EL ROSARIO BARRIO SALGADO	1708253271	GOMEZ SALAZAR NELSON ANDRES
86	283	050102806000	CNSTRUCCIONES FEL.Y ASOCIADOS	AV.GENERAL RUMINAHUI # 528 Y 5TA.TRANSVE	1702224401	RUIZ LAZO EDGAR DAVID
87	303	080108501000	COLEGIO INTEGRAL	AV. ATAHUALPA	1790383830001	SOLIS GUERRERO MARIO
88	235	011000140000	COMELYFSA COMERCIAL ELECTRICA	AV. LUIS CORDERO 171	1702983626	GALARZA TACO DIEGO GUILLERMO
89	416	010200808000	COMERCIAL CON CREDITO CONCRESA S.A	VENEZUELA 442 Y PICHINCHA LT1	1790394409001	ROSERO CEBALLOS CRISTOBAL EFREN
90	155	000000000000	COMERCIAL PACIF. LINTSAY CIA.	AV. MARIANA DE JESUS CAPELO	1791252888001	LIN TSAY MING HSUAN
91	614	050201013000	COMERCIAL RODRIGUEZ & BARNES ASOCIADOS CIA. LTDA.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791341503001	RODRIGUEZ HERRERA EDWIN JAVIER
92	272	050104435002	COMERCIALIZADORA NIMPREX S.C.	AV.GENERAL RUMINAHUI LOTE 100 Y 7MA TRAN	1711546497	TROYA MONCAYO PATRICIA ELENA

93	313	140301808000	COMPANIA COTLISAG S.A	JULIAN QUITO Y JAMBA	1707394936	LUGMANA PAUCAR OSWALDO EDMUND
94	281	010201811000	COMPANIA DE TAXIS ESALSUNTAX	MONTUFAR # 667 Y AV.GENERAL ENRIQUEZ	0700667108	ALVEAR GARZON ELICIO OSWALDO
95	231	050102509022	COMPANIA TRANS SUPERVALLE S.A	AV. RUMINAHUI E ILALO	1301057798	QUIGUANGO ESTACIO LUIS HERNA
96	386	7000240	COMPANIA AGRICOLA RIOPARAMO S.A.	KM 10 VIA A RUMIPAMBA	1791359704001	CORREA CRESPO MARIA CLARA
97	384	050102401000	COMPANIA AVILZA S.A TRANSFER Y TURISMO INSTITUCION	AV. GENERAL RUMINAHUI E I. ESPANOLA	1771861036001	PAZMINO CARRERA GALO FERNANDO
98	421	011000126000	COMPANIA DE TAXIS RIVER MALL S.A	AV. LUIS CORDERO 377	1791904540001	CARDENAS OSCULLO DARIO MANUEL
99	424	100400101000	COMPANIA DE TAXIS SANTO DOMINGO DE GUANGOPOLO S.A	SAMBORONDON Y AV. LOS SHYRIS	1706767157001	PACHECO TERAN GERMAN PATRICIO
100	298	010101902000	COMPANIA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA "SELECVALLE	MERCADO 2730 Y MONTALVO - CENTRAL	1791833112001	DIAZ BAHAMONDE GABRIEL PATRICIO
101	544	100504505000	COMPANIA DE TRANSPORTE PESADO TRANSCHECA S.A.	URB. COLEGIO DE ECONOMISTAS LOTE 173	1709739435001	CHECA POZO ALBERTO FABIAN
102	289	010500207000	COMPANIA DE TRANSPORTES 2000 S.A. TRANSDOSMIL	ROCAFUERTE # 303 Y QUIROGA	1791436326001	FONSECA QUISHPE ANGEL VINICIO
103	469	060308413000	COMPANIA PARA LA EDU. Y FORMACION COPEDFORMAR CIA.	CALLE GUALACEO - CASHAPAMBA	1791941799001	CEVALLOS PONCE PATRICIO ALFREDO
104	318	0	COMPANIA TRANSPORTE CHAUPITENA S.A	ESPAÑA Y GARCIA MORENO	1791422112001	PAUCAR GUALOTUNA RENE PATRICIO
105	476	060305927000	COMPANIA VALLE & TURISMO COLIBRIVALLEY S.A.	URB. DOLORES VEGA AGUIRRE 2 "A" LOTE 60	0602163834001	VELASTEGUI ABARCA LUIS PATRICIO
106	238	000000000000	COMREY CIA LTDA.	GUAYAQUIL Y CALDERON	1706745088	VINUEZA UBIDIA LIBIA MARLLORY
107	198	050300440000	CONFECIONES ANDRADE DUENAS	AV GENERAL ENRIQUEZ 2710 SAN LUIS	1702508852	ANDRADE UBIDIA CARLOS MANUEL
108	393	011000126000	CONSORCIO ECUATORIANO DE TELECOMUNICACIONES S.A "C	C.C. RIVER MALL AV. CORDERO	1791251237001	ZENTENO DE LOS SANTOS CARLOS HERNAN
109	210	050301107003	CONSORCIO GROTAL S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 3359 SAN RAFAEL	0991396209001	GRANJA NELSON GONZALO
110	553	060307202007	CONSTRUCTORA BONILLA GARCIA CIA. LTDA.	AV. GENERAL PINTAG LT 7B	1704463304001	BONILLA SALAZAR PEDRO LUIS
111	505	010103203001	CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA GABAON	JUAN GENERO JARAMILLO Y ESPANA LOCAL 01	0200218550001	PRADO VERDEZOTO FANNY JUDITH
112	133	010100710000	CONSUNBARBA CIA. LTDA. INMOB	LEOPOLDO MERCADO Y ELOY ALFARO	1705644944	DE LA CUEVA BYRON
113	597	011000117000	COOP. AHORRO Y CREDITO RUMINAHUI LTDA.	AV. LUIS CORDERO 459 Y PICHINCHA	1792073251001	ONA SIMBA LUIS RAMIRO
114	452	050102816012	COOP. DE AHORRO Y CREDITO "MARQUEZ DE SELVA ALEGRE	C.C. PLAZA PARIS AV. GENERAL RUMINAHUI LOCAL 12	1791974042001	CANDO FAJARDO ROMEL PATRICIO
115	397	050102807000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO DE COMERCIO DE AMBATO	C.C. SOL DEL VALLE AV. GENERAL RUMINAHUI	1890080967001	PORTERO LOPEZ RAMIRO MARCELO
116	455	010301404000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO JUAN DE SALINAS	AV. CALDERON SN - SAN SEBASTIAN	1790976262001	LOACHAMIN JUANA MARIBEL
117	417	010201903000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO LUZ DEL VALLE	AV. ABDON CALDERON Y AV GENERAL ENRIQUEZ	1791847644001	GUALOTUNA LEMA JOSE JULIO
118	286	010201909000	COOP. DE AHORRO Y CREDITO UNION RUMINAHUI	GARCIA MORENO Y AV.GENERAL ENRIQUEZ	1791798945001	VALLEJO HIDALGO EDWIN RENELI
119	159	000000000000	COOP. LA MERCED DE ROBALINO	COTOGCHOA	1701622027	ROBALINO ISABEL
120	149	109083014000	COOP. SAN ANTONIO DE PASOCHOA	RUMIPAMBA		VILATUNA TIMBILA SEGUNDO FAUS
121	580	050103113000	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO "COOPERARE"	AV.GENERAL ENRIQUEZ 3931 E ISLA SAN CRISTOBAL	1791063051001	VILATUNA YEPEZ MARGOTH EDELINA
122	579	140300113000	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN JUAN DE COTOGCHOA	KURUBA Y FRANCISCO ZAMORA	1790894053001	PUGA CANGAGUAMIN JIMENA DEL ROCIO
123	587	010100405000	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO YACHAK RUNA LTDA	VENEZUELA 210 Y LEOPOLDO MERCADO	1891715877001	PUNINA PUNINA SEGUNDO NICOLAS
124	174	010900308000	COOPERATIVA DE SERVICIOS EDUCACIONALES SANTA ANA	COLON 132 Y BOLIVAR	1790925838001	ESPINOSA ARMAS LAURA MERCEDES
125	522	010200408000	COOPERATIVA DE TAXIS TURISMO SANGOLOQUI N° 2	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y VENEZUELA 510	1791320735001	BLANCO ITURRALDE VICENTE VLADIMIR
126	523	010302302000	COOPERATIVA DE TRANSPORTE EN TAXIS "31 DE MAYO"	QUIROGA 318 Y QUIMBALEMBO SAN SEBASTIAN	1791316959001	BELTRAN PROANO RODRIGO
127	140	000000000000	CORPORACION G'SSOT S.A.	AV. CALDERON Y ZOPOZOPANQUI	1791296834001	BASTIDAS BARROS EUGENIA ESMERALDA
128	169	000000000000	CORPORACION HERCA S.A.C	BOLIVAR 327	1790949400001	CABEZAS RODRIGUEZ HERNAN A.
129	307	050103135000	CORPORACION REHUS DEL VALLE S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ	1791882695001	CARRION JARAMILLO MARCIA FABIOLA
130	142	010103602000	COTRALI COTOGCHOA TRANSPORTE LIVIANO C.A	BOLIVAR 665 Y GARCIA MORENO	1791359755001	TOPON TOPON HECTOR GONZALO
131	400	060105304000	COVERSTEEL S.A	LOJA LOTE 252 Y COTOPAXI - URB LA COLINA	1706488051001	ANDRADE NARANJO IVAN PATRICIO
132	433	100400116000	CREALZA S. A. ALIANZA Y CRECIMIENTO	DARIO FIGUEROA Y CARLOS LOPEZ	1711129518001	BERG BIBLIOWICZ JONATHAN MOISES
133	26	080315206000	CRISTALDEC S.A. "CRISTALES D.	SAN FERNANDO LOTE 57-A	1790877299001	ROMERO MAGDALENA
134	485	010200101004	CYEDE CIA. LTDA. "KONICA PHO EXPRESS"	AV. GENERAL ENRIQUEZ ALMACEN 4	1790236218001	RIBADENEIRA FERNANDEZ SALVADOR PABLO ESTEBAN
135	484	010500207000	DALTRANS S.A	QUIROGA Y ROCAFUERTE 303 - SAN SEBASTIAN	1705662805001	ESCOBAR MONTUFAR WASHINGTON ESTEBAN
136	227	050103206000	DD SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIO	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y 4TA TRANV.	1705576807	DILLON DOMINGUEZ CARLOS PATRI
137	358	040400104000	DECOPRINT CIA LTDA	VINEDOS Y VENEZUELA	1790461254001	MORAWSKI BYSZEWSKA WACLAW
138	194	050102803000	DEL VALLE INMOBILIARIA S.C.	AV. RUMINAHUI 5"TRANS. 467	1709550923	DIAZ PEREZ FREDDY OSWALDO
139	372	130103536000	DEL VALLE METALCAST FOUNDRY S.A	URB. CLUB LOS CHILLOS PORTAL 1 LOTE 372	1791947835001	URGILES VALLEJO YOLANDA DE LOS ANGELES
140	577	050201013000	DELI S.C.C.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791799402001	TELLO NUNEZ FRANKLIN ALBERTO

141	305	050104322000	DENTAL ICE S.A	AV GENERAL ENRIQUEZ Y 6TA TRANSVERSAL	1791877896001	JARRIN CORNEJO LUIS EDUARDO
142	15	050303903000	DEPOSITO DE GAS "LIQUIGAS"	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y CALCETA	1790142183001	PUENTE SOLA AMADA EULALIA
143	222	000000000000	DEPROVALL S.A. CIA TRASPORTES	AV.LUIS CORDERO Y ESPANA	1704504701	AVILES HIDALGO GERMANIA GENOV
144	236	050300101000	DESFTUALL CIA.LTDA.	ISLA RABIDA Y AV.GENERAL RUMINAHUI C.C.C	1708647996	GUAYASAMIN CATTANI JUAN CARLO
145	203	110100816000	DIS PLASTICOS SALGADO DISPLAS	AV MARIA DE JESUS SAN PEDRO DE TABOADAD	1701785014	SALGADO NAVARRETE MANUEL ABDO
146	18	010300709000	DIS. DE MATERIALES ELECTRICOS	AV. CALDERON Y QUITO	1790633640001	FIALLO SANDOVAL DOLORES DEL R
147	248	000000000000	DISPLASAL CIA.LTDA.	SAN PEDRO DE TABOADA S/N	1791396456001	TORRES ALTAMIRANO MANUEL
148	7	050102901031	DISTRA.ELECTRONICAS"STAR GATE	C.C. PLAZA DEL VALLE L-B-07	1790771814001	VASCONEZ VDA DE ARBOLEDA XIME
149	379	011000126000	DRILL URBAN WEAR	C.C. RIVER MALL AV. LUIS CORDERO	1791937880001	LEVOYER JIMENEZ DAIRA MARIA
150	605	011406503000	ECCOSYTUR CIA. LTDA	CARIHUAIRAZO Y CERRO HERMOSO	1792023947001	PIEDRA MOYA MIGUEL ANGEL
151	148	000000000000	ECOTRAVEL CIA. LTDA.	CASHAPAMBA GUALACEO VIA PIFO	1791253396001	KNOBlauch B. HANS
152	470	050100117000	ECOTRON S.A "UNICOLOR"	AV. GENERAL RUMINAHUI 965 Y 2º TRANSVERSAL	0991343776001	AGUIRRE PIMENTEL LUIS FERNANDO
153	463	100702402000	ECUADOR SHUTTLE S.A	AV. LOS SHYRIS LT 2 - URB COLEGIO MIL ELOY ALFARO	1709153181001	YANEZ VILLACIS AIDA KATALINA
154	392	050103001000	ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y AV. ILALO	1791809092001	CUEVA MEJIA CARLOS OSWALDO
155	237	050300413000	EDITORES E IMPRESORES S.A "PERIODICO HOY"	C.C. LOS CHILLOS AV. GENERAL ENRIQUEZ	1790502694001	MANTILLA ANDERSON JAIME ENRIQUE
156	515	050103504000	EEFICIENCIA, CONTROL, EXPERIENCIA EFICONEX S.A	ISLA SAN CRISTOBAL Y G. FARINA - URB CHIRIBOGA	1710233089001	HERNANDEZ EGUEZ ANDREA PATRICIA
157	608	050201013000	EGOLEX S.A.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1792011086001	REYES TORRES MIRIAN ALEXANDRA
158	136	000000000000	EL BALCON INMOBILIARIA Y CONS	AV. GENERAL ENRIQUEZ 234 Y MONTUFAR		FIGUEROA ROBERTO
159	574	050201013000	EL CAFE DE LA VACA CAFEVAC CIA. LTDA.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791999975001	GUARDERAS ALBUJA MARIA SOL
160	438	010301427000	EL CALDERO SERVICIOS HOTELEROS CIA LTDA	AV. CALDERON 278 Y ZOPOZOPANQUI	1791887352001	ESPINOSA SALAZAR KATIA PAULINA
161	514	010200101001	ELECTRODOMESTICOS SAN PABLO C.A	AV. GENERAL ENRIQUEZ 2882 ALMACEN 01 - SAN JORGE	1791898397001	MENDEZ ALVAREZ PABLO ERMITANO
162	491	110701301000	ELECTRONICA INTEGRAL R2L CIA. LTDA.	AV. EL INCA Y SANTA CECILIA LTE A	1791834089001	RUEDA JARRIN MONICA DEL ROSARIO
163	32	050102405008	EMBOYS S.A. CIA. DE TRANSPORT	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y AV. ILALO	0400587275	REALPE CABRERA WILMER LENIN
164	158	000000000000	EMPACADORA ANDINA S.A.	ATAHUALPA 1950 SAN SEBASTIAN	1790376613001	CEVALLOS ZAMBRANO MARIANA
165	37	030202301000	EMPAOPLAS S.A.	DARIO FIGEROA Y AV. GENRAL ENRIQUEZ	1791240111001	BERG GUIT HERMAN EDWAR
166	439	010102010000	EMPRENDEDOR BUSINESS ADVIESERS	BOLIVAR Y MONTUFAR 520	1711927127001	HIDALGO RUIZ MARLON GIOVANNY
167	34	050103001000	EMPRESA DURINI INDUSTRIA DE MADERA C.A. EDIMCA	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y AV. ILALO	1790012158001	DASSUN CARRERA SANTIAGO MARTIN
168	441	050102809000	ENMARS CIA. LTDA. "TEXAS CHICKEN"	C.C. PLZA PARIS AV. GENERAL RUMINAHUI	1791997891001	HELLER VIGODA ENRIQUE
169	139	080214511000	ESLI S.A. EMPRESA DE SEGU.LOG	URB. CLUB LOS CHILLOS 6TA TANSV.789	0991263926001	DELGADO CARTAGENA FABIAN
170	487	050103201000	ESTILFORM S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI E ISLA SAN CRISTOBAL	1791960831001	EGAS VELASQUEZ ENRIQUE FRANCISCO
171	351	012400109000	ESTRELLA COYAGO MAYER EDUARDO	QUITO 754 Y AV CALDERON	1704298056001	ESTRELLA COYAGO MAYER EDUARDO
172	526	120108303001	EVENTOS Y TECNOLOGIA ETHAC CIA. LTDA.	LOS ARUPOS - COMUNA LOS PUENTES	1711293967001	GALLEGOS ARIAS MARIA JOSE
173	168	000000000000	EXCELSEGUURIDAD CIA. LTDA.	GARCIA MORENO Y BOLIVAR	1791311396001	ESTRELLA VARGAS JORGE EDUARDO
174	33		EXIMSOT CIA. LTDA.	CASHAPAMBA - CHOVA	1791171306001	ALVAREZ HIDALGO MARCELO EZEQUIEL
175	17	070500101000	F.M.S.B. SANTA BARBARA S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI	1791338448001	MURILLO CARRILLO GUSTAVO MARCELO
176	251	000000000000	FABRICA DE BLOQUES IDEMCIA CI	AV.LOS SHYRIS KM 4 1/2	1790372278001	
177	335	050202007000	FABRICA DE CIGARRILLOS EL PROGRESO S.A	AV GENERAL RUMINAHUI	1790014487001	BETANCOURT MANOSALVAS CARLOS HERNAN
178	471	010303101030	FABRINCO S.A	AV. CALDERON 1100 Y RIOFRIO L.C. A3	1791947568001	RAMCKE SCHEDEL MARIA SILVIA
179	150	070300108000	FACOPA CIA. LTDA.	AV. GENERAL PINTAG EL COLIBRI LOTE 3	1791185269001	PROANO O. RAMIRO
180	128	080103214000	FADEA POVEDA CIA.LTDA.	SALCOTO CALLE ATAHUALPA	1791410424001	POVEDA PROANO SENOVIA EMILIA
181	16	050103106000	FARMACIA "S.G"	AV. GENERAL RUMINAHUI Y 5TA TRANSVERSAL	1791295722001	AVILA VELASCO JOSE LUIS
182	475	050104324000	FARMACIAS WAYS S.A FARMAWAYS	AV. GENERAL RUMINAHUI 187	1791941381001	ORTIZ CEVALLOS XAVIER FERNANDO
183	440	010200403003	FAST BUSINESS Y CONSULTING GROUP	AV. GRAL ENRIQUEZ Y CHINCHIPE	1708197643001	VEGA VEGA XAVIER MESIAS
184	134	080109801000	FEDAC	JUAN LARREA - SALCOTO	0600104004001	DAVALOS CORDOVEZ RAUL FERNANDO
185	98	030202007000	FERRETERIA	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y DARIO FIGUEROA	1704509307	DIAZ UBIDIA SOLEDAD
186	486	011406805000	FERRETERIA ECONOMICA	AV. LOS SHYRIS Y ALTAR	1708818586001	FUENTES RUIZ FLOR DE LOURDES
187	304	012500122000	FERRETERIA Y PETROLEOS FERREPETRO S.A	ESPANA 221 Y VENEZUELA	1791877217001	CEVALLOS SILVA MARIA DE LOS ANGELES
188	426	050106402009	FEVERIN CIA LTDA (PINTO LOS CHILLOS)	AV. SAN LUIS ALMACEN 8	1791842952001	GUZMAN MIRANDA RICARDO MARCELO

189	540	050105818001	FIEXPORT CIA. LTDA.	AV. SAN LUIS E ISLA ISABELA	1792023955001	FALCONI GALLARDO GALO EDMUNDO
190	353	020202304000	FIGUEROA ANDRADE MANUEL GIOVANNI	URB.DON QUIJOTE Y 1 DE MAYO	1706571377001	FIGUEROA ANDRADE MANUEL GIOVANNI
191	42	050100912000	FILANBANCO S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ	0990054150054	SILVA GARCIA HUGO
192	419		FLORICOLA CAMILAFLOWERS CIA LTDA	BARRIO LORETO	1791952634001	NARVAEZ GARZON JUAN SIMON
193	211	030202004000	FORJADOS EN FRIO ORNAMENTAL C	AV GENERAL ENRIQUEZ SECTOR SAN CARLOS	1702880301	RECALDE CEVALLOS FABIAN
194	550	050201013000	FUN TIME DEL ECUADOR S.A. EMA	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791323459001	CASTRO UPRIMNY CHRISTIAN EDUARDO
195	214	050103130000	FUNDACION BERNARDO DE LEGARDA	AV. GENERAL ENRIQUEZ 5° TRASVERSAL	1791235835001	JIMENEZ MENDOZA JORGE NICOLAS
196	275	050304003008	FUNDACION CONDORHUANA	DAVILA # 369 PARQUE SAN RAFAEL	1706564935	CADENA ESCOBAR MARIO
197	538	050301109000	FUNDACION VISTA PARA TODOS	AV. GENERAL ENRIQUEZ E ISLA PLATA	1791307704001	NIETO NIETO DIEGO MAURICIO
198	166	100400102000	FUNIMAG	AV. LOS SHYRIS KM. 2 1/2		FUNIMAG
199	591	050201013000	GAME MART	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0909644791001	YI WONG JUAN AUGUSTO
200	268	000000000000	GASOLINERA EL RIFLE	AV. LOS SHYRIS	1791408683001	REPSOL
201	185	000000000000	GASOLINERA ESTAC.SAN RAFAEL	AV. EL PROGRESO	1705056362001	PADILLA PABLO
202	101	010701240000	GASOLINERA TEXACO SAN SEBASTI	AV. LUIS CORDERO Y GARCIA MORENO	1702940527001	MALDONADO ROSA
203	464	050102816010	GENERAL TELEPHONY SERVICE CIA LTDA	C.C. PLAZA PARIS AV. GENERAL RUMINAHUI LC. 10	1791813448001	ZEA MATUTE JAVIER ERNESTO
204	432	011000126106	GIGABYTE TECNOLOGIA Y COMUNICACIONES	C.C. RIVER MALL AV CORDERO LOCAL 21	1791951840001	MURGUEITIO SERRANO ROBERTO MARCELO
205	170	050104405000	GORDILLO RECDACH S.A. ABOGADO	AV. EL PROGRESO 1470	1701713065	GORDILLO SALAZAR JOSE MARIA
206	254	000000000000	GRANJA AGROPECUARIA Y MERCADEO EL EDEN DEL SUOFR	RUMPAMBA BARRIO EL SURO	1791843908001	REGALADO ALTAMIRANO RUBEN DARIO
207	554	011300129000	GREENYARD S.C.	GARCIA MORENO LT 38 - URB SANTA ROSA	1710609080001	CAMPOVERDE ORTIZ EDDY JACQUELINE
208	163	000000000000	GROGRO DISTRIBUIDORA CIA.LTDA	URB. LA PALMA PASAJE B S/N Y QUITO	1705436267	VELASTEGUI ROJAS IVONNE MARIA
209	130	050102505000	GRUPO MERCANTIL SERVALLES S.A	GEOVANI FARINA 281 Y AV. GENERAL RUMINAH	1791303504001	FLORES A. FERNANDO
210	267	020100111000	GRUPOCONSULEX S.A.	LA FLORIDA # 900	1704084464	PAEZ SANCHEZ MARCELO EFRAIN
211	232	011401308000	GUSMAR Y CIA	ATACAZO Y QUITO LOTE 10 LA PALMA	1791818946001	CHAVEZ CARRERA GUSTAVO ADOLFO
212	76	050103209000	H SALVADOR CONSTRUCCIONES Y BIENES RAICES	ISLA FLOREANA Y AV. GENERAL RUMINAHUI	1700329855001	SALVADOR GUAMAN RAFAEL HERNAN
213	262	000000000000	HERMANOS PENA Y ASOCIADAS CIA	SANTA BARBARA Y EL INCA FAJARDO.	1714694930	PENA PANOZO JUAN CARLOS
214	120	000000000000	HOSTELERIA MANSION SAMZARA	AV. GENERAL RUMINAHUI EL RANCHO	1703060390	WTSON LEMARIE PAMELA E.
215	345	050201013000	ICESA - ORVE S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y AV CORDERO - C.C. SAN LUIS	0990043027001	ALVAREZ BELLOLIO RICARDO ALFREDO
216	116	000000000000	ICOLLANTAS	AV.CALDERON Y ESPEJO		MORALES ESTHELA
217	171	050103135000	IMEXTUR CIA. LTDA.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 3677 Y 6TA TRANSVER	1705920286	CALISPA PROANO RODRIGO PATRIC
218	448	060101513000	IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES POLVAS CIA. LTDA.	GUAYAS S/N LOTE 28 - URB LA COLINA	0190167828001	POLO VASQUEZ GUSTAVO EDUARDO
219	390	020203601000	IMPORTADORA MANTILLA CASTRO CIA LTDA	URB MOLINOS DE VIENTO CASA 103	1791955196001	MANTILLA CASTRO ROBERTH PATRICIO
220	429	050102402000	IMPORTADORA PAZ Y MIÑO AGUIRRE IMPA CIA LTDA	AV. GENERAL RUMINAHUI	1790973050001	PAZ Y MINO PAZMINO ESTELA DEL CARMEN
221	336	011406805000	IMPORTADORA SANCHEZ RUEDA SOCIEDAD CIVIL COMERCIAL E INDUST	AV LOS SHIRYS Y COJIMIES	1720686227001	SANCHEZ RUEDA PABLO ANTONIO
222	557	020101016000	IMPORTADORA VEGA S.A.	AV. ATAHUALPA 1950	1790183750001	VEGA CALERO EDGAR RAMON
223	403	010300809000	INCOMTEL S.A	AV CALDERON S/N Y QUITO - SAN SEBASTIAN	1791889452001	MANTILLA ESTRELLA GLADYS SUSANA
224	47	000000000000	INDUSTRIA DE MANPOS. CIA. LTD	AV. LOS SHYRIS KM 41/2	1790872278001	HERRERA BONILLA LUIS
225	249	000000000000	INDUSTRIA LICORESA RAMIREZ CI	AV.LOS NOGALES # 1374 ALANGASI	1701789679	RAMIREZ RIVERA JORGE
226	202	000000000000	INDUSTRIA QUIMICA HIPOCLOR	FUERA DEL CANTON VIA A ALAGASI	1703903557	OUENDO DORTINACC RAUL ALFONS
227	25	000000000000	INDUSTRIA TEXTIL INDUTEX S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ E ISLA DE LA PLATA	1790023044001	ROSETO PASTRANA HUMBERTO
228	576	050201013000	INFRUCEL S.A.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0992218932001	CAMPANA CHUM JUAN PABLO
229	296	010102322000	INMIVIRTUAL S.C.C.	MONTUFAR 557 Y OLMEDO	1707248041001	DIAS MARCO
230	49	000000000000	INMOBILIARIA AUNARSA S.A.	AV. LA CORUNA Y GANGOTENA	1790891402001	ROMERO ONA AUGUSTO
231	161	010100704000	INMOBILIARIA BAHAT S.A.	RIOFRIO 214	1791265424001	BAHAMONDE TIPAN FRANKLIN ANTONIO
232	493	070214027000	INMOBILIARIA CERROGOLF S.A.	SELVA ALEGRE	1705298998001	MENA MALDONADO EDWIN JULIO
233	50	000000000000	INMOBILIARIA CHIRIBARRA S.A.	AV. LOS SHYRIS HCDA. EL CORTIJO	1790421007001	BERTINI JOSE
234	459	010102010000	INMOBILIARIA GERENCIAL INHOGER S.C.C	BOLIVAR Y MONTUFAR 520	1710491661001	ESPINOSA JARAMILLO INES MARIA
235	613	050201013000	INMOBILIARIA GRUPO VIERTINA S.A	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791289269001	RODRIGUEZ HERRERA EDWIN JAVIER
236	141	070207001000	INMOBILIARIA HERDOIZA RAMIREZ S.A.	LA ESPERANZA 1332	1790635619001	HERDOIZA RAMIREZ IVONNE PATRICIA

237	312	040200114000	INMOBILIARIA LOS NARANJOS CIA	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y BAHIA DE CARAQUEZ	1705185369	CANADAS WANDEMBERG MONICA GIO
238	154	010201116000	INMOBILIARIA MONTEVALLECIA.LT	SUCRE 337 Y AV. GENERAL ENRIQUEZ	1791299434001	SALAZAR CORDOVA CARLOS FERNAN
239	508	050103001000	INMOBILIARIA NAJAPOJUJA CIA. LTDA.	AV. ILALO Y GENERAL ENRIQUEZ	1701886390001	HERRERA ROJAS GLORIA NANCY
240	52	000000000000	INMOBILIARIA PINLOCOTO CIA.L	AV. RUMINAHUI 965	1791055446001	ROMERO RODRIGUEZ GUILLERMO
241	51	000000000000	INMOBILIARIA SYRUSCO S.A.	AV. ILALO EL TRIANGULO	1791314905001	LOOR SOJOS MARCELO
242	539	050201013000	INMOBILIARIA Y COMERCIAL MODASA S.A INCOMODASA	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0190307859001	ANDRADE PALACIOS MAGDALENA DEL CARMEN
243	193	218310100100	INSEMINACION ARTIFICIAL AGRO INDUSTRIAL INARAISA	HACIENDA LA ESPERANZA	1791808622001	RECALDE CUMBA RENE ALFREDO
244	1	010301304000	INST. PROF. DE BELLEZA"ROSEN"	PICHINCHA Y MONTUFAR	1790718093001	VENEGAS DE ENDARA ROSA
245	383	040200121000	INSTITUTO BILINGUE HENRI DUNANT	AV. GRAL. DAVALOS Y AV. GENERAL ENRIQUEZ	1791780620001	HERNANDEZ FABARA MARCIA HAYDEE
246	172	010302804000	INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR RUMINAHUI	AV. CALDERON Y ESPEJO	1791346793001	SUAREZ CARMITA INES
247	239	011405406000	INTELMATICA ELECTRONICA CIA.L	TUNGURAHUA S/N URB.SANTA ROSA	1791283090001	JATIVA ORDONES MARIO RICARDO
248	265	080103223000	INTELREC CIA.LTDA.	AVENIDA ATAHUALPA # 545	0400585268	MONYALVO ORTIZ JORGE ISAAC
249	592	050201013000	INTERMODA MEGASTORE S.A.	C.C. SAN LUIS SHOPPING LOCAL 227	1791304381001	MAAG MOECKLI ALBERTO RICHARD
250	299	120104745000	INTERNATIONAL ARCHITECTURAL IRONNWORK SINC.ECUAD	MARIANA DE JESUS 800	1791413385001	VARELA CALDERON PEDRO AMADOR
251	543	050201013000	INTINDEL S.A	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791956680001	VELEZ VELEZ JUAN CAMILO
252	404	060202007001	IRSAT SOCIEDAD CIVIL	ATUNTAQUI Y L.MERCADO HDA STA CLARA	1708252901001	DELGADO TROYA FRANCISCO RAFAEL
253	391	100402001000	ITHACA DESING S.A	IRITIYACU Y S/N - CUENDINA	1791960815001	PEREZ CHIRIBOGA MARTHA ALICIA
254	153	040201705000	JARAC IMP. Y EXPORTADORA DE F	URB. YAGUACHI CALLE C	1707739486001	CHACON ANA CONCEPCION
255	165	000000000000	JUAN RUIZ LANDA CIA. LTDA.	MERCEDES GONZALEZ 197 CAPELO	1790993396001	RUIZ LANDA JUAN ARSENI0
256	442	030202302000	JUANFE "HOSTERIA HACIENDA LA CARRIONA"	LOS SHIRYS	1791829174001	BECDACH LASSO JUAN FERNANDO
257	422	100400101000	LA CABAÑA INVERSIONES TURISTICAS S.A CABINTURS	KM 41/2 VIA AMAGUAÑA	1702665744001	CEVALLOS CHARVET NAPOLEON RAMIRO
258	378	050104429005	LA LIRA INSTRUMENTOS Y AUDIO CIA LTDA	AV.GENERAL.RUMINAHUI Y 7MA TRANSVERSAL	1791826418001	ROSERAL SANCHEZ ELIZABETH PAULINA
259	145	100400114000	LA MACIA PONTICELLI CIA. LTDA	AV. LOS SHYRIS KM. 5	1705675476	PONTICELLI LLOPART FRANCISCO
260	292	050301007000	LA TELA ARANA S.C.C.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 3380	1715259204	LUZ ANGELA BAENA ECHEVERRI
261	612	050106801000	LAARCOM COMUNICACIONES Y SEGURIDAD CIA. LTDA.	AV. GENERAL RUMINAHUI 1062 E ISLA PINTA	1791291182001	TIRIRA SAA MARIA LUISA
262	620	120105602000	LANCELOTPROSEG PROTECCION Y SEGURID CIA. LTDA.	AV MARIANA DE JESUS 1576 - URB CAPELO	1704405008001	LOPEZ NICOLALDE CARLOS DANILO
263	57	000000000000	LATINOAMERICANA DE JUGOS S.A.	AV. LOS SHYRIS KM. 5	1790772446001	SERRANO LASO JAVIER PATRICIO
264	586	050100814000	LATINTRAILS CIA. LTDA.	AV. GENERAL RUMINAHUI Y GEOVANNY FARINA	1792038448001	PERKINS ROBLES MARCEL ANDRE
265	302	120101909000	LAUBERT INMOBILIARIA	DOLORES DE GALINDO 609	1791282000001	BENAVIDEZ ORMAZA SANTIAGO
266	541	050301106000	LAVANDERIA LAVAMERICA CIA. TLDA.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 3353	1711883973001	CAISATOA ASIMBAYA LUIS PATRICIO
267	189	050300413000	LAVANDERIAS ECUATORIANAS C.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ	1790397815001	DAVALOS SALAZAR JUAN BERNARDO
268	585	050201013000	LIBRI MUNDI LIBRERIA INTERNACIONAL S.A.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791411293001	DALMAU CHIRIBOGA FRANCISCO BENJAMIN
269	618	020100101000	LOPEZ & ASOCIADOS CIA. LTDA.	AV. LOS SHYRIS Y AV. CALDERON	1712201480001	LOPEZ LOACHAMIN BLADIMIR ARMANDO
270	131	050104309000	LUBRICANTES Y TAMBORES DEL ECUADOR C.A.	AV. GENERAL RUMINAHUI - GARCIA MORENO Y CORDERO	0990026599001	DIAZ COBOS SANTIAGO JOSE
271	56	000000000000	LUXECUADOR S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ	1790217906001	SVEN ANDERSSON
272	234	010103303000	M.G. MANTE.GENERAL DE ASCENSO	ESPANA	1709848830	HERRERA JUAN CARLOS
273	466	050103609000	MACRIL S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI E I. SAN CRISTOBAL	1791817028001	PONCE PALACIOS CRISTINA
274	113	011100501000	MADERAS ORIENTE	AV. GENERAL ENRIQUEZ 2702		QUINONEZ MUNOZ GALO
275	534	011000126000	MAGDA ESPINOSA CIA. LTDA.	C.C. RIVER MALL AV. LUIS CORDERO	1791739876001	ESPINOSA VALENCIA MAGDA ELIZABETH
276	430	011000158000	MALL AUTOMOTRIZ RAMASURI CIA LTDA	AV. GENERAL ENRIQUEZ S/N	1791910680001	SUAREZ UTRERAS FACUNDO ENRIQUE
277	179	050103115000	MANZANO BIENES Y RAICES	AV. GENERAL ENRIQUEZ 4TA TRANS.C.C.GRAD	1801180421001	MANZANO SALAZAR GUADALUPE DEL
278	461	010101505000	MAPER SERVICIOS S.C.	ESPANA Y GONZALEZ SUAREZ 295	1791991192001	ROMERO ALMEIDA JAIME VINICIO
279	479	100500719000	MARCADIS S.A	IRITIYACU - CUENDINA	1705918835001	DIAZ PEREZ MARIO ANIBAL
280	284	010200818000	MAROMOUCHI REPRESENTACIO.S.A.	FRANCISCO GUARDERAS Y JUAN DE SALINAS	1707221436	MEJIA BOTERO DORIS
281	603		MCV DEL ECUADOR S.A.	HACIENDA EL ROSARIO	1791824105001	GOMEZ SALAZAR NELSON ANDRES
282	347	011000126000	MEDICITY S.C.C	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	1791785010001	MEDINA FUENTES ANSHELO GIOVANNI
283	334	050105807000	MEGA MOTORS S.A	AV. SAN LUIS 623 Y 7 TRANSVERSAL	1791738330001	VELASCO FREIRE MARCO LENER
284	525	040201606000	MEGAFRIO S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ - URB YAGUACHI	1791408381001	ALMENDARIZ GARCIA GALO RIGOBERTO

285	123	000000000000	MEGAMUEBLES CIA LTDA	AV. GENERAL RUMINAHUI Y ZARUMA EL RANCHO	1790844587001	BARREIRO VIVAS JORGE MAURICIO
286	465	100702402000	MEGATRANS S.A	AUTOP TAMBILLO S/N LOTE 2 - URB COLEGIO MIL ELOY A	1703295954001	ORDONEZ RAMOS GUSTAVO RUBEN
287	253	000000000000	MENDOZA PENA S.C.C.	AV.LUIS CORDERO 253	1791756746001	MENDOZA MARCO DANILO
288	245	010100712000	MENSAJERIA EXPRESA VALLEXPRES	LEOPOLDO MERCADO 2611 Y ELOY ALFARO	0601506215	GUAMAN MUNOZ CARLOS MERCELO
289	257	010200118000	MERYLAND TRADE S.A.DIST.AUTOM	AV.GENERAL ENRIQUE # 2814 Y AV.LUIS CORD	1912860020	INIGUEZ IZQUIERDO JUAN MANUEL
290	564	050201013000	MIX TWO	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1707362958001	ESTRELLA NARANJO LUCY YELENA
291	357	011000126000	MODAFEMME CIA LTDA	C.C. RIVER MALL AV CORDERO 377	1791754573001	ALMEIDA TERAN ANA CECILIA DE LAS MERCEDES
292	468	050103712000	MODUESPACIO CIA LTDA	AV. GRAL RUMINAHUI LOTE 02 - URB. CHIRIBOGA	1791913736001	VASCONEZ ESCUDERO JUAN FRANCISCO
293	590	050104433000	MULTIACCESORIOS S.A.	AV. GENERAL RUMINAHUI E ISLA MARCHENA	1791743202001	NUNEZ ESTRELLA RODRIGO ERNESTO
294	606	010103203010	MUÑOZ - DUQUE CONSTRUCTORES S.C.C.	ESPAÑA 495 Y JARAMILLO	1708030133001	MUNOZ RODRIGUEZ NESTOR RENE
295	528	050103117001	MUTUALISTA PICHINCHA	C.C. EL PRADO AV. GENERAL ENRIQUEZ E I ESPANOLA	1790075494001	AVILES ALVAREZ HUGO FERNANDO
296	285	050106916002	NELSON SECRETS S.A.	AV.GENERAL RUMINAHUI # 650 CASA 2	1791806557001	THURDEKOOS VELEZ NELSON
297	64	050103123000	NEXUSTERRA S.A	URB. CHIRIBOGA 7MA. TRANSVERSAL SAN RAFA	1791318579001	BUSTAMANTE BARRIGA ALEXANDRA
298	63	090100103000	NIFA S.A. NUEVA INDUS. FARMA.	AV. GENERAL RUMINAHUI FRENTE A DANEC	1790077446001	AULESTIA JACOME RAUL LEONARDO
299	99	000000000000	OCABSA S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 769 Y LUIS CORDERO	0990173834001	ORTIZ JORGE CARLOS
300	435	030100103000	OPOR S.A "ESTACION DE SERVICIO EL OASIS"	NOGALES Y VENEZUELA LOTE 09 - URB EL OASIS	0991320423001	DELGADO DELGADO MANUEL ANTONIO
301	256	060103402000	ORGANIZATION BUSINESS MULTION	GUAYAS # 13 LACOLINA	0991414789001	MONROY MORENO ALEX RICHARD
302	572	010400304000	P.V. CONSTRUCCIONES	JUAN GENARO JARAMILLO 312	1708048994001	VASCO ACOSTA PATRICIO FERNANDO
303	12	011300156000	PALAVIC CIA LTDA.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 3015 Y COLOMBIA	1790366049001	LUNA FLORES LAURA BEATRIZ
304	160	000000000000	PALLERA DE LOS ANDES	DARIO FIGEROA Y AV. GENERAL ENRIQUEZ	1702020692	ORTEGA POZO SANTOS DAVID
305	11	010900411000	PANADERIA "GRAN PANADERO"	AV. LUIS CORDERO S/N Y ESPANA	0622789001	PUMA CARLOSAMAN PEDRO MANUEL
306	10	050102901010	PAPELERIA "DEL VALLE"	C.C. PLAZA DEL VALLE L-A-07-B	1790729613001	MENA HARO ELLANA
307	610	050201013000	PASAMANERIA S.A.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0190003299001	TOSI INIGUEZ PIETRO GIUSEPPE
308	306	060310524000	PAVIMENTOS Y CONST.VIALES CIA	AV. GENERAL PINTAG (INSTALAC. DE CHOVA)	0701159873	CHAN GALLARDO JAIME PATRICIO
309	511	050101705000	PET SHOP CRIADERO LOS CHILLOS	AV. GENERAL RUMINAHUI 910 E ISLA ESPANOLA	1792025583001	VARELA GUERRON EDDNA KARINA
310	387	010302301000	PONCE ESPINOSA & ASOCIADOS SU SEGURIDAD CIA LTDA	AV. CALDERON 403 Y QUIMBALEMBO	1791950763001	PONCE CABRERA OLDRICH GERMAN
311	510	050304507000	PONCE Y AVELLAN CIA. LTDA.	C.C. CIBONEY PLZA LC 6 AV. GENERAL ENRIQUEZ 2179	1791022886001	PONCE MISLE JOSE MARIA
312	323	010102010000	PRACTISERVICIOS S.C.C	BOLIVAR Y MONTUFAR 520	1791843584001	ALVEAR VOIGT LUCIANA MARA
313	600	010301201000	PREFABRICADOS CIMENTACIONES Y SERVICIOS PRECISER S.A.	AV. CALDERON Y QUIMBALEMBO	1714691415001	VILLASMIL D EMPAIRE RAFAEL JOSE
314	70	060310524000	PRODAFALT S.A.	GRAL PINTAG (PLANTA) AV. GRAL ENRIQUEZ (COMERCIA)	1790500705001	HERMOSA ARROYO FAUSTO FERNANDO
315	617	011403917000	PRODUCTOS ALEXANDER	CERRO HERMOSO Y ZUMACO	1700026584001	SOTOMAYOR MARTINEZ ROSA MATILDE
316	405	010300809000	PRODUVALLE CIA LTDA	AV CALDERON S/N Y QUITO - SAN SEBASTIAN	1709338824001	CAIZA GUALOTUNA BLANCA AZUCENA
317	250	000000000000	PROHIGIE C.A.	BARRIO CUENDINA	0900265869	HORST MOELLER FREILE
318	602	010302404000	PROINAGA CIA. LTDA	INES GANGOTENA 284 Y QUIROGA	1792072069001	CARRERA ASTUDILLO VERONICA GUISELA
319	67	040200123000	PROINCO SOCIEDAD FINAN. S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ SUPEMAXI LOS CHILLO	1790062929001	CHIRIBOGA TORRES MIGUEL
320	228	050300413000	PROSEDEV S.A. PROVEEDORA	AV.G ENRIQUEZ Y WANDEMBER	0501423917	ESTRELLA VACA MARCO
321	68	000000000000	PROVEEDORA ECUATORIANA S.A. PROESA	AV. GENERAL RUMINAHUI	1790010945001	VALDEZ DIAZ ALEJANDRO JOSE
322	220	050301121000	PROYECTOS HORTYBLOON PLANTS S.A	ISLA PUNA	1791409825001	LAMERICHS BERHOUT LAMBERTUS LUCAS JOHANES
323	164	000000000000	PUBVI PUBLI. BUEN VIAJE CIA.L	SANGOLQUI	1704187523	GUEVARA MARITZA
324	467	050102807000	PUYO TRAVEL CIA LTDA	AV. GENERAL RUMINAHUI - URB CHIRIBOGA	1791821742001	LEON QUILLUPANGUI GUIDO JOSE
325	260	050100125000	QUIJO ECHEVERRIA ASOCIADOS SC	ISLA ESPANOLA Y FERNANDINA	1706369038	QUIJO VILLAMARIN MANUEL MESIA
326	230	090208014000	QUIMICA RIANDI CIA. LTDA.	INES GANGOTENA LOTE 11	1791035828001	ECHEVERRIA VACA HECTOR RICARDO
327	619	050104429004	RAMITER S.A.	AV. GENERAL RUMINAHUI E ISLA GENOVESA	0992124636001	CASAS SANTACRUZ HENRY
328	270	010800117000	REMASAS UTRERAS & UTRERAS S.A	AV.LUIS CORDERO # 901 Y ESPANA	1791765834001	UTRERAS AGUIRRE JOSE RAMIRO
329	132	000000000000	REPRES. DE PROD. QUIMICOS CIA	SALCOTO	1790289095001	BALDEON MOYA FRANCISCO RAFAEL
330	371	050106933000	REPSOL YPF COMERCIAL DEL ECUADOR	AV. GENERAL RUMINAHUI LTS 3, 4 Y 5	1791408683001	BOCETA LOPEZ JOAQUIN
331	180	120100118000	RIOFRIO ASESORES CIA. LTDA.	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y WANDENBERG 292	1702763325	ALMEIDA MEJIA MARIA EUGENIA
332	568	050201013000	ROMACC COMERCIALIZADORA SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1792022762001	CANAR YANEZ MARCOS WLADIMIR

333	72	030202303000	ROMERAL CIA. LTDA.	AV LOS SHYRIS KM 21/5	1790783162001	ROMERO ONATE FABIAN EDUARDO
334	457		RUMIFLOWERS CIA LTDA	LORETO	1709539140001	ZUNIGA DEL SALTO JAIME EDUARDO
335	443	011100401000	RUMINAHUI EXPRESS CIA LTDA	RIO COCA 100 Y RIO SUCUMBIOS	1791888235001	CONSTANTE TIPAN WILLIAM BLADIMIR
336	488	011000126093	SALDUBATOURS S.A	C.C. RIVER MALL AV. LUIS CORDERO LOCAL 8	1702575331001	CAJAS NEGRETE JORGE ENRIQUE
337	79	050104311000	SEDESE SERVICIO EDUCACIONAL SUIZO ECUATORIANO CIA.	AV. GENERAL RUMINAHUI	1790707768001	CABEZAS BERNHARDT DANNY ALBERTO
338	599	011401918000	SEGURTIWINTZA SEGURIDAD INTEGRAL CIA. LTDA.	ESPANA Y ANTIZANA	1792072905001	VILLALBA MARCELO PATRICIO
339	408	011501723000	SEPROTRANSPORTE S.A	ENRIQUE TELLO Y CARMEN PETRONA	1791920961001	BAHAMONDE TERAN OSWALDO BLADIMIR
340	264	010101003000	SEPROVIP S.A.	OLMEDO # 370 Y VENEZUELA	1709344509	BAHAMONDE MARLON
341	494	070300602000	SERVASAN S.A	AV. GENERAL PINTAG	1800417469001	LOWNDES ENDARA EDGAR RENE
342	406	110722016000	SERVICIO DE CARGA Y COMERCIO GRUCECAC S.A	PACHA Y PSJE S/N LOTE 03 - URB GALO PAZMINO	1001447802001	ERAZO PROANO GALO FRANCISCO
343	506	060200145000	SERVICIOS COMUNITARIOS SERVIWALDOS S.A.	ATUNTAQUI LOTE 7A - HCDA SANTA CLARA	0601900467001	CHICAIZA MACAS ROSA ESMERALDA
344	75	050103701000	SERVICIOS DEL VALLE SERVIVALLE S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI Y 6TA TRANSVERSAL	1791240685001	WITT VORBECK JORGE ENRIQUE
345	355	050103001000	SERVICIOS INTEGRADOS Y CORPORATIVOS EMFALU	AV. ILALO 267 Y AV. GENERAL ENRIQUEZ	1791760379001	LUDENA GRANJA FAUSTO MARCELO
346	444	060104910002	SERVICIOS INTEGRALES JOTAVE S.A	TUNGURAHUA CASA 154-B	1704923604001	ARIAS GALEAS JORGE ISAAC
347	246	010101904000	SERVICIOS TURISTICOS DEL VALLE TURISVALLE	MONTUFAR 458 Y BOLIVAR	1791731999001	CALERO NUNEZ PAULINA ELICIABEL
348	125	011405603000	SERVICIOS TURISTICOS SOMMERGARDEN CIA. LTDA.	CHIMBORAZO 248 Y RIOFRIO SANTA ROSA	1791156714001	ARMENDARIZ CARRANZA PEDRO HUMBERTO
349	615	050201013000	SERVIDULCES S.A	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0992264527001	BUNAY DONGILIO LEDA GINA
350	217	050101709000	SERVIENTREGA ECUADOR S.A.	AV RUMINAHUI 236	0991285679001	REYES SANTILLAN CARLOS RODRIGO BLADIMIRO
351	385	000000000000	SESEVALL CIA LTDA	AV. GENERAL ENRIQUEZ 10-30	1791250923001	CARRILLO VILLAMAR RAMON VICENTE
352	77	030202004000	SICOMELEC S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 4885	1790241599001	AYALA SALCEDO MARGARITA DEL PILAR
353	458	050103146000	SMART DESING REPRESENTACIONES CIA LTDA	AV. GENERAL ENRIQUEZ 3881 Y 4° TRANS	1701750463001	CEVALLOS BRIONES HERNAN
354	266	010201114000	SOC.DE DESARRO.DE NACIO SHUAR	SUCRE # 337 PARQUE EL TURISMO	1713724803	JINDIACHI YATRIZ SILVERIO
355	380	000000000000	SOCIEDAD AGROPECUARIA SANTA ANA DE PASOCHOA CIA LTDA	COTOGCHOA	1790427803001	CHIRIBOGA DASSUM MARCELO JOSE
356	425	110101510000	SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL "ALTOS DE SAN PEDRO SCC"	DIEGO JANCHI Y MANUEL POMBOZA	1701589143001	THURDEKOOS VELEZ NELSON
357	445	050200111000	SOCIEDAD DE HECHO "EL CUERVO VIEJO" BAR	AV. SAN LUIS SN - SAN RAFAEL	1791898869001	CAICEDO ARAQUE LUIS ABELARDO
358	547	050201013000	SOCIEDAD DE HECHO GEMAS	C.C. SAN LUIS SHOPPING ISLA 6 AV. GRAL RUMINAHUI	1791993608001	BORRERO MANSFIELD GABRIELA CRISTINA
359	394	140301911000	SOCIMEC	CALICUCHUIMA LOTE 1089-COTOGCHOA	1708213150001	VILANA QUISHPE OSWALDO
360	563	050201013000	SOCK SHOP	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1707362958001	ESTRELLA NARANJO LUCY YELENA
361	502	050103704008	SOFTCLAN CIA. LTDA.	C.C. LOS ARUPOS ALMAC. 04 AV. GENERAL ENRIQUEZ	1714724067001	PIARPUEZAN ARTEAGA JORGE IVAN
362	529	050102817016	SOLSOFT CIA. LTDA.	AV. ILALO Y FARINA OFICINA 12 - URB. CHIRIBOGA	1791235576001	RIOFRIO REYES AUGUSTO FERNANDO
363	533	040201403000	SOLUTIONS FOR MANY GENERATIONS SMG CORPORATION S.A	CAZADORES DE LOS RIOS - URB YAGUACHI	0992153792001	PORRAS MUNOZ EDUARDO
364	182	010200440100	SOSACON CIA. LTDA.	AV. GENERAL ENRIQUEZ	1704931532	SOSA GORDILLO JACINTO
365	518	011200213000	SOTRANSVALLE S.A SOCIEDAD DE TRANSPORTE PUBLICO	VENEZUELA 665 Y RIO TIGRE	1708514904001	PAZMINO MONTAQUIZA HUGO PATRICIO
366	316	050102509001	STADIUMSPORTS S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI Y AV. ILALO	1791323467001	SEMERENE PICON RUBEN OBDULIO
367	263	010200818000	SUENOS DE BOLIVAR TACOURIER C	VENEZUELA # 3111 Y AV.GENERAL ENRIQUEZ	1791334434001	TACO GUTIERREZ ANA MARIA
368	560	050201013000	SUMBAWA	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	0909321051001	LOZANO AVILA MANUEL DARIO
369	175	050103206000	SUMHIDRO S.A.	AV. GENERAL ENRIQUEZ E ISLA FLOREANA	1791751655001	CEVALLOS PENAHERRERA MARIA EULALIA
370	395	120201504002	SUPERLIM CIA. LTDA.	LOS CEDROS LOTE 48 CASA B - URB LAS ORQUIDEAS	1791742680001	BORJA SALAZAR LUCIA ALEXANDRA
371	569	050201013000	TABACO Y PICA CENTRO COMERCIAL SAN LUIS	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1792030668001	JORDAN HIDALGO MARCO FERNANDO
372	45	050102511000	TALMAX S.A	AV. GENERAL RUMINAHUI 190 E ILALO	0992214295001	LIRA CASTILLO MARIA CRISTINA
373	367	012500122000	TAMBO DE URIN CHILLO CIA. LTDA	ESPANA 221 Y VENEZUELA	1791902122001	CEVALLOS MEJIA LUIS EDUARDO
374	561	050201013000	TATY BOUTIQUE	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1303430076001	MENA SILVA MERCY JACQUELINE
375	293	070101106000	TAXICONFORT C.A.	IGNACIO FLOR	1791825128001	ACHIG IMBA JUAN MARCELO
376	287	100807504000	TECHINT INTERNACIONAL CONSTRU	AV.LOS SHYRIS KM 4 1/2	1716052103	DUENAS ORJUELA JAIRO HUMBERTO
377	532	050301111700	TECNICAS AMERICANAS DE ESTUDIO PARA ECUADOR TAEPE S.A.	ISLA PUNA 19 E ISLA DE LA PLATA	0992243430001	GARCIA POLANGO ISABEL CRISTINA
378	215	050100806000	TECNOCAR C.A.	AV GENERAL RUMINAHUI 1160 1ERA TRANSVERS	1790900916002	DEL HIERRO CALISTO CARLOS ALB
379	516	050102817001	TECNOCORPA S.A.	AV. ILALO Y FARINA LOCAL 01 - URB. CHIRIBOGA	0992449292001	SAENZ ORTIZ GLADYS PATRICIA
380	183	000000000000	TECRET CIA. LTDA. TECN. Y CON	COTOPAXI Y PULULAHUA	1710455781	CEVALLOS PEDRO VICENTE

381	598	140501505000	TECWARE TECNOLOGIAS CIA. LTDA.	GENERAL CALICUCHIMA - EL MANZANO	1791402340001	RAMOS HERMIDA VALERIA CATALINA
382	575	050201013000	TEXCOLOMBIA S.A.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791963695001	SOTO MONSALVE FRANCISCO ANTONIO
383	447	050106402011	TEXTIL ECUADOR S.A	SAN LUIS 315 ALMACEN 6 - CONJ. RESI. SAN RAFAEL	1790019659001	PEREZ DARQUEA FERNANDO MAURICIO
384	86	100807503000	TEXTILES DEL VALLE S.A.	AV. LOS SHYRIS KM. 3 1/2	1790719383001	RECALDE CAPELO HELMUT ALFONSO
385	269	040400409016	TEYJURSOLV CIA . DE TRANSPORTE ESTUDIANTIL Y TURIS	CONJUNTO HABITACIONAL TERRACOTA CASA 16	1791731328001	CALUPINA GARZON ADOLFO LENIN
386	565	050201013000	TIZMART	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1705368833001	SOSA ANDINO BEATRIZ ELENA
387	310	050200413000	TOURING Y AUTOMOVIL CLUB DEL ECUADOR "ANETA"	AV. SAN LUIS E ISLA ISABELA	1790349578001	OBANDO UTRERAS GORKI SALOMON
388	552	070300106000	TOYOCOMERCIAL S.A.	AV. GENERAL PINTAG SECTOR EL COLIBRI	1791945069001	BACA SAMANIEGO DIEGO FERNANDO
389	276	010500309000	TRADESUR DEL ECUADOR S.A.	INES GANGOTENA # 333 Y ROCAFUERTE	1701152405	MENA CHAMORRO WILSON RENE
390	156	010103013000	TRANORIENTAL CIA. LTDA. TRANS	GARCIA MORENO	1001313921	CRIOULLO PEDRO RAMIRO
391	147	000000000000	TRANSPORTE ESTUDIANTIL E INST. TRANSVALLE S.A	GARCIA MORENO Y AV. LUIS CORDERO	1791802527001	PONCE ESCANTA SEGUNDO FABIAN
392	290	080110832000	TRANSPORTE PESADO SALAZAR E HIJOS CIA. LTDA.	JUAN LARREA # 155 Y JUAN DE SALINAS	1791828437001	SALAZAR DIAZ OSCAR EFREN
393	213	110703031001	TRANSPORTE SELECTIVO EN TAXIS CONTRASELECTAX S.A	CAPELO AV. MARIANA DE JESUS 1141 Y ANA DE ALFARO	1791408047001	MACIAS PINARGOTE RAMON GONZALO
394	233	110508512000	TRANSPORTES CONOCOTO AZBLAN S.A	FAJARDO	1790476898001	PROANO OREJUELA EDWIN GUTBERTO
395	157	000000000000	TRANSPORTES MAIZ Y TURISMO TRAMAYTU S.A.	ESPANA 988 Y ANTIZANA	1791305507001	ESCOBAR MONTUFAR WASHINGTON ESTEBAN
396	332	0	TRANSPORTES VINGALA C.A	JUAN PIO MONTUFAR S/N Y SALINAS	1791312147001	GARZON PAREDES RICARDO DANIEL
397	221	050102806000	TRANSPORTUR S.A.	AV RUMINAHUI 528 Y 5TA TRAS.	1702224401	RUIZ LAZO EDGAR DAVID
398	368	010200107000	TRECX CIA. LTDA "PINTULAC"	AV. GENERAL ENRIQUEZ 2930	1791812484001	BETANCOURT RODRIGUEZ SILVIO WALTER
399	517	050104439000	TURBO TRANS CIA. LTDA.	PASAJE Y AV. RUMINAHUI LTE 01 - SAN RAFAEL	1801891464001	GALLO TIGSELEMA NELSON ERNESTO
400	87	010700502000	UNIDAD EDUCATIVA DARIO FIGEROA S.A.	AV. LUIS CORDERO 1378	1791265165001	UBIDIA VILLAFUERTE MILTON ERNESTO
401	482	060200106000	UNIDAD EXPERIMENTAL LA LLAMA DEL VALLE S.A	ATUNTAQUI LOTES 3 Y MERCADO	0905480463001	MORTENSEN CHIRIBOGA MARIA IVONNE
402	333	010101107000	UNION TEXTIL UNITEX C.A	ASCAZUBI 206 Y PICHINCHA	1791228685001	RAMSAUER KURSTEINER KARL
403	604	100806004000	UNION VERA PLASTIK S.C.C	BARRIO URB EL CARMEN LOTE 05	1791869850001	VERA ZAMBRANO CARLOS FERNANDO
404	621	020104607000	UNIVALLE S.A.	FLORIDA 240 - URBANIZACION DEL MAG	1704267333001	PINTO VILLAMARIN EDISON RAMON
405	500	050102816012	UNIVISA S.A	C.C. PLAZA PARIS LOCAL 12 AV. GENERAL RUMINAHUI	0991285172001	VALDEZ ANDRADE IVAN EFRAIN
406	398	010102010000	UNPIXEL DV S.C.C	BOLIVAR Y MONTUFAR 520	1713210985001	MARTINEZ VALDEZ JOSE ANTONIO
407	162	000000000000	UPDATA CIA. LTDA	AV. GENERAL ENRIQUEZ Y 7MA TRANSVERSAL	1705052866	JURADO JOSE
408	611	010102607000	VASLAV TORRES CIA. LTDA.	MORENO 1042 Y RIOFRIO - CENTRAL	1708048689001	TORRES SOSA VASLAV GONZALO
409	127	010500108000	VERBLAN C.A. TRANSPORTES EJEC	QUIROGA 354 Y GUAYAQUIL	0101010650	ARCENALES JOSE AURELIO
410	252	050104322000	VESSEL CONSULTIN CORPORA DHL.	AV.GENERAL ENRIQUEZ C.C.EL PORTAL LOCAL3	1704885795	VERGARA ARAQUE RENE
411	581	050201013000	VIAMODA CIA. LTDA.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1791831276001	DAVALOS CARRASCO XAVIER FERNANDO
412	115	010701235000	VIDRIERIA COTOPAXI	AV. LUIS CORDERO 1738	1707777031	TOAPANTA DEF AZ WALTER FABIAN
413	151	120101014000	VILLASAN S.A.	AV. MARIANA DE JESUS 406	1703807725	VILLACIS AGUIRRE DEMETRIO W.
414	456	010200241000	VIÑA CAROLINA VIÑA CAROLI S.A "MONEY MONEY JUEGOS	LOCAL 1 AV ENRIQUEZ 2943 LOCAL 2 AV ILALO 567 Y G	0992233869001	DIAZ SAAVEDRA MARIA AUGUSTA
415	573	050201013000	WACTCH OUT	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1702080985001	HERRERA SANTACRUZ RUTH PIEDAD
416	181	030106714000	WALDOS CIA. LTDA. MEDICINA S.	AV. GENERAL ENRIQUEZ 325 Y CALDERON	1791356578001	CARRERA SOSA JORGE MILTON
417	527	020203140000	WASCORP S.A	URB EL MANANTIAL CALLE H LT 6	0992345063001	PASACA ROJAS ANGEL VINICIO
418	399	050104302000	WHITE HOME CIA LTDA	AV. ENRIQUEZ Y AV. RUMINAHUI	1791869044001	RUALES MONCAYO NORA
419	261	010102302000	ZAIMELLA DEL ECUADOR CIA.LTDA	BOLIVAR # 576 Y MONTUFAR	1791297385001	DI MELIA VESPA ELVIRA
420	103	050106913000	ZOOFARMA S.C.C. CENTRO AGRICO	AV. EL PROGRESO S/N Y 10MA TRANSVERSAL	1791255879001	VELA PAZMINO JORGE LUIS
421	623	050201013000	MACANDRIAN GROUP CIA. LTDA.	C.C. SAN LUIS SHOPPING AV. GENERAL RUMINAHUI	1792006996001	LONGO MOSCOSO GUIDO OSWALDO



Anexo 3

Proformas de servicios





Presente.-

De nuestras consideraciones:

De acuerdo a su gentil solicitud de información, presentamos a continuación nuestra propuesta.

Agradecemos la confianza depositada en nuestra Firma y quedamos a su disposición para ampliar o aclarar el contenido del documento adjunto.

Gracias por su consideración a **ÁREA NARANJA.**



Quito, 25 de mayo del 2009

Presente:

Reciba un cordial saludo de quienes integramos **Área Naranja**. Nos dirigimos a usted con el objeto de extenderle nuestra propuesta.

Antecedentes:

Construcciones CTA es una empresa que brinda servicios de construcción civil en el Valle de los chillos, diseño, cálculo estructural, trámites legales y construcción, estamos en el mercado alrededor de 5 años, con un grupo de ingenieros de alto nivel.

Entre las actividades que se realizan están: movimientos de suelos, preparación del terreno donde se desarrollara la obra, nivelación, terraplenamiento , desmante.

Qué es lo que su empresa hace mejor?

La empresa brinda a nuestros clientes el ahorro de tiempo con respecto a los trámites legales para las construcciones, ya que nuestro equipo realiza esta actividad.

Qué quiere que recuerden sus clientes?

La calidad de materiales que se utilizan, y el profesionalismo del personal de la empresa.

Qué parte de su negocio quiere recalcar?

El diseño ya que se brindan las nuevas tendencias en construcción.

Metodología:

Con los antecedentes expuestos anteriormente podemos plantear la siguiente metodología de trabajo y cronograma de elaboración:

- Análisis de la información entregada. (antecedentes)
- Diseño de tres bocetos de logotipo para revisión del cliente, se los enviaremos vía correo electrónico.
- Revisión de los bocetos por parte del cliente, en esta fase el cliente podrá realizar los cambios o correcciones que crea conveniente para el desarrollo de su logotipo.
- Diseño del logotipo final con los cambios sugeridos por el cliente, una vez realizado este diseño el cliente podrá realizar dos cambios mínimos al arte final.
- Una vez que se ha obtenido el logotipo se procede con el diseño de la imagen corporativa que consta de: Tarjeta personal, Hoja membretada, Carpeta Corporativa, Sobre, Factura.

Se realizarán dos bocetos de cada ítem para la revisión del cliente, se lo enviaremos vía correo electrónico.

- Revisión de los bocetos por parte del cliente, en esta fase el cliente podrá realizar los cambios o correcciones que crea conveniente para el desarrollo de su imagen corporativa.
- Diseño de la imagen corporativa final con los cambios sugeridos por el cliente, una vez realizado este diseño el cliente podrá realizar dos cambios mínimos a los artes finales.

Entregables:

Se entregará un cd con la imagen corporativa completa con los archivos originales.

Contraparte:

Necesitamos una contraparte que tenga poder de decisión para aprobar los diseños que se vayan realizando.

Tiempo de entrega:

Tiempo estimado: aproximadamente 20 días

Comunicación:

Para tener una mejor interactividad con el cliente **Área Naranja** utilizará medios de comunicación como son: *Messenger, Skype, Mail, Teléfono.*

Valor:

El valor de este trabajo es: 250.00 USD sin IVA.

Forma de pago:

La forma de pago es:

70% para iniciar el trabajo y el 30% a la entrega del cd con los archivos originales.

El pago se lo puede realizar mediante depósito bancario en la siguiente cuenta:

*Banco de Guayaquil
Cuenta Corriente: 982106 -6
Beneficiario: Área Naranja*

Cronograma:

Se realizará un cronograma separado tres semanas:

Primera semana

- Análisis y diseño de los bocetos para el logotipo
- Interacción con el cliente, acordando un día y hora específico para conversar con el cliente mediante chat, teléfono o skype.
- Diseño final del logotipo.

Segunda semana:

- Diseño de los bocetos de la imagen corporativa
- Interacción con el cliente, acordando un día y hora específico para conversar con el cliente mediante chat, teléfono o skype.
- Diseño final de la imagen corporativa

Nota: Tomaremos una semana más para superar imprevistos que puedan darse en las dos semanas anteriores y que causen retraso en el trabajo.

Si el tiempo estimado sobrepasa el cronograma y es por causa del cliente, habrá un incremento en el precio del 1% por cada día de retraso.

Adicionales:

También ofrecemos el servicio de asesoría para **registrar la marca/logotipo en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)**.

El valor del servicio es de: \$ 300.00 sin IVA, incluye abogado patrocinador, seguimiento del proceso, información continua del proceso.

(No incluye pagos obligatorios impuestos por el IEPI.)

Si necesita más información le enviaremos un mail con toda la información necesaria acerca del tema.

Quedamos a su disposición en nuestro número de teléfono habitual: (593) 02 511 660 ext. 2004

También pueden ponerse en contacto personalmente:

"Ing. Iván Suárez Vásquez", **móvil:** 593 09 5034190

e-mail: info@areanaranja.com

Gracias por su interés.

BRIEF DE INVESTIGACION DE MERCADO

NOMBRE DEL ESTUDIO:

Colocar la pregunta central que se desea se responda.....

ANTECEDENTES:

Explicar brevemente que es lo que lleva a este estudio

Cuales son los problemas o necesidades

Describir brevemente el producto centro del análisis, poner el nombre

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Listar las inquietudes que se tiene

Colocar como lluvia de ideas lo que se desea conocer

TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Anotar que se ha pensado. Consultor Apoyo si es del caso sugería lo que fuera más conveniente

Cualitativa - Exploratoria

Cuantitativa - Confirmatoria

TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:

Anotar que se ha pensado. Consultor Apoyo si es del caso sugería lo que fuera más conveniente

Encuestas

Grupos focales

Entrevistas

TARGET O GRUPO OBJETIVO:

Género: Hombres Mujeres

Edad: anotar edades.....

Niveles Socioeconómicos: anotar niveles Alto (A1) Medio alto (A2) Medio Típico (B1*) y Medio Bajo (B2*)

Características especiales: Escuchen radio.....u otras relevantes al estudio, viven en una zona determinada, compran ciertas cosas...

ÁMBITO GEOGRÁFICO:

Definir ciudades

Guayaquil y Quito

Provincias: cuáles

NÚMERO DE GRUPOS/ENCUESTAS /ENTREVISTAS

Anotar que se ha pensado. Consultor Apoyo si es del caso sugerirá lo que fuera más conveniente

Se realizará un total de grupos focales

Se realizará un total de encuestas

OBSERVACIONES:

Anotar alguna indicación especial

.....

La información contenida en este documento es confidencial y únicamente puede ser utilizada por la persona o la compañía a la cual esta dirigida. Cualquier retención, difusión, distribución o copia total o parcial de este documento sin autorización escrita de CONSULTOR APOYO, es prohibida y sancionada por la ley.

COTIZACIÓN

ARTICULOS PUBLICITARIOS



PUBLICIDAD

SEÑORITA

ROSA JARRIN

ADJUNTO LO REQUERIDO:



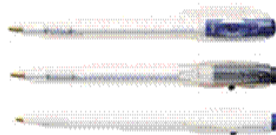
CODIGO:	PLL004-3 (C)						
DESCRIPCION:	LLAVERO PVC FLEXIBLE 3D -3 colores						
Medidas:	N/A						
Material:	PVC Flexibre						
Color:	A escoger						
Impresión:	3 Colores						
Cantidad:	500+	1000+	2000+	3000+	4000+	5000+	10000+
Precio Unitario:	1.19	0.83	0.81	0.80	0.78	0.77	0.74
Personalización:	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Color Adicional:							
Observaciones:							



CODIGO:	PLLTES251L (A)						
DESCRIPCION:	LLAVERO ECONOMICO PLASTICO 25cm2 1 LADO						
Medidas:	25cm2						
Material:	Plástico						
Color:	N/A						
Impresión:	Full Color						
Cantidad:	50+	100+	250+	500+	1000+	3500+	5000+
Precio Unitario:	0.60	0.57	0.54	0.52	0.49	0.47	0.44
Personalización:	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Color Adicional:	N/A						
Observaciones:	Impresión 1 solo lado						



CODIGO:	BICRS (C)					
DESCRIPCION:	Round Stic					
Medidas:	N/A					
Material:	Plástico					
Color:	A escoger					
Impresión:	1 Color					
Cantidad:	250+	500+	1000+	2500+	5000+	10000+
Precio Unitario:	0.34	0.32	0.30	0.27	0.24	0.22
Personalización:	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Color Adicional:	0.05					
Observaciones:	Cantidades y colores sujetos a stocks en fábrica					



CODIGO:	BICBU2TR (C)					
DESCRIPCION:	BU2 Transparente					
Medidas:	N/A					
Material:	Plástico					
Color:	A escoger					
Impresión:	1 Color					
Cantidad:	250+	500+	1000+	2500+	5000+	10000+
Precio Unitario:	0.44	0.42	0.40	0.38	0.36	0.34
Personalización:	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Color Adicional:	0.05					
Observaciones:	Cantidades y colores sujetos a stocks en fábrica					



CODIGO:	PPA002 (A)						
DESCRIPCION:	JARRO PLASTICO - IMPRESIÓN FULL COLOR						
Medidas:	11 oz.						
Material:	Plástico reforzado						
Color:	N/A						
Impresión:	Full Color						
Cantidad:	1+	12+	25+	50+	100+	250+	500+
Precio Unitario:	5.00	2.15	1.99	1.83	1.75	1.67	1.59
Personalización:	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
Observaciones:							



CODIGO:	PJC003FC (C)						
DESCRIPCION:	JARRO CERAMICA 11 oz. FULL COLOR						
Medidas:	11 oz.						
Material:	Cerámica						
Color:	Blanco						
Impresión:	Full Color (área de impresión: 20 cm x 7 cm)						
Cantidad:	1+	12+	25+	50+	100+	250+	500+
Precio Unitario:	9.50	3.61	2.96	2.66	2.51	2.42	2.39
Personalización:	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
Observaciones:	Lamentamos no poder garantizar impresión hasta los extremos. Caja de cartón individual: \$ 0.50 adicional						

NOTA: Precios no incluyen IVA. Forma de pago: 50% con Orden de Compra, 50% contra entrega. Validez de la oferta: 8 días. Cantidades y colores sujetos a stocks disponibles, favor confirmar. El tiempo de entrega correrá una vez que la orden de trabajo esté debidamente aprobada por el cliente con su firma y el anticipo haya sido efectivizado.

Esperamos sinceramente poder trabajar con ustedes en el futuro proveyendo los mejores productos promocionales. En caso de tener dudas o inquietudes sobre nuestros productos y/o servicios no dude en llamarnos.

Saludos cordiales.

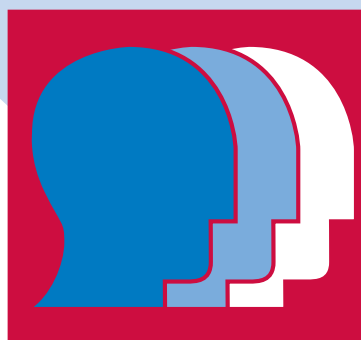
María Calahorrano.



GRUPO CREATIVO

José Tamayo N24-157 y Foch
Telfs.: 255 8936 - 223 8238 - 290 4755
Fax: 290 8623 • Celular 09 972 6781
E mail: grupocreativo@uio.satnet.net • Quito - Ecuador

QUIENES
SOMOS



GRUPO CREATIVO

Una agencia de publicidad que nació en

1978 y desde entonces ha venido

desarrollando comunicación publicitaria

para todo tipo de clientes nacionales

y extranjeros; públicos y privados;

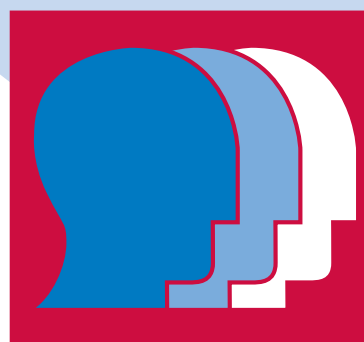
grandes o pequeños en todos los sectores de
negocios.

Formamos parte de la Asociación Ecuatoriana

de Agencias de Publicidad y estamos afiliados

a Sipcom Green Partners Network.

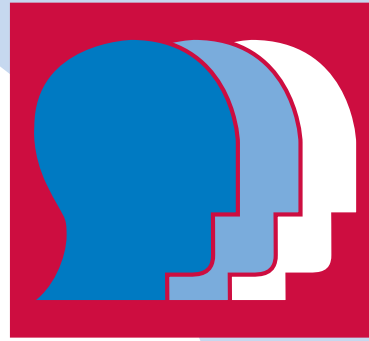
QUE
OFRECEMOS



GRUPO CREATIVO

- planificación estratégica de campañas,
- producción de mensajes publicitarios para todo tipo de medio,
- creación y promoción de marcas a nivel nacional e internacional,
- evaluación y medición de mercados,
- planificación, negociación y contratación de medios,
- control de pauta,
- análisis de competencia,
- relaciones públicas,
- diseño de imagen corporativa,
- diseño gráfico publicitario
- BTL
- y muchos otros servicios.

NUESTRO ESQUEMA



GRUPO CREATIVO

Contamos con una moderna infraestructura propia, para ofrecerle una atención eficaz y personalizada en cada uno de nuestros departamentos:

DEPARTAMENTO DE CUENTAS.

Trato gerencial, que permite una rápida toma de decisiones y soluciones eficaces a sus requerimientos.

DEPARTAMENTO CREATIVO.

Con creativos de probada experiencia, para hacer de sus mensajes una publicidad con fuerza vendedora.

DEPARTAMENTO DE MEDIOS.

Planificación de estrategias, información detallada y actualizada de cada uno de los medios, monitoreo, informes de competencia, control de pauta, excelentes contactos y eficaces negociaciones que optimizan su presupuesto.

DEPARTAMENTO DE ARTE.

Tecnología de punta para ofrecer ágiles respuestas a su comunicación gráfica.

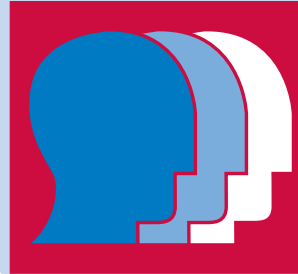
DEPARTAMENTO DE RELACIONES PUBLICAS.

Asesoramiento efectivo para que todas sus actividades trasciendan y sean aprovechadas al máximo en el fortalecimiento de la imagen de su empresa y/o producto.

OTROS DEPARTAMENTOS.

Fotografía, producción, contabilidad, etc., que hacen de esta empresa una agencia de servicios plenos.

QUIENES SON
NUESTROS
ACTUALES
CLIENTES



GRUPO CREATIVO



AIG METROPOLITANA
Compañía de Seguros



ALIMENTOS DON DIEGO
Alimentos



ALPACIFIC
Importadora y Distribuidora de Licores



BELLAVISTA C.A.
Conjuntos Residenciales



ECUADORIAN TOURS
Agencia de Viajes



EVOLUTION HOTELS
Sistema de optimización hotelera



GUS PROVINCIAS
Cadena de Pollos



GESTORES INMOBILIARIOS
Bienes Raíces



HOGAR SALUDABLE DEL ECUADOR
Importador de productos para el hogar



HOTELES QUITO METROPOLITANO
Asociación Hotelera de Quito

Imgam Cía. Ltda.

IMGAM
Importador y distribuidor de aceites y filtros para automóviles.



LABORATORIO LAMOSAN
Laboratorio Farmacéutico



LABORATORIOS LIFE
Laboratorio Médico



PROINMOBILIARIA
Bienes Raíces



RANCHO SAN FRANCISCO
Club

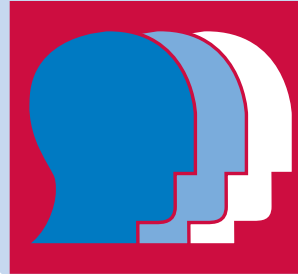


TEXAS CHICKEN
Cadena de Pollos



VIRUMEC
Importador de Licores

LISTADO DE CLIENTES
PARA LOS CUALES
HEMOS TRABAJADO
A LO LARGO DE
NUESTRA TRAYECTORIA



GRUPO CREATIVO



ABN-AMRO Bank

ABN AMRO BANK
Institución Financiera



Bristol-Myers Squibb Ecuador Cia. Ltda.

BRISTOL - MYERS SQUIBB
Laboratorio Farmacéutico



para toda la vida...

EDESA
Griferías



ECASA
Electrodomésticos



FV FRANZ VIEGENER
Accesorios para baño y cocina



HOWARD JOHNSON
Hotel



HOSPITAL METROPOLITANO
Institución Privada de Salud



IBM
Computadores

Ministerio de Turismo
Ecuador

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR
Dependencia Pública

GG-080-0509

Quito, D.M., a 13 de mayo de 2009

**Señor Ingeniero
Telmo Vanegas Quiroz
PROYECTOS ESTRUCTURALES
VANEGAS QUIROZ & ASOC. CIA. LTDA.
tevanegasq@yahoo.es
Presente.-**

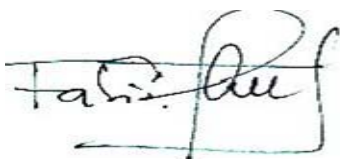
Ref.: Oferta para Estudio de Mercado Inmobiliario "SANGOLQUÍ"

Estimado Ingeniero Vanegas:

Para cumplir con lo acordado en la reunión del día de ayer, adjunto al presente nos place hacerle llegar la propuesta para realizar un **Estudio de Mercado Inmobiliario**, para potencial proyecto a desarrollarse en terreno de alrededor 1,000 m², ubicado sobre la avenida Abdón Calderón, en el centro poblado de la ciudad de Sangolquí.

Esperamos que esta propuesta convenga a sus intereses. Estaremos a la espera de sus comentarios y resoluciones

Le saludamos cordialmente,



**Fabián Cuesta R.
Gerente General
Gridcon Inteligencia Inmobiliaria**



ESTUDIO DE MERCADO INMOBILIARIO "SANGOLQUÍ"

1. OBJETIVOS FUNDAMENTALES.

- Definir el o los productos inmobiliarios más adecuados para su desarrollo en el terreno a analizarse.
- Determinar las principales características (perfil) del potencial proyecto a desarrollarse y de los productos inmobiliarios que lo conformarían.
- Establecer la viabilidad comercial del proyecto y su recepción por parte de los mercados del Valle de Los Chillos y de la ciudad de Quito.

2. ALCANCE DEL ESTUDIO.

- Definición del estrato socioeconómico del mercado objetivo para el proyecto.
- Determinación del perfil de la oferta de acuerdo con los niveles de precios definidos por **Gridcon Inteligencia Inmobiliaria**, según las características del proyecto (Información establecida en la **Base SiiD[®]** - Sistema de Información Inmobiliaria Dinámica).
- Evaluación de la competencia de proyectos de vivienda (departamentos) y de oficinas en el entorno de influencia directa para el proyecto, y en sectores indirectos, si es del caso.
- Comparación de variables por tipo de oferta, áreas promedio ofertadas, valor promedio de la oferta, valor del metro cuadrado y superficies (Fuente: SiiD[®]).
- Definición de los perfiles de los mercados potenciales de departamentos y de oficinas para el proyecto, sobre la base de los análisis de la demanda de vivienda y corporativos en el Valle de Los Chillos.
- Análisis del entorno urbano: servicios del sector, vías de acceso y sus características, transporte, planteles educativos, servicios comerciales, asistenciales y financieros.
- Ventajas y desventajas del sector y del terreno.
- Conclusiones.



- Recomendaciones en relación al (los) producto(s) a desarrollarse y sus respectivos precios.
- Planos, cuadros y gráficos de resumen.

Los análisis ofertados incluyen la siguiente información:

1. Ficha de cada uno de los proyectos de departamentos y de oficinas en oferta actual en los sectores analizados. Estas fichas contienen:
 - Nombre del proyecto
 - Ubicación
 - Número de unidades por proyecto
 - Características del proyecto
 - Servicios disponibles por proyecto
 - Volumen total de la oferta, en metros cuadrados
 - Superficie promedio de las unidades
 - Precio promedio por metro cuadrado de oficina
 - Estado del proyecto
 - Realizadores
 - Forma de pago
 - Medios de promoción
 - Composición de la oferta
 - Fotografía del proyecto
2. Análisis de las principales características de los proyectos de la competencia, de acuerdo con los sectores analizados: proyectos totales por sector, rango de unidades por sector, rango de superficies, número de estacionamientos, rangos de precios por metro cuadrado y absolutos, cuota inicial requerida, valores a financiar, valor de cuota mensual, ingreso promedio mensual requerido.
3. Cuadros comparativos de la oferta que contienen la siguiente información: número de proyectos totales, inventario en unidades y metros cuadrados por proyecto (total y disponible), superficies promedio por proyecto, precios promedio totales por proyecto, precio promedio del metro cuadrado, niveles de absorción, fecha de inicio de los proyectos, oferta en número de dormitorios / oficinas por proyecto, oferta en número de estacionamientos por proyecto.

4. Planos de ubicación de los proyectos en los sectores analizados.

3. METODOLOGÍA.-

Los análisis de mercado que **Gridcon Inteligencia Inmobiliaria** realizará, se sustentarán en el empleo de las siguientes herramientas e información:

- Estudios y **Bases Siid**[®] en las categorías de vivienda y de oficinas. Esta información es monitoreada y actualizada por Gridcon Cia. Ltda., desde el año 1997.
- Estudios de Demanda de Vivienda y de Oficinas.
- Análisis de niveles socioeconómicos.
- Investigación de campo para determinar los inventarios de proyectos de departamentos y de oficinas en los sectores analizados.

4. TIEMPO DE ENTREGA.-

Considerando la magnitud del proyecto en cuestión, y el nivel de detalle que los análisis propuestos requieren, el tiempo determinado para la elaboración de este estudio será de **veinte (20) días laborables**, contados a partir de la firma del contrato y entrega del anticipo correspondiente.

Se entregarán dos (2) ejemplares impresos de los análisis realizados.

5. COSTO DEL ESTUDIO Y FORMA DE PAGO.-

El costo del estudio a realizarse para este proyecto será de tres mil dólares americanos (**US\$ 2,600.00**) más el valor del IVA vigente, costo que deberá ser cancelado de la siguiente forma:

- 60% a la aceptación de esta propuesta y firma del Contrato correspondiente.
- 40% previo a la entrega del documento final.

6. VIGENCIA DE LA OFERTA.-

La presente oferta tendrá una vigencia de 15 días.

7. INFORMACIÓN REQUERIDA.-

Para realizar el Estudio propuesto, requerimos se nos provea de lo siguiente:

- Línea de Fábrica del terreno
- Plano de ubicación de la propiedad

- Información disponible sobre el proyecto en cuestión, si hubiera
- Planos del anteproyecto, si hubiera

8. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD.-

Gridcon Inteligencia Inmobiliaria y cada uno de sus consultores-asesores se comprometen a mantener estricta confidencialidad de toda la información suministrada por el cliente, y de todos los análisis y conclusiones que se generen dentro de los acuerdos y contratos celebrados con el mismo.





PROPUESTA DE INVESTIGACION DE MERCADO

***PREPARADO PARA
ANA TITUAÑA***

***IMPLEMENTACION DE UNA LAVANDERIA EN
HUMEDO***

Quito, Mayo del 2.009



1. ANTECEDENTES

*En e-mail recibido por parte de la Señorita Ana Tituaña, se invitó gentilmente a la agencia de investigación de mercados **LOGIKA**, a la presentación de una propuesta tendiente a la realización de una investigación de mercado tipo cuanti-cualitativa, con el fin de establecer la implementación de una lavandería en húmedo según las necesidades del mercado. La investigación en mención estará dirigida a un market target de nivel socioeconómico; medio típico, medio alto y alto de rangos etarios comprendidos entre los 22 y 65 años de edad que se encuentren en actividad económica activa, de ambos sexos, residentes de la ciudad de Riobamba.*

La investigación que proponemos y el consecuente análisis de los resultados, permitirá adquirir un conocimiento profundo sobre la situación actual del market target frente al servicio de lavanderías, basados según criterios, percepciones y costumbres del market target a entrevistar con el fin de que la Señorita Ana Tituaña pueda desarrollar las estrategias más adecuadas para cubrir un posible mercado potencial desatendido de este servicio.

La propuesta que presentamos a continuación resume lo que serían los objetivos, mecánica a seguir y términos o condiciones generales previstas para la realización de la consecuente investigación de mercado. Cabe destacar que nuestra agencia basa su trabajo para la práctica de la investigación social y de mercados en el código internacional de ESOMAR (Asociación Europea para la Investigación de Opinión y de Mercados)

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Los objetivos básicos para la investigación de mercado en mención son:

Objetivos Generales:

- *Establecer el mercado y la demanda potencial para usuarios de una lavandería en húmedo.*

- *Determinar las costumbres de uso del servicio de lavandería y definir los criterios del mismo.*
- *Determinar la competencia directa e indirecta de una lavandería en húmedo existente en Riobamba.*
- *Establecer la campaña publicitaria de mayor impacto para la persuasión en la utilización de una lavandería en húmedo.*

Específicos:

Establecer el mercado y la demanda potencial para usuarios de una lavandería en húmedo, mediante:

- a) Definir hábitos de inversión o no inversión en servicios de lavandería de prendas de vestir.*
- b) Establecer motivaciones de inversión o no inversión de dinero en servicios de lavandería.*
- c) Determinar la percepción que tiene el market target sobre el servicio de lavandería.*
- d) Cuantificar y ponderar el mercado predispuesto a invertir en el servicio de lavandería en húmedo.*
- e) Determinación de las características que tienen los posibles clientes potenciales del mercado de lavandería en húmedo, como son; edad, nivel socio-económico, estilo de vida, actividades y costumbres de inversión.*
- f) Ponderación y cuantificación del market target potencial de inversionistas en el servicio de lavado en húmedo en relación a la población de interés según las características encontradas.*

Determinar las costumbres de uso del servicio de lavanderías y definir los criterios de las mismas, mediante:

- a) Definir la costumbre de inversión en el servicio de lavandería.*

- b) *Establecer la frecuencia de inversión en el servicio de lavandería.*
- c) *Establecer los establecimientos donde utilizan el servicio de lavandería.*
- d) *Determinar los montos de inversión en el servicio de lavandería.*
- e) *Definir los motivos de inversión en los establecimientos que frecuentan habitualmente.*
- f) *Conceptualizar los criterios sobre los establecimientos donde utilizan el servicio de lavandería con frecuencia.*
- g) *Establecer los servicios adicionales de lavandería que desearían que se les proporcionen.*

Determinar la competencia directa e indirecta de una lavandería en húmedo existente en Riobamba, mediante;

- a) *Establecer los principales establecimientos de servicio de lavandería que utilizan con frecuencia en la plaza de interés.*
- b) *Identificar las características principales de cada establecimiento de servicio de lavandería.*
- c) *Establecer los medios de comunicación que utilizan los principales establecimientos de servicio de lavandería.*
- d) *Determinar la competencia indirecta de un establecimiento de lavandería en húmedo.*

Establecer la campaña publicitaria de mayor impacto para la persuasión en la utilización de una lavandería en húmedo, mediante;

- a) *Determinar los materiales publicitarios de mayor impacto en la población de Riobamba para promocionar un servicio de lavandería en húmedo.*
- b) *Definir motivaciones de uso del servicio de lavandería en húmedo.*



3. METODOLOGIA A IMPLEMENTARSE

Con el fin de cumplir con los objetivos indicados precedentemente, hemos determinado que la investigación se fundamentará en la aplicación de una investigación descriptiva y un análisis cuanti - cualitativo, basados en entrevistas personales directas y profundas con la aplicación de un cuestionario estructurado dirigido a una muestra del universo objetivo hombres y mujeres residentes de hábitat urbano y periférico de la de la ciudad de Riobamba de rangos etarios comprendidos entre los 22 y 65 años de edad y que se encuentren en actividad económica, los mismos que serán seleccionadas en forma probabilística, por medio cuatro etapas, que son:

1. Selección de las zonas muestrales dentro de la población.
2. Selección de los sectores dentro de cada zona maestra.
3. Selección de los hogares dentro de cada sector.
4. Selección de entrevistado (hombres y mujeres entre de 22 y 65 años de edad en actividad económica que tomen decisión dentro del hogar).

4. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Sobre la base de la información recopilada acerca del market target a investigar y la información recopilada en nuestra investigación explorativa, hemos utilizado el método de muestreo aleatorio estratificado y de área para determinar que la muestra sea un total de 245 entrevistas.

Las muestras partieron de un análisis poblacional de medias, considerando como parámetro indispensable obtener una representatividad estadística del noventa y cinco por ciento.

El error máximo permisible para un nivel de confianza del 95% fue de 0.05, partiendo de una proporción de la población de 0.8 con una desviación estándar en la

distribución de 1.96, teniendo como margen de error +- 3%, siendo la fórmula utilizada;

$$n = \frac{P^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P^2}{N}}$$

Donde:

Z = Desviación estándar en la distribución.

P = Proporción de la población

E = Error máximo permisible

N= Universo poblacional

La información de la muestra se basó en los datos estadísticos del censo poblacional realizado el año 2.001, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), y proyectados al año 2.008 por esta misma institución, los rangos etarios se desagregaran de acuerdo a la distribución poblacional de Riobamba, mientras que los datos socioeconómicos se basaran en la información general que mantiene el INEC para todo el país.

5. ESTRUCTURA DEL UNIVERSO MUESTRAL

El resumen de la estructura del universo muestral a investigar, es:

Universo muestral:

Entrevistados: Hombres y Mujeres de estratos socioeconómicos medio típico, medio ascendente, medio alto y alto;

comprendidos entre 22 y 65 años de edad; de varias ocupaciones y profesiones; habitantes urbanos y urbanos-perimetrales de la ciudad de Riobamba y que se encuentren económicamente activos, teniendo como universo muestral un total de 245 entrevistas, siendo la desagregación demográfica el siguiente cuadro;

DESAGREGACION DEMOGRAFICA DEL UNIVERSO MUESTRAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA

EDAD			NIVEL SOCIO-ECONOMICO		
18 a 24	26.31%	64 Entrevistas	Alto	11.02%	27 Entrevistas
25 a 29	17.68%	43 Entrevistas	Medio Alto	18.11%	44 Entrevistas
30 a 34	14.89%	37 Entrevistas	Medio Ascendente	28.35%	70 Entrevistas
35 a 39	11.92%	29 Entrevistas	Medio Típico	42.52%	104 Entrevistas
40 a 44	8.96%	22 Entrevistas			
45 a 49	6.63%	16 Entrevistas			
50 a 54	5.20%	13 Entrevistas			
55 a 59	4.05%	10 Entrevistas			
60 a 65	4.34%	11 Entrevistas			

SEXO		
Hombre	47.90%	128 Entrevistas
Mujer	52.10%	117 Entrevistas

El cumplimiento de la desagregación demográfica en el levantamiento de la información de campo, tiene como objetivo poder ponderar y cuantificar la información levanta con el fin de obtener datos estadísticos reales sobre cada segmento de la población de cada plaza de interés a investigar.

La calificación de los niveles socioeconómicos se basará en los perfiles que se mantiene para estos segmentos, como son;

NIIVEL SOCIOECONÓMICO ALTO A/B

- *Este es el estrato que contiene a la población con el más alto nivel de vida e ingresos del país, ingreso superiores anuales a los \$82.000 Usd.*

Perfil Educativo y Ocupacional del Jefe de Familia

- *En este segmento el Jefe de Familia tiene en promedio un nivel educativo de ingeniería o mayor. Los jefes de familia de nivel AB se desempeñan como grandes o medianos empresarios (en el ramo industrial, comercial y de servicios); como gerentes, directores o destacados profesionistas. Normalmente laboran en importantes empresas del país o bien ejercen independientemente su profesión.*

Perfil del Hogar

- *Los hogares de las personas que pertenecen al nivel AB son casas o departamentos propios de lujo que en su mayoría cuentan con 6 habitaciones o más, dos 2 ó 3 baños completos, el piso de los cuartos es de materiales especializados distintos al cemento y todos los hogares de este nivel, tienen calentador de agua.*
- *En este nivel las amas de casa cuentan con una o más personas a su servicio, ya sean de planta o puertas afuera.*
- *Los hijos de estas familias asisten a los colegios privados más caros o renombrados del país.*



Artículos que posee

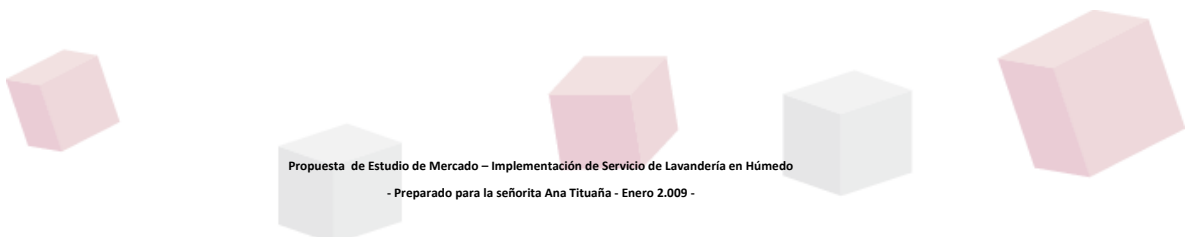
- *Todos los hogares de nivel AB cuentan con al menos un auto propio, regularmente es del año y algunas veces de lujo o importados, y tienden a cambiar sus autos con periodicidad de aproximadamente dos años. Los autos usualmente están asegurados contra siniestros.*

Servicios

- *En lo que se refiere a servicios bancarios, estas personas poseen al menos una cuenta corriente (usualmente el jefe de familia), y tiene más de 2 tarjetas de crédito, así como seguros de vida y/o de gastos médicos particulares.*

Diversión/Pasatiempos

- *Las personas de este nivel asisten normalmente a clubes privados. Suelen tener casa de campo o de tiempo compartido. Además, más de la mitad de la gente de nivel alto ha viajado en avión en los últimos 6 meses, y van de vacaciones a lugares turísticos de lujo, visitando al menos una vez al año el extranjero y varias veces el interior de la república. La televisión ocupa parte del tiempo dedicado a los pasatiempos, dedicándole menos de dos horas diarias.*



Nivel Socioeconómico Medio Ascendente

- *En este segmento se consideran a las personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio, poseen ingresos familiares entre \$82.000 Usd. y \$32.000 Usd.*

Perfil educativo del Jefe de Familia

- *La mayoría de los jefes de familia de estos hogares tiene un nivel educativo de licenciatura y en algunas ocasiones cuentan solamente con educación superior sin terminar.*
- *Destacan jefes de familia con algunas de las siguientes ocupaciones: empresarios de compañías pequeñas o medianas, gerentes o ejecutivos secundarios en empresas grandes o profesionistas independientes.*

Perfil del Hogar

- *Las viviendas de las personas que pertenecen al Nivel C+ son casas o departamentos propios que cuentan con 5 habitaciones o más, 1 ó 2 baños completos. Uno de cada cuatro hogares cuenta con servidumbre de planta o puertas afuera.*
- *Los hijos son educados en primarias y secundarias particulares, y con grandes esfuerzos terminan su educación en universidades privadas caras o de alto reconocimiento.*

Artículos que posee

- *Casi todos los hogares poseen al menos un automóvil, aunque no tan lujoso como el de los adultos de nivel alto. Usualmente tienen un auto familiar. Normalmente, sólo uno de los autos está asegurado contra siniestro.*
- *En su hogar tiene todas las comodidades y algunos lujos; al menos dos aparatos telefónicos, equipo modular, compact disc, dos televisores a color, reproductor de videos, horno de microondas, lavadora, la mitad de ellos cuenta*

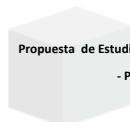
con inscripción a televisión pagada y PC. Uno de cada tres tiene aspiradora. En este nivel las amas de casa suelen tener gran variedad de aparatos electrodomésticos.

Servicios

- *En cuanto a servicios bancarios, las personas de nivel C+ poseen un par de tarjetas de crédito, en su mayoría nacionales, aunque pueden tener una internacional.*

Diversiones/Pasatiempos

- *Las personas que pertenecen a este segmento asisten a clubes privados, siendo éstos un importante elemento de convivencia social. La televisión es también un pasatiempo.*
- *Vacacionan generalmente en el interior del país, y a lo más una vez al año salen al extranjero.*



Nivel Socioeconómico Medio Típico C

- *En este segmento se considera a las personas con ingresos o nivel de vida medio, sus ingresos familiares oscilan entre \$10.000 Usd. y 32.000 Usd.*

Perfil Educativo del Jefe de Familia

- *El jefe de familia de estos hogares normalmente tiene un nivel educativo de universidad y algunas veces secundaria. Dentro de las ocupaciones del jefe de familia destacan pequeños comerciantes, empleados de gobierno, vendedores, maestros de escuela, técnico y obreros calificados.*

Perfil de Hogares

- *Los hogares de las personas que pertenecen al nivel C son casa o departamentos propios o rentados que cuentan en promedio con 3 habitaciones y 1 baño completo.*
- *Los hijos algunas veces llegan a realizar su educación básica (primaria/secundaria) en escuelas privadas, terminando la educación superior en universidades públicas.*

Artículos que posee

- *Dos de cada tres hogares de clase C sólo posee al menos un automóvil, regularmente es para uso de toda la familia, compacto o austero, y no de modelo reciente; casi nunca está asegurado contra siniestros.*
- *Cuentan con algunas comodidades: 1 aparato telefónico, equipo modular, 2 televisores, y reproductor de videos. La mitad de los hogares tiene horno de microondas y uno de cada tres tiene televisión pagada y PC. Muy pocos cuentan con servidumbre de entrada por salida.*



Servicios

- *En cuanto a instrumentos bancarios, algunos poseen tarjetas de crédito nacionales y es poco común que usen tarjeta internacional.*

Diversión/Pasatiempos

- *Dentro de los principales pasatiempos destacan el cine, parques públicos y eventos musicales. Este segmento usa la televisión como pasatiempo. Gustan de los géneros de telenovela, drama y programación cómica.*
- *Estas familias vacacionan en el interior del país, aproximadamente una vez por año van a lugares turísticos accesibles (poco lujosos).*

6. FORMULARIO DE INVESTIGACION



El formulario de investigación estará dirigido al market target de interés y tendrá la finalidad de medir la conciencia de los entrevistados, sus costumbres de uso, percepciones y actitudes frente al mercado de servicio de lavanderías.

El formulario de investigación estará diseñado sobre la base de los objetivos propuestos y será implementado luego de ser expuesto y aprobado por la Señorita Ana Tituaña.

El formulario de investigación constará aproximadamente de 35 a 40 interrogantes, que se dividirán en preguntas cerradas de opción única, preguntas cerradas de opción múltiple, escalas de calificación y preguntas abiertas.

7. PRUEBA PILOTO



Para iniciar el proceso de investigación, se realizará una prueba piloto para confirmar la claridad, fluidez y comprensión de las herramientas de investigación.



La prueba piloto se ejecutará manteniendo los parámetros geo - demográficos requeridos, sobre un porcentaje predeterminado del universo muestral.

En el caso de que en la prueba piloto se encuentre problemas con la fluidez, entendimiento del formulario y predisposición a contestar la entrevista a aplicar, se volverá a replantear cambios o un nuevo formulario para ser implementado previa aceptación de la Señorita Ana Tituaña.

8. TRABAJO DE CAMPO



Una vez determinada la muestra en cartografía del INEC (Instituto Nacional de Censo y Población), calificado el formulario de investigación y aprobada la metodología a utilizar, se procederá a instruir al equipo de campo sobre los objetivos del trabajo, metodología a seguir y requisitos.

El equipo de campo para la investigación estará conformado por un equipo de trabajo, conformado por cinco entrevistadores entrenados y calificados en este tipo de investigación, un supervisor de campo, un analista de mercado y el ejecutivo de cuenta a cargo.

El trabajo de campo se desarrollará mediante la aplicación de entrevistas planificadas a los elementos del market target. Los formularios serán completados por los entrevistadores con la ayuda de los entrevistados.

Con el objetivo de evitar el sesgo del sondeo a realizar, en el levantamiento de la información de campo no se mencionará que tanto las entrevistas como los resultados que arroje la investigación, serán para la implementación de un centro de servicio de lavanderías.

Nuestro reclutamiento para la realización de las entrevistas será que el consecuente estudio es un trabajo de estudio social para determinar costumbres de consumo y percepciones de nuevos servicios en la población ecuatoriana.

La Señorita Tituaña podrá designar a una persona para que acompañe al equipo de campo al levantamiento de la información.



9. VALIDACION DE LAS ENTREVISTAS

Una vez terminado el levantamiento de la información de campo, se realizarán las corroboraciones de las entrevistas vía telefónica sobre una muestra determinada al azar, bajo la supervisión de un Analista de Mercados y el Ejecutivo de Cuenta a cargo.

De igual manera los formularios serán sometidos a un riguroso control de errores por prejuicio de respuestas, consistencias lógicas y falta de contestaciones.

Los formularios que no pasen cualquiera de estos filtros de calidad serán anulados, y se volverá a seleccionar elementos del market target para el levantamiento de la información faltante.

10. PROCESAMIENTO DE LAS ENTREVISTAS

Los formularios aprobados serán procesados en una base de datos creada especialmente para la Señorita Ana Tituaña en lenguaje Clipper y la generación de tablas estadísticas de resultados se realizará en SPSS for Windows.

El procesamiento de las entrevistas estará bajo la dirección de nuestro Ingeniero en Sistemas y bajo la estricta supervisión del Analista de Mercados y el Ejecutivo de Cuenta a cargo.

Una vez procesadas las entrevistas, se procederá a la verificación de la data, aprobada la data se realizaran los cruces necesarios de la información general y la impresión de los resultados.

Terminado el procesamiento de las entrevistas, se procederá a guardar las mismas para su entrega total a la Señorita Ana Tituaña, con la finalidad que pueda poseer un respaldo para seguridad y confidencialidad de la investigación de mercado realizada.

Así mismo la data será borrada de nuestro sistema de cómputo un mes después de haber sido presentado los resultados finales para seguridad y confidencialidad de la investigación de mercado realizada.

11. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Una vez impresos los resultados obtenidos por cada interrogante con los cruces por; genero, nivel socioeconómico, edad y cruces adicionales necesarios para desarrollar matrices según las necesidades de la señorita Ana Tituaña, se procederá al análisis respectivo por nuestros consultores con la dirección del Analista de Mercados.

Las conclusiones del estudio serán presentadas por escrito y tendrán relación absoluta con los objetivos planteados. Las conclusiones se sustentaran con los datos estadísticos obtenidos y gráficos de apoyo.

12. PRESENTACION DE LOS RESULTADOS

Se presentaran informes semanales sobre el avance de la investigación, un informe preliminar cuatro días antes de la entrega del informe final y los resultados finales serán presentados de la siguiente manera:

- 1. Encuadre metodológico del trabajo.*
- 2. Resultados estadísticos segmentados demográficamente.*
- 3. Análisis de los resultados.*
- 4. Gráficos de apoyo.*
- 5. Recomendaciones.*
- 6. Presentación de los resultados en Power Point.*

Adicionalmente se entregará un CD que contendrá todos los puntos descritos a demás de la base de datos generada por la tabulación de las entrevistas para que la Señorita Ana Tituaña pueda solicitar a la agencia Logika, cruces adicionales al estudio hasta tres meses después de haber sido entregado los resultados finales.

13. TIEMPO DE ENTREGA

Consideramos necesarios veinte días laborables como plazo prudente para la entrega de los resultados finales, los cuales describimos a continuación:

CRONOGRAMA DE TRABAJO	
<i>Etapas de la Investigación</i>	<i>Tiempo</i>
Preparación de las preguntas para el formulario	1 día
Prueba piloto	1 día
Trabajo de campo	10 días
Validación de los formularios	2 días
Procesamiento de la data	2 días
Análisis	4 días
TOTAL	20 DIAS

14. PRESUPUESTO



El costo total del trabajo de investigación requerido, es de dos mil cuarenta y ocho dólares americanos (\$. 2.048.00), monto que incluye todos los gastos operativos y administrativos de Logika, exceptuando el IVA.

El pago se realizará con el 50% de anticipo a la firma del contrato de prestación de servicios que contendrá la garantía de confidencialidad, confiabilidad y tiempo de entrega del trabajo a realizar y el 50% restante después de haber presentado los resultados finales de la investigación de mercado.

Estamos seguros de que los trabajos descritos o cualquier otro que se nos sea encomendado, cumplirá con todas sus expectativas, debido a nuestra extensa experiencia profesional y a las condiciones organizativas de nuestra empresa.