



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Plan estratégico para que un negocio funcione como microempresa, prestando servicios de asesoramiento tributario y contable con cobertura para la ciudad de Cuenca.

Trabajo de fin de titulación.

Autor:

Coronel Pesántez, John Rex,
Astudillo Tapia, Iván Patricio

Director:

Poma Guerrero, Jorge Leonardo, Ing.

Centro Universitario Cuenca

2013

Certificación

Ingeniero.

Jorge Leonardo Poma Guerrero.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo, denominado: "**Plan estratégico para que un negocio funcione como microempresa, prestando servicios de asesoramiento tributario y contable con cobertura para la ciudad de Cuenca.**" realizado por los profesionales en formación:

Coronel Pesántez John Rex y Astudillo Tapia Iván Patricio; cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, junio de 2013

f)

Cl:

Declaración de autoría y cesión de derechos

“Nosotros John Rex Coronel Pesantez e Iván Patricio Astudillo Tapia declaramos ser los autores del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f.

Autor: John Rex Coronel Pesantez
Cédula: 0103173209

f.

Autor: Iván Patricio Astudillo Tapia
Cédula: 0101672384

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi esposa Kathy Cuesta Luzuriaga que es una mujer ejemplar en este planeta, quien incondicionalmente con su amor, apoyo, paciencia y comprensión me ayudó cada momento para que yo pueda terminar esta tesis y pueda alcanzar este nuevo logro profesional.

Les dedico también este trabajo a mis hijos quienes son mi razón de llegar más lejos; con esto quiero demostrar que no existen límites que no se puedan alcanzar, que nada es imposible, que si hay barrera la misma se puede superar, y que si yo pude, ellos pueden mucho más. Juan Francisco y Pedro Sebastián ustedes tienen todo por delante y gracias a Dios podrán llegar a donde se lo propongan. Tienen todo en la vida para triunfar y llegar mucho más lejos que yo.

Mi esposa y mis hijos han sido mi fuerza, mi soporte, mi compañía, para lograr llegar a la culminación de esta tesis y por eso les digo muchas gracias, los amo mucho y son el motivo de mi existencia.

Le dedico también este trabajo a mis familiares más cercanos, gracias por ser mi guía en todo momento, gracias por seguirme apoyando gracias por su amor incondicional y dedicación, tío Nardo como un padre, Lolita como mi madre; Tamy, Romny y Ángelo más que primos unos hermanos, cómplices y compañeros.

Quiero también dedicar este trabajo a mis suegros Enrique Cuesta y Sarita Luzuriaga, quienes siempre han estado preocupados por mí y mi familia; recuerdo que cuando inicié con este proyecto ellos me brindaron su total apoyo como ya es muy característico de ellos.

Agradezco a mis Padres quienes me han permitido compartir junto a mis seres más queridos, agradezco de manera especial a mis abuelos Griselda y Francisco que junto a mi madre Magdalena siempre estarán con mi familia cuidándonos aunque sea desde el cielo.

John Rex Coronel Pesantez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios por ser mi padre bueno, por su iluminación; por ser el puntal que me sostiene, la luz que ilumina mi camino en la oscuridad, que no me ha dejado caer y me bendice a mí y a mi familia en todos mis caminos y a cada momento. Por ser mi padre, mi amigo, y mi todo me ha permitido que pueda lograr esta nueva meta.

Agradezco a la Microempresa Quality Asesoría Tributaria y Contable de propiedad de la Ing. CPA Ma. Catalina Cuesta Luzuriaga, mi esposa, mi amiga y consejera, quien desde el inicio de mi proyecto se convirtió en mi mentora, apoyándome, y brindando todo lo necesario para poder salir adelante con esta tesis. Agradezco la oportunidad que me dio de realizar este plan de negocios y su confianza depositada en mí.

Agradezco muchísimo a nuestro Director de tesis Ing. Leonardo Poma quien nos ha acompañado en este proceso, no solamente dándonos las pautas para que culminemos el mismo sino que ha dedicado su tiempo con abnegación para lograr este proyecto que además lo convirtió en suyo. Nuevamente gracias y me siento muy orgulloso de haber podido ser discípulo de un excelente profesor en mi carrera profesional.

Mi agradecimiento a mi compañero de tesis Iván Astudillo Tapia quien aportó con grandes ideas para desarrollar este trabajo

Agradezco finalmente a la Universidad Técnica Particular de Loja por haberme permitido ser más y no uno más, por los valiosos conocimientos transmitidos y le deseo los mejores éxitos en el futuro.

John Rex Coronel Pesántez

DEDICATORIA

A Dios.

Por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi madre Sara.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyo. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se lo debo a usted.

A mis familiares.

A mi Tía Ana por ser el ejemplo de una hermana mayor y de la cual aprendí aciertos y de momentos difíciles; a mi primo Marco que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis. ¡Gracias a ustedes!

A nuestro Director de Tesis y maestros.

Ing. Leonardo Poma por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis; finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis

A mis amigos.

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigos: John Coronel por haberme ayudado a realizar este trabajo.

Iván Astudillo Tapia

AGRADECIMIENTO

Los resultados de esta Tesis, están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. Nuestros sinceros agradecimientos están dirigidos hacia El Director de Tesis Ing. Leonardo Poma, quien con su ayuda desinteresada, nos brindó información relevante, próxima, pero muy cercana a la realidad de nuestras necesidades. A mi compañero John Coronel por su aporte de los conocimientos asociados a la Tesis, los cuáles plasmaron nuestros resultados investigativos en diseños originales, atractivos y de gran realce para el éxito del mismo. A nuestras familias por siempre brindarnos su apoyo, tanto sentimental, como económico. Pero, principalmente nuestros agradecimientos están dirigidos hacia las excelentísimas autoridades y catedráticos de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Gracias Dios, gracias madre y familiares

Iván Astudillo Tapia

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Certificación	ii
Declaración de autoría y cesión de derechos	iii
Dedicatorias	iv-vii
Agradecimientos	v-vii
Índice de Contenidos	viii
Índice de Cuadros	x
Índice de Gráficos	xi
Índice de Tablas	xii
Índice de Anexos	xiii
Resumen Ejecutivo	xiv
Abstract	xv

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

1.1 Diagnóstico situacional	1
1.1.1 Características del sector	2
1.1.2 Características del servicio	3
1.2. Concepto de empresas	5
1.2.2 Pequeñas y medianas empresas	6
1.2.3 Creación de microempresas	7
1.3. Análisis del entorno externo	11
1.3.1 Factor Político – Legal	11
1.3.2 Factor Económico	14
1.3.2.1 Crecimiento Económico del PIB	14
1.3.2.2 Inflación y desempleo	16
1.3.2.3 Tasas de interés	17
1.3.3 Factor Social cultural	17
1.3.4 Factor tecnológico	19

CAPITULO II

2. ANALISIS DE MERCADO	21
2.1. Investigación de mercado	21
2.1.1 Características del mercado	22
2.1.2 Objetivos del mercado	27
2.1.3 Segmentación del mercado	27
2.1.4 Recolección de información	29
2.1.4.1 Técnicas e instrumentos de investigación	30
2.1.4.2 Análisis y tratamiento de la información	31
2.1.4.3 Inferencia del resultado de la encuesta	35
2.2. Análisis de la Oferta	36

2.2.1 Evaluación del Negocio	37
2.2.2 Análisis de la Competencia	37
2.2.3 Posicionamiento	41
2.3 Análisis de la Demanda	42
2.3.1 Mercado Meta	42
2.3.2 Tamaño y Valor del Mercado	42
2.3.3 Nicho de Mercado	43
2.4. Determinación de la demanda insatisfecha	43
2.5. Mix de marketing	45

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO	49
3.1. Localización	49
3.2. Tamaño del Proyecto	50
3.2.1. Macrolocalización	51
3.2.1.1 Justificación	52
3.2.2. Microlocalización	52
3.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas	53
3.2.2.2 Transporte y Comunicación	54
3.3. Ingeniería de la empresa	54
3.3.1. El Proceso de Producción	54
3.3.1.1 Subproceso de Operación	55
3.3.2 Infraestructura y Equipos	56
3.3.2.1 Estimado de la Inversión	56
3.4. Personal Necesario o Capital Humano	56
3.5. Organización Administrativa	59
3.5.1 Objetivo	59
3.5.1.1 Objetivo general	60
3.5.2 Objetivos Específicos	60
3.5.3 Visión	61
3.5.4 Misión	61
3.5.5 Valores	62
3.5.6 Estrategias	64
3.5.7 Políticas	64
3.5.7.1 Estructura Funcional	67
3.5.7.2 Organigrama funcional	67
3.5.7.3 Organigrama estructural	68
3.6 Base Legal	68
3.6.1 Entidades Relacionadas	68
3.6.2 Leyes Conexas	70

CAPITULO IV	
4. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	71
4.1 Evaluación Económica	71
4.1.1. Inversión Inicial	71
4.1.1.1. Financiamiento de la inversión inicial	72
4.1.2. Balance General	73
4.1.3. Presupuesto de Ingresos	74
4.1.4. Presupuesto de gastos	75
4.1.4.1. Costo Directo	75
4.1.4.2. Gastos operacionales	76
4.1.4.3. Depreciaciones y valor residual	76
4.1.4.4. Presupuesto de costos y gastos operacionales	77
4.1.5. Estado de resultados proyectados	77
4.1.6. Flujos de caja proyectados	79
4.1.7. Valor residual del proyecto	80
4.2. Evaluación Financiera	80
4.2.1. Punto de equilibrio	81
4.2.2. Determinación de la TMAR	83
4.2.3. Cálculo de indicadores de evaluación del proyecto	83
4.2.3.1. Método del Valor Actual Neto (VAN)	84
4.2.3.2. Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR)	84
4.2.3.3. Relación costo/beneficio	84
4.2.3.4. Período de recuperación del capital	85
Conclusiones	86
Recomendaciones	87
Bibliografía	93
Anexos	93

INDICE DE CUADROS	
Cuadro No. 1	38
Competidores cercanos	
Cuadro No. 2	39
Descripción del servicio Quality y competidores	
Cuadro No. 3	44
Estadísticas de recaudación año 2010 y 2011 en Azuay	

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1	31
Sexo del encuestado	
Gráfico No. 2	31
Edad del encuestado	
Gráfico No. 3	31
¿Qué tipo de contribuyente es usted?	
Gráfico No. 4	32
¿Con qué frecuencia visita las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI)?	
Gráfico No. 5	32
¿Durante los últimos seis meses, que tipo de gestión ha realizado en las oficinas del SRI? Marque la más importante	
Gráfico No. 6	32
¿En qué sector del norte de Cuenca tiene su actividad económica?	
Gráfico No. 7	33
¿En qué sector del norte de Cuenca tiene su actividad económica?	
Gráfico No. 8	33
¿En caso de haber contestado afirmativamente la pregunta anterior, diga con qué frecuencia lo hace?	
Gráfico No. 9	33
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en dólares por este servicio?	
Gráfico No. 10	34
Cuando requiere de los servicios de una persona o empresa que le asesore a cumplir sus obligaciones tributarias, estas deben estar ubicadas en:	
Gráfico No.11	34
¿Qué requisito principalmente exige usted a una persona o una empresa que presta servicios de asesoría tributaria?	
Gráfico No.12	35
¿Cree usted que la persona o empresa que actualmente le presta asesoría tributaria cuenta con el respaldo profesional y seriedad requerida?	
Gráfico No. 13	53
Plano de Instalaciones	
Gráfico No. 14	55
Proceso de Producción	
GRAFICO No. 15	67
Flujograma del Proceso Contable de Quality	
GRAFICO No. 16	68
Organigrama Estructural	
Grafico No. 17	70
Reformas Tributarias en Ecuador 2004-2011	

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1	56
Estimado de la Inversión	
Tabla No. 2	56
Gastos de Servicios Básicos Mensuales	
Tabla No. 3	58
Sueldos	
Tabla No.4	72
Detalle consolidado de la inversión inicial	
Tabla No. 5	72
Financiamiento de la inversión inicial	
Tabla No.6	73
Balance general	
Tabla No. 7	74
Precio promedio ponderado de los servicios que presta Quality	
Tabla No. 8	75
Presupuesto de ingresos del proyecto	
Tabla No. 9	76
Costo directo de personal	
Tabla No. 10	76
Detalle de gastos operativos	
Tabla No. 11	76
Detalle de depreciaciones y valor residual	
Tabla No. 12	77
Estado de resultado integral	
Tabla No. 13	79
Estado de flujos de efectivo por método directo	
Tabla No. 14	81
Índices financieros	
Tabla No. 15	82
Punto de equilibrio	
Tabla No. 16	83
Evaluación financiera del proyecto	
Tabla No. 17	84
Relación de beneficio a Costo (B/C)	

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1	93
Ubicación de la empresa Quality Asesoría Tributaria y Contable	
Anexo 2	93
Mapa de la provincia del Azuay	
Anexo 3	94
Distribución de la población del cantón Cuenca según parroquias	
Anexo 4	95
Estructura de Población Económicamente Activa de la provincia del Azuay	
Anexo 5	95
¿En que trabajan los azuayos?	
Anexo 6	96
Tipos de Empresa	
Anexo 7	97
Evolución del PIB	
Anexo 8	97
Composición Porcentual del PIB	
Anexo 9	99
Tasas de Inflación año 2011 – 2012	
Anexo 10	98
Tasas de interés activa y pasiva año 2011 – 2012	
Anexo 11	99
Población por Área	
Anexo 12	99
Índices de Competitividad	
Anexo 13	100
Cuenca dentro de la provincia del Azuay	
Anexo 14	100
Distribución de Territorio	
Anexo 15	101
Distribución de Población datos 2010	
Anexo 16	101
División del Territorio del cantón Cuenca	
Anexo 17	101
Zonificación Principales Barrios de Cuenca	
Anexo 18	102
Parroquias Rurales del cantón Cuenca	
Anexo 19	102
Parroquias Urbanas del cantón Cuenca	
Anexo 20	102
Segmentación Geográfica cantón Cuenca	

Anexo 21	102
Variable Geográfica y Demográfica	
Anexo 22	103
Población Económicamente Activa de Cuenca	
Anexo 23	103
Formula muestra a encuestar	
Anexo 24	103
Calculadora de muestras online	
Anexo25	104
Encuesta para contribuyentes	
Anexo 26	105
Resultados de la encuesta	
Anexo 27	106
Ubicación Geográfica de la parroquia Bellavista	
Anexo 28	106
Contribuyentes del Azuay	
Anexo 29	107
Ejes estratégicos de distribución	
Anexo 30	107
Costos de servicios que ofrece Quality frente a su competencia	
Anexo 31	108
Detalle de infraestructura y equipos	
Anexo 32	109
Leyes conexas	
Anexo 33	109
Inversión inicial en capital de trabajo e inversión intangible	
Anexo 34	110
Gastos de servicios básicos mensuales	
Anexo 35	110
Gastos operativos legales	
Anexo 36	110
Costos operativos de acción estratégica	
Anexo 37	111
Estado de cambio en el patrimonio	
Anexo 38	111
Punto de equilibrio	
Anexo 39	111
Margen de seguridad	
Anexo 40	112
Calculo de indicadores de evaluación del proyecto	
Anexo 41	113
Método del valor actual neto	
Anexo 42	113
Método de la tasa interna de retorno	

RESUMEN EJECUTIVO

De acuerdo a normativa tributaria toda persona natural o jurídica con actividad económica tiene obligación de declarar sus ingresos económicos, estos deben ser declarados al SRI y pagar al estado tributos generados en fechas determinadas por esta entidad, de igual forma cumplir con los organismos de control IESS, Municipio, Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Compañías, entre otros.

Cuenca al 4 de octubre de 2012 posee 51,86% de contribuyentes del Azuay, total son 65.535 contribuyentes, desconocimiento y falta de asesoría desencadenan en Incumplimiento de obligaciones; como consecuencia resalta la oportunidad de crear una microempresa que oriente ese grupo de personas cuyas necesidades de asesoría deben ser satisfechas.

El negocio venía funcionando con rendimiento limitado; actualmente muestra orden y planificación, pensando no solamente en la parte técnica especializada, sino también se considera como negocio sostenible a mediano y largo plazo.

La microempresa Quality Asesoría Tributaria y Contable con cobertura para el cantón Cuenca contribuirá y ayudara que los contribuyentes conozcan en un lenguaje más amigable y así puedan cumplir con obligaciones que se originan al ser un sujeto económicamente productivo.

ABSTRACT

According to tax regulations every natural or legal economic activity has obligation to declare their incomes, they should be reported to the SRI and pay the taxes to the state generated on specific dates by this entity, likewise meet IESS control agencies , City Hall, Ministry of Labor, Superintendence of companies, among others.

In Cuenca until October 4, 2012 has 51.86% of taxpayers of Azuay, total of 65,535 taxpayers, lack of knowledge and advice will result a breach of obligations; therefor there is the opportunity to create a microenterprise guide to the group of people whose needs advice must be satisfied.

The business came running with limited performance, now shows order and planning, considering not only the specialized technique, but also the business considered sustainable in the medium and long term.

Microenterprise Tax Advisory and Accounting Quality coverage for Cuenca will contribute and help taxpayers with a friendly language and so can help to know their tax obligations when a person is economically active

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

1.1 Diagnóstico situacional.

Antecedentes de la empresa “Quality Asesoría Tributaria y Contable”

Desde el año 1996 en la ciudad de Cuenca la fundadora de la empresa, Sra. María Catalina Cuesta Luzuriaga, paralelamente a sus estudios universitarios, inicia su experiencia en el área contable bajo relación de dependencia para la compañía ACSAM Consultores Cía. Ltda. A la fecha es una de las empresas para la cual se continúa prestando servicios pero en forma independiente. El 6 de febrero de 2002 con la inscripción de un RUC, su fundadora inicia las funciones de servicios contables con una oficina de manera independiente, asesorando con varios productos a diferentes empresas y personas naturales de la localidad.

Las condiciones actuales favorables por alcanzar los objetivos de la empresa, han creado la necesidad de contar con un plan estratégico orientándola para que esta oficina personal funcione como una microempresa, por lo cual el día 27 de octubre de 2011 y con la actualización del RUC se continúan sus funciones bajo el nombre comercial de **“Quality Asesoría Tributaria y Contable”** quedando pendiente su constitución legal de acuerdo a las normativas vigentes para este tipo de empresas; información que se detalla más adelante dentro de este Capítulo.

Durante estos 10 años se ha mantenido como principal cliente la empresa ACSAM Consultores Cía. Ltda., además de otras empresas como Consultora CAV, una ferretería con materiales de construcción de la franquicia DISENSA, una empresa de importaciones de llantas y partes para tractores Importadora Guillen, área de educación, cadenas de restaurant, artesanos, viveros, y diferentes profesionales en áreas de ingeniería civil, derecho y otros.

Desde el inicio hasta la presente fecha **“Quality Asesoría Tributaria y Contable”** funciona en el domicilio de su gerente propietario cuenta con una oficina apropiada dispone de un ingreso totalmente independiente para una mejor atención a los clientes, está ubicada en la Av. Héroes de Verdeloma 11-66 entre Tarqui y General Torres. Frente al incremento de clientes y debido a la necesidad y exigencias de entidades de control como SRI, IESS, Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Compañías en el mes de mayo del 2006 se crean dos puestos laborales como auxiliares contables. La asesoría tributaria y contable al ser un área que frecuenta constantes cambios debido a políticas gubernamentales, la capacitación se convierte en una necesidad para el negocio en estudio, por lo que es una prioridad la capacitación de su personal en

temas como las nuevas leyes tributarias vigentes, también sobre la implementación de las NIIFS, nuevas leyes en el sector productivo y leyes laborales

Ubicación de la empresa “Quality Asesoría Tributaria y Contable” (Revisar anexo 1)

1.1.1. Características del sector

El cantón Cuenca, es uno de los 15 cantones de la Provincia del Azuay y se encuentra ubicado en la región Centro Sur de la República del Ecuador. Su capital es la Ciudad de Santa Ana de los cuatro Ríos de Cuenca, con una población de 266.088 mujeres y 239.497 hombres, dando una totalidad de 505.585 habitantes, de los cuales 400.742 se localizan en el área urbana y 104.843 personas viven en el sector rural (INEC, 2010). Se le considera como la tercera más grande e importante ciudad del Ecuador, así como también la más atractiva y tranquila del país.

Mapa de la provincia del Azuay (Revisar anexo 2)

Según los últimos datos proporcionados por el INEC como resultado del último censo nacional realizado en el año 2010, se registra que el 71 por ciento de la población azuaya vive en el cantón Cuenca, mientras que el 63 por ciento de los ecuatorianos viven en zonas urbanas. Los hogares de la provincia del Azuay están conformados por 3,7 integrantes, en promedio, frente al 4,1 que tenía en el 2001, lo que representa una disminución en los miembros de cada hogar. El censo también reveló que el 90 por ciento de azuayos se autodefinen como mestizos (INEC, 2010).

Considerando los datos proporcionados por el INEC de acuerdo al último censo nacional 2010, la distribución de la población del Cantón Cuenca en su área urbana es de 329.928 habitantes mientras que en el área rural hay 175.657 personas, desglosado por parroquias de la siguiente manera:

Distribución de la población del cantón Cuenca, según parroquias (Revisar anexo 3)

Para disponer de antecedentes de la economía poblacional es necesario considerar a la población económicamente activa, es decir, aquella considerada entre 10 años y más que participa en algún tipo de actividad que genera productividad. Los datos puestos a consideración corresponden a los publicados por el INEC en el año 2010.

ESTRUCTURA DE LA POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA DE LA PROVINCIA DEL AZUAY (Revisar anexo 4)

¿En que trabajan los azuayos? (revisar anexo 5)

1.1.2. Características del servicio

Tributos

Los tributos son prestaciones obligatorias, establecidas en virtud de una ley, que se satisfacen generalmente en dinero, y que el Estado exige, sobre la base de la capacidad contributiva de sus agentes económicos, para poder cumplir sus finalidades específicas u otros propósitos de política económica. En la normativa ecuatoriana se reconocen tres tipos de tributos: Impuestos, Tasas y Contribuciones Especiales para la mejora. Este trabajo centra su atención en la recaudación de impuestos, debido principalmente a su naturaleza fiscal.

La planificación fiscal permite diseñar estrategias capaces de minimizar el impacto fiscal (dependerá del sector de actividad, la estructura de costes y ventas y otros muchos factores). En el peor de los casos, como mínimo se habrá reducido un porcentaje sustancial de la carga tributaria, sobre todo la parte que corresponde al beneficio personal de los socios. La planificación fiscal, el Ahorro Tributario, el Crédito Tributario, la Evasión Tributaria y el Apalancamiento Financiero ayuda tanto a la empresa como, sobre todo, a sus propietarios, ya que facilita a éstos la creación y el mantenimiento de depósitos sometidos a una fiscalidad benigna en jurisdicciones seguras y generalmente cercanas. Para determinar los derechos de un ciudadano económicamente activo en calidad de contribuyente para con el estado ecuatoriano, el Servicio de Rentas Internas (SRI) está interesado en resolver y difundir, promoviendo para ello varias alternativas de atención a través del Departamento de Derechos del Contribuyente. Para atender los diferentes reclamos de los contribuyentes el organismo ha implementado un Código Tributario en quichua, buzones para recibir quejas y sugerencias; canales telefónicos y digitales.

La nueva Constitución reconoce al quichua y al shuar como idiomas oficiales de relación intercultural, por lo que uno de los planes más novedosos en los que ha incursionado esta dependencia es la traducción del Código Tributario y la Ley de Equidad Tributaria al quichua. El servicio se encuentra en la página web de la institución: www.sri.gov.ec y permite que los contribuyentes lo descarguen y conozcan sus obligaciones en este idioma ancestral. Esta traducción tiene especial uso por contribuyentes de las provincias de la Sierra central y del Austro, que reciben remesas y que por ende deben cumplir con sus obligaciones tributarias. **La Constitución y la política económica del estado** En el Artículo 284, de la nueva Constitución del Ecuador, respecto a la política económica, el objetivo 1. Dice "...asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional"¹.

¹ Constitución del Ecuador, Capítulo cuarto, Soberanía Económica, Sección primera, Sistema Económico y Política Económica, Art. 284

El artículo 285, dice: “La política fiscal tendrá como objetivos específicos: numeral 2. “La redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados”².

Considerando el ambiente social que menciona la nueva Constitución (art. 284 y su relación con la redistribución de los ingresos (art. 285) es claro observar que si hay buenos ingresos, hay buena redistribución. Si no existe liquidez en las arcas del gobierno, no se puede realizar obra pública ni prestar toda la ayuda social necesaria.

Se puede deducir entonces que en la nueva Constitución, se afirma que es una prioridad el ejecutar el cumplimiento de las obligaciones tributarias por parte de los ciudadanos que generan productividad de una u otra manera, para que a su vez estos ingresos puedan ser redistribuidos más equitativamente y el gobierno esté en capacidad de cumplir la obra pública. Las leyes secundarias como la “Ley de Equidad Tributaria” aprobada por la Asamblea nacional³, que en su Considerando entre otras ideas manifiesta:

“...es obligación del Estado propender a una mejor distribución de la riqueza, para dar cumplimiento a lo que establece el Código Tributario en su artículo 6 en cuanto a los fines de los tributos.

Que el sistema tributario ecuatoriano debe procurar que la base de la estructura impositiva se sustente en aquellos impuestos que sirvan para disminuir las desigualdades y que busquen una mayor justicia social.

Que la progresividad de un sistema tributario se logra en la medida que los impuestos directos logren una mayor recaudación que los impuestos indirectos, ya que estos últimos no distinguen la capacidad económica del individuo. (**Ley reformativa para la equidad tributaria en el Ecuador, 2007**)

Las nuevas disposiciones, facilidades por mora, capacitación permanente y una intensa propaganda por parte del SRI, indican una clara posición de dicho Organismo por hacer cumplir las leyes y disposiciones.

En razón de lo expuesto y analizada la situación actual, se justifica aún más la posibilidad de ingresar al mercado de los servicios, específicamente en el campo de asesoría tributaria, porque este al igual que otros servicios indica buenas perspectivas en el presente y futuro.

² Constitución del Ecuador, Capítulo cuarto, Soberanía Económica, Sección primera, Sistema Económico y Política Económica, Art. 285

³ Mandato Constituyente No.1 publicado en el Registro Oficial 223 del 30 de Noviembre de 2007

Empresas de servicios de asesoría contable y Tributaria

Una empresa de asesoría contable, tributaria y financiera está orientada a ayudar a que personas naturales y jurídicas tomen decisiones correctas al amparo de las mejores prácticas y estándares nacionales e internacionales. Es importante determinar que una empresa que está dedicada a asesorar en el campo contable a negocios en funcionamiento, está en capacidad de analizar de una manera ágil la situación económica actual y futura de un negocio.

De igual forma en el campo tributario es importante considerar que si bien es cierto existen las leyes y reglamentos tributarios disponibles ya sea en impresos o vía digital, además de la capacitación gratuita que brinda en este caso el SRI, existe un buen grupo de personas que no acceden a esta serie de facilidades o que simplemente no disponen de personal específico para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, por lo que al igual que cualquier otro servicio a prestarse, se crean empresas como la del presente estudio que se encargan de brindar la ayuda requerida. Los servicios que generalmente ofrecen las empresas de servicios contables y tributarios son:

- Elaboración de contabilidades, pequeñas y medianas empresas
- Preparación y gestión de balances.
- Declaración de impuestos, IVA, ICE, RENTA personas naturales y jurídicas
- Elaboración de presupuestos.
- Asesoramiento e interpretación de balances y cuentas de resultados.
- Preparación y control de contabilidad; ejecución presupuestaria.
- Análisis de la rentabilidad de la empresa a través de ratios.
- Preparación de informes financieros para presentar ante bancos, proveedores, etc.

1.2. Concepto de empresas.

El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la *empresa* es una *"unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos"*.⁴

- Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la *empresa* como una *"entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros"*

⁴ Promonegocios. Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española, Concepto de Empresa [En línea]. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>. [Consulta. 01-10-2011]

*proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados”.*⁵

- Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la *empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios".*⁶
- El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define a la *empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad".*⁷

En resumen, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se puede resumir un concepto como el siguiente:

La empresa es una unidad de organización que está conformado por personas, bienes materiales, aspiraciones, realizaciones, y capacidades técnicas y financieras; orientada a ofrecer un producto a cambio de un precio. Su propósito lucrativo se obtiene mediante actividades o prestación de servicios, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes.

Tipos de Empresa (Revisar anexo 6)

1.2.2. Pequeñas y medianas empresas

La Organización Internacional del Trabajo considera como microempresas a aquellas empresas que tienen un máximo de diez empleados remunerados o no remunerados, incluyendo al propio microempresario y a sus familiares, en algunos casos el número de empleados se disminuye a cinco. El microempresario tiene una escolaridad menor a los doce años (es decir, tiene un máximo de educación media completa). No constituyen una sociedad completamente formal (es decir, la microempresa presenta algún grado de informalidad en alguno de los distintos ámbitos considerados, ya sea ante el Servicio de Impuestos Internos, ante la Municipalidad, o ante la Dirección del Trabajo). El Programa de Empleo de América Latina define como microempresas a aquellas que tienen máximo diez empleados, tanto remunerados como no remunerados, incluyendo

⁵ Julio García del Junco y Cristóbal Casanueva Rocha (2001), Prácticas de la Gestión Empresarial, Editorial Mc Graw - Hill, Pág. 3.

⁶ Andrade Simón (2002), El Dinero y Los Bancos; Diccionario de Economía, Tercera Edición, Editorial Andrade, Pág. 257.

⁷ Cultural de Ediciones S.A.(1999), Diccionario de Marketing, Editorial Cultural, Pág. 110.

al propio microempresario y a sus familiares que trabajen con él. El microempresario tiene como máximo una educación técnica o superior incompleta.⁸

El MICIP, también considera como Microempresa a una unidad económica productiva y puede ser de producción, comercio o servicios, cuyas características básicas son:

El manejo operacional y administrativo lo realiza generalmente una persona. Sus activos no sobrepasan los US \$ 20.000. El número de trabajadores es máximo de 10 personas incluido el propietario.

La importancia de las PYMES en la producción de bienes y servicios, en este país y el mundo muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental pues con su aporte ya sea produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.⁹

La mediana empresa es aquella que ocupa a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de dólares o cuyo balance general anual no excede de 43 millones de dólares.

Una pequeña empresa es la que ocupa a menos de 50 personas y cuyo volumen de negocios anual o cuyo balance general anual no supera los 10 millones de dólares.¹⁰

1.2.3. Creación de microempresas.

Como ya ha manifestado frecuentemente, durante el proceso de la presente investigación, “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” , es una organización orientada al sector contable que prestará servicios tributario y contable y que nace como microempresa, la misma que de cumplir lo programado o diseñado, y de acuerdo a su Visión, a mediano plazo, será una organización estable, que espera servir a usuarios contribuyentes, por medio del respaldo profesional y tecnológico efectivo; lo que le permitirá crecer con tendencia a ser una mediana empresa de respeto.

⁸ Concepción de una Microempresa, Pequeñas y Medianas Empresas [En línea]. Disponible en: <http://construirmicroempresa.blogspot.com/2009/04/23/definicion-de-microempresa/> [Consulta. 19-11-2011]

⁹ Ibidem

¹⁰ López -M. Eugenio (1998), Derecho Empresarial, Prácticas de oficina, Empresas Medianas, Editorial Edebé, Pág. 212

La empresa que operará el proyecto de implementación de una empresa contable y tributaria, se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada, bajo los siguientes parámetros:

a) Nombre

“QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE”, deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Cuenca, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución No SC. SG. 2008.008 (RO 496 de 29 de diciembre de 2008).

La razón social de la compañía será: “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” Cía. Ltda.”

La solicitud de aprobación se presenta al Superintendente de Compañías o a su delegado tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por un abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

a) Socios

Las personas que conforman el capital y por tanto propiedad de la compañía de responsabilidad limitada se llaman socios, y para adquirir esta condición deben observar los siguientes requerimientos:

Capacidad.- Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía limitada se constituirá con tres socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia Jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

b) Objeto Social

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguras, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

En el caso del proyecto “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” Cía. Ltda., tendrá como objeto social, la prestación de servicios de asesoría contable y tributaria a personas y empresas. El domicilio de la compañía.- La empresa tendrá como domicilio, la ciudad de Cuenca.

c) Plazo.- El plazo de duración de la compañía será mínimo de 10 años.

d) Recursos

La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América; el capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. En el caso del proyecto, la empresa se constituirá con un capital de USD. 3800. El capital será aportado en partes iguales por los socios, las aportaciones serán en numerario (dinero), y se pagarán íntegramente al momento de la constitución de la compañía “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” Cía. Ltda.

e) Estructura

El órgano rector de la empresa “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” Cía. Ltda., será la Junta General de Accionistas, que estará conformada por los cinco socios,

- La Junta General de Accionistas, estará presidida por el Presidente de la Compañía.
- Para ejercer la administración de la empresa, se nombrará el Gerente de la Compañía.
- El Representante Legal de la compañía “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” Cía. Ltda., será la persona que ejerza la gerencia. de la misma.

Requisitos de constitución.

El proceso de constitución y legalización de una compañía limitada en el Ecuador es el siguiente:

- 1.- **Obtención del nombre.** Para solicitar el nombre se debe consultar si el mismo es viable, en el Registro Mercantil (www.rm.gov.ec) donde de manera telemática se puede realizar esta gestión; en la solicitud se indicará tres nombres por orden de preferencia. En la medida que no esté disponible el primero se pasará al segundo y después al tercero. Si el primero estuviera disponible el resto no se considera.
- 2.- **Escritura de constitución.** El siguiente paso es dirigirse a una notaría a fin de poder firmar la escritura pública de constitución de la sociedad; para esto se requiere identidad de los socios que constituyen, identidad del órgano de administración y su composición, certificado de denominación social, certificado de la aportación de capital de cada socio en función de su porcentaje de participación, y los estatutos de la sociedad.
- 3.- **Pago del Impuesto sobre operaciones societarias,** una vez retirada de la notaría la escritura de constitución de la empresa, se debe liquidar el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos de Operaciones Societarias,
- 4.- **Solicitud del RUC provisional,** este número no cambiará, el paso a definitivo sólo se realiza cuando se lleve la escritura ya inscrita por el Registro Mercantil.
- 5.- **Inscripción en el Registro Mercantil.** Una vez liquidado el impuesto, tenemos que llevar nuestra escritura al Registro Mercantil para que procedan a la inscripción de la misma,
- 6.- **Otras gestiones,** que se refiere a la obtención de los demás requerimientos legales.

Los permisos requeridos para la operación del proyecto son:

- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Patente de la Municipalidad de Cuenca
- Permiso sanitario de funcionamiento
- Servicio del cuerpo de bomberos
- Inscripción de la marca

1.3. Análisis del entorno externo

Todo aquello que rodea la organización se llama ambiente o entorno, este conjunto de elementos ajenos a la organización, son relevantes para su funcionamiento ya que contiene muchos recursos de los cuales ella depende. Todo lo que ocurre externamente en el ambiente, influye internamente en la organización, la legitima y determina su eficiencia.

El ambiente organizacional, está formado por: un macro y un micro ambiente; los elementos y condiciones de cada ambiente son diferentes, se comportan y cambian particularmente por lo que su dinamismo varía; mientras mayor es el dinamismo mayor es la incertidumbre y es más difícil para las empresas prever su comportamiento; siendo una amenaza para la eficiencia organizacional. En el caso de los laboratorios, todas ellas se verán afectadas por las mismas fuerzas externas, por lo cual es procedente y factible considerar que el grupo se verá inmerso en el mismo entorno.

Evaluación del ambiente externo, conocida también como auditoría externa de la gestión estratégica, se enfoca en la exploración del entorno y el análisis de la industria, con el fin de identificar y evaluar las tendencias y eventos que están más allá del control del sector. El análisis se desarrolla en base a factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos (análisis PESTE), y, el modelo de las cinco fuerzas de Porter, que permite realizar el análisis competitivo y determinar la estructura y atractivo de la industria o sector, donde las organizaciones compiten. Con el análisis y evaluación del ambiente externo, se determinan las oportunidades y amenazas del sector.

1.3.1. Factor Político

- **Leyes**

Actualmente la situación política interna del Ecuador, se encuentra en un ambiente, donde las decisiones finales son tomadas en la Asamblea Nacional, por la mayoría gobiernista. Sin embargo de ello ha existido resistencia por parte de los sectores sobre los cuales van a actuar las diferentes leyes y esto ha influido para que la aprobación de las mismas se dilate, a medida que se han ido presentando. Indudablemente que el referéndum llevado a cabo en el Ecuador, el 30 de abril del 2011, influyó de alguna manera en el entorno político del país, debido a una serie de propuestas presentadas por el gobierno y aprobadas por el pueblo en las urnas. Es así como la penalización por no afiliación de los trabajadores bajo dependencia al IESS, o la no justificación de ingresos económicos en este caso en sectores como las empresas, van a influir de una u otra manera en el funcionamiento de las actividades empresariales, y en este caso en el desenvolvimiento de “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” que brinda asesoramiento tributario y contable y particularmente en la ciudad de Cuenca.

- **Política Tributaria.**

La política fiscal o tributaria son las acciones por medio de las cuales, las autoridades gubernamentales usan las variables de ingresos y gastos para manejar la economía del país, esto involucra a los impuestos, inversiones, egresos, y medios de financiamiento; por lo que la Constitución del Ecuador (Art.285), establece que debe enfocarse en el financiamiento de servicios, inversión y bienes públicos; la redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados; y la generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

Una de la variables más importantes es la tributación, la recaudación tributaria es fundamental para el funcionamiento del Estado, el desarrollo social del país y el control económico, esto ha generado que actualmente exista una Política Tributaria más rígida, que exige el pago de impuestos a las personas y empresas, en base a lo establecido por la Ley, con el fin de financiar el del gasto público; ésta es ejecutada por el SRI (Servicio de Rentas Internas);

El 29 de diciembre del 2010, en el Registro Oficial 351 se publicó el *código de la producción, comercio e inversiones*, el cual tiene como objetivo principal regular el proceso productivo en todas sus etapas, impulsar la producción con mayor valor agregado, transformar la matriz productiva, promoviendo nuevas actividades productivas, con mayor valor agregado, que potencie servicios, que se base en el conocimiento y la innovación. El Código de la Producción establece una serie de incentivos fiscales generales, aplicables a toda persona natural o jurídica que realice nuevas inversiones en cualquier parte del territorio nacional, tales como:

- Reducción gradual del impuesto a la renta de 25% a 22%. 1% cada año a partir de vigencia del Código.
- Exonerar del cálculo del impuesto mínimo: los gastos incrementales por nuevo empleo o mejoras salariales, adquisición de nuevos activos para mejoras de productividad y tecnología, y producción más limpia.
- Para empresas nuevas: exoneración de pago de impuesto mínimo durante los 5 primeros años.
- Exoneración del Impuesto a la salida de capitales (ISD) para los pagos al exterior por créditos externos, con un plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la autorizada por el BCE.

Actualmente existe una Política Tributaria rígida, ejecutada por el SRI (Servicio de Rentas Internas); como la recaudación tributaria es fundamental para el funcionamiento del Estado, el desarrollo social del país y el control económico; el SRI exige el pago de impuestos a todos los actores del comercio e industria (personas naturales y personas jurídicas) en el territorio ecuatoriano.

Para reducir los índices de evasión tributaria y procurar la disminución en la aplicación de mecanismos de elusión, e incrementar la recaudación anual de impuestos en proporción al crecimiento económico; el SRI aplica sanciones y medidas disuasorias.

Los actores del comercio e industria, requieren planificar y declarar sus impuestos eficientemente para no verse afectados, lo que determina que la Política Tributaria genera una OPORTUNIDAD para el sector de las microfinanzas, pues si las microempresas no acatan los lineamientos tributarios pueden ser clausuradas perdiendo la capacidad de atender las obligaciones contraídas; de ahí la necesidad de acudir a “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” empresa dedicada a prestar este servicio.

- **Políticas de apoyo a las microempresas y emprendimientos**

Las microempresas, son elementos fundamentales para promover el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo; contribuyen en forma esencial al desarrollo sostenible, a la lucha contra la pobreza y a la generación de empleo. Las microempresas pueden dedicarse a actividades diversas, tales como: agricultura, caza, selvicultura y pesca; explotación de minas y canteras; manufacturas; construcción; comercio al por mayor y al por menor; restaurantes y hoteles; transporte, etc., y en razón de ello la importancia de las microempresas en la economía del Ecuador se basa en que:

- Aseguran el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra, lo cual se lo considera necesario para el correcto funcionamiento del mercado laboral.
- Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.
- Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado, en general, sus orígenes son unidades familiares.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura.

En la ejecución de este programa nacional para la creación y consolidación de la empresa ecuatoriana es vital el involucramiento no sólo del gobierno central sino también de los gobiernos locales (consejos provinciales, municipios y juntas parroquiales), las universidades y por supuesto de los gremios representativos de las microempresas del Ecuador; formando así un triángulo, del cual siempre se ha hablado, pero que lamentablemente en la realidad casi nunca ha sido puesto en funcionamiento.

El presente Gobierno ha desarrollado programas tendientes a impulsar el desarrollo comercial y productivo del sector micro empresarial; actualmente se desarrollan varios proyectos que buscan apoyar a las microempresas de todo el país, estos son:

- Programa Estratégico para la Reactivación Industrial.
- Programa de Modernización de la Educación Técnica y la Capacitación Laboral para el Desarrollo del Sector Manufacturero.
- Plan Nacional de la Calidad.
- Proyecto de Información Estadística para el Comercio y la Industria.
- Programa de Innovación Tecnológica.
- Programa de Desarrollo de Cadenas y Redes Comerciales y Productivas.

Es por tanto evidente que el Gobierno busca el fortalecimiento y desarrollo competitivo del sector microempresarial, mediante: propuestas de políticas y estrategias de apoyo, reformas al marco jurídico en el ámbito de la competitividad, proyectos dirigidos a los sectores comerciales e industriales, y, programas de reconversión productiva.

Se puede afirmar que las políticas de apoyo al sector micro empresarial, generan una OPORTUNIDAD para el sector de las empresas dedicadas a las finanzas y asesoría contable, pues éstas al ser más eficientes y competitivas crecen, amplían sus operaciones, requieren mayores recursos financieros y tienen capacidad de pago para atender las obligaciones contraídas.

1.3.2. Factor Económico.

1.3.2.1 Crecimiento Económico del PIB

El año 1999 Ecuador soportó la mayor crisis financiera de su historia, cuyas causas fueron un conjunto de decisiones tomadas por gobiernos anteriores; como la credibilidad en el sucre se había acabado, y la devaluación de esa moneda frente al

dólar llegó a niveles insospechados, el gobierno de Mahuad tomó la decisión de dolarizar la economía del país, fijando el cambio en 25 mil sucres por dólar.

La estabilización generada por la dolarización, apoyada por los altos precios del petróleo, el incremento de las remesas y el incremento de las exportaciones de productos no tradicionales, impulsó el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), que mide la valoración total de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un periodo; su comportamiento histórico se observa en el siguiente detalle¹¹. Desde el 2002 al 2005 la economía creció 5.5%; en el 2005 fue del 6%, en 2006 del 3,89% y en 2007 del 2,49%.

EVOLUCIÓN DEL PIB (Revisar anexo 7)

Durante el 2008 la economía de Ecuador creció 6,52%, el porcentaje más alto desde el año 2004 cuando llegó al 8%; este crecimiento estuvo impulsado por el incremento en la inversión privada y pública que aumentó 16,1% con respecto al 2007; e igualmente por el aumento del consumo de los hogares así como sector no petrolero, que registró un alza de 8%, y los ingresos significativos que recibió el gobierno por la venta de petróleo que mantuvo precios bastante altos en el mercado mundial.

El año 2010, el crecimiento económico del Producto Interno Bruto del país fue del 4,17% (BCE, 2011) mientras que para el 2011 según lo manifestado por el Banco Central del Ecuador (BCE) se prevé que sea del 5,06%.

Composicion Porcentual del PIB (Revisar anexo 8)

La composición sectorial del PIB del país en el año 2010 fue la siguiente¹²: Servicios 25%, Construcción 10%, Explotación de Minas y Canteras representa el 26%, Explotación de Minas y Canteras 19%, Comercio 12%, Industrias 9%, Transporte y Telecomunicaciones, Agricultura y Ganadería 6%, Servicios Financieros 2% y Otras Actividades 3%.

Se observa que el sector agrícola y ganadero únicamente genera el 6% del PIB nacional, valor bajo considerando que el Ecuador es un país eminentemente agrícola,

¹¹ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Evaluación de Resultados de Desarrollo, Crecimiento Económico PIB [En línea].

Disponible en: <http://www.undp.org.ec/GestionUNDP/ADRespanol.pdf>, [Consulta. 15-11-2011]

¹² Banco Central del Ecuador, Estadística Económica 2010, Composición Sectorial del PIB, [En línea]. Disponible en:

<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacroEstruc2010.pdf> [Consulta. 28-11-2011]

es indispensable retomar esa orientación pues la agricultura genera gran cantidad de empleo directo e indirecto, lo que a su vez dinamiza la economía del Ecuador; el PIB del país es altamente dependiente del petróleo, por lo que tanto la producción como el precio de comercialización son factores sumamente importantes.

La dolarización debe considerarse una OPORTUNIDAD, pues además de la estabilidad económica, ha permitido al país desarrollar ventajas competitivas en Comercio Internacional, como efecto de la reducción del costo de las transacciones, reducción del costo del capital, eliminación del riesgo cambiario y la estabilización del nivel de precios,

Lo que ha impulsado positivamente al fortalecimiento y crecimiento del sector micro empresarial, lo que es positivo para la banca micro empresarial, pues en promedio los potenciales usuarios de los créditos presentan menores niveles de riesgo.

El comportamiento del PIB en los últimos años, muestra que en el país la economía ha crecido a un ritmo muy lento, por lo que es indispensable que el Estado y toda la sociedad, se comprometan a impulsar el emprendimiento, ya que la microempresa es mucho más accesible a la gran mayoría de la población, por esto el crecimiento económico, genera una OPORTUNIDAD para el sector micro empresarial.

1.3.2.2 Inflación y desempleo

“La inflación es el aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo. La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de ingresos y gastos de los hogares”¹³.

Tasas de inflación año 2011 – 2012 (Revisar anexo 9)

Esto es una OPORTUNIDAD para “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” microempresa de servicios tributarios y contable, dada la disminución de la inflación en el Ecuador.

¹³ Mochón Morcillo, F (2009), Introducción a la Macroeconomía; Cuarta Edición, Editorial McGraw-Hill, Pág. 97

1.3.2.3 Tasas de interés

El fracaso de las políticas neoliberales en América Latina y los problemas de estabilidad democrática que han tenido lugar en los últimos años en nuestro país, han generado un clima de desconfianza para: los inversionistas extranjeros, la inversión privada y los organismos crediticios tanto a nivel nacional e internacional; esta desconfianza se refleja en las tasas activas de interés, que presentan valores altos para una economía dolarizada. Las tasas de interés altas, desalientan el endeudamiento, especialmente del microempresario.

Tasas de interés activa y pasiva (Revisar anexo 10)

Las tasas de interés, si son altas desalientan la inversión micro empresarial, generando como efecto un estancamiento de la demanda; por otra parte, los topes máximos también pueden generar un menor grado de transparencia respecto de los costos del crédito, ya que para afrontarlos, las instituciones agregan comisiones confusas a sus servicios.

Las tasas de interés altas, desalientan el desarrollo de la inversión con lo cual no existe un incremento en la masa de demanda, las altas tasas en el crédito de consumo desalientan el uso de tarjetas y también contraen la demanda; por lo cual las tasas de interés, constituyen una AMENAZA para “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE”.

1.3.3. Factor Social cultural

Estructura poblacional.- La población del Ecuador el año 2010, estimada en base el censo del 2010 (INEC, 2010), es de 14.899.000 habitantes. Para el quinquenio 2010-2015 la esperanza de vida promedio para ambos sexos es de 71,8 años de edad; y cada cinco años la población ganará aproximadamente un año más en su expectativa de vida al nacer.

La tasa de mortalidad es de 6,0 por mil, y la mortalidad infantil es decir personas menores de un año es (proyectada para el quinquenio 2010-2015) de 36,7 por cada mil nacidos vivos, es decir del 3,67%, lo que muestra que la mortalidad infantil tanto en el área urbana como rural ha descendido en los últimos 20 años.

El ritmo de crecimiento poblacional tiene una tendencia descendente, se desaceleró a partir de 1960, la tasa aproximada actual es de 1,9 % y tiende a reducirse aún más; la tasa de fecundidad que en 1960 era de 6,7 hijos promedio descendió para el quinquenio 2005-2010 a 1,5 % es decir a menos de dos hijos promedio; el descenso de la fecundidad es mayor en las áreas urbanas que en las rurales.

POBLACIÓN POR ÁREA (Revisar anexo 11)

El crecimiento de la población urbana es 11 veces mayor que la rural, lo que implica el crecimiento acelerado de las ciudades. La alta concentración poblacional en zonas urbanas es una OPORTUNIDAD para el sector de los servicios financieros contables, pues muchas personas están interesadas en recibir asesoramiento para su propio negocio, de manera formal.

- **Pobreza**

A raíz de la crisis económica y política de 1999, se produjo aumentos en los niveles de pobreza, pero el año 2008 disminuyeron del 36,74% al 35,09%; un informe conjunto del Senplades y el INEC señala que en el 2009 mejoró la calidad del empleo en los estratos más pobres como consecuencia que la ocupación plena aumentó de 42,6% (diciembre 2008) a 43,6% (diciembre 2009); pero el nivel de pobreza entre el 2008 y el 2009 ha crecido en 0,42% en la clase media; estos dos estratos constituyen en conjunto más del 90% de la población ecuatoriana.

Debido a que la pobreza constituye un limitante del poder adquisitivo de las personas y que determina que estas sean muy selectivas en su asignación del gasto, el factor pobreza constituye una AMENAZA para “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE” empresa de servicios contables y financieros.

- **Emprendimiento**

Según el Banco Central la tasa de desempleo es del 7,04 % en las principales ciudades, y la de subempleo de 44,1%. A raíz de la crisis económica y política de 1999, en las zonas urbanas de la sierra y costa registro crueles aumentos del porcentaje de

pobreza, según los índices de pobreza durante el 2010¹⁴ disminuyeron del 36,74% al 35,09%; también los niveles de inequidad se redujeron.

La riqueza del país se concentra en manos de una minoría de empresas monopólicas, este hecho tiene como contrapartida la agudización de la pobreza; la brecha que separa los dos rubros de ingresos: capital y el trabajo, es grande, crece dramáticamente; pues el 66,66% del ingreso nacional pertenece a unas pocas familias; el 20% más pobre recibe únicamente el 2,5% del ingreso nacional, y gana 23 veces menos que el 10% más rico; al contrario el 20% más rico recibe el 58,7% del ingreso nacional. El 44% de la población económicamente activa está sin empleo o en situación de subempleo; la inflación ocasiona una baja importante del poder adquisitivo, la subida de los precios no correspondiendo al nivel de los salarios; por lo cual el ingreso familiar sólo le alcanza para comprar el 67% de la canasta básica.

En la actualidad nuestro país tiene niveles de desempleo y subempleo muy altos, según el INEC la tasa de desempleo es aproximadamente del 25% y la de subempleo del 20%; cifras alarmantes que muestran la importancia del fenómeno emprendimiento, el mismo que ha dado lugar a la creación de miles de microempresas en las cuales trabaja más del 50% de la población económicamente activa del país.

El espíritu de emprendimiento ha permitido que personas que se encontraban en la desocupación, se incorporen a la población económicamente activa, generando un mayor volumen de demanda de bienes y servicios; e incrementando de igual forma la demanda de los servicios de asesoría financiera y contable. Por lo cual el factor emprendimiento genera una OPORTUNIDAD para la empresa “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE”.

1.3.4. Factor tecnológico

- **Tecnología de información (TI)**

En el mundo actual predominan los computadores, el Internet y las comunicaciones, por esto es indispensable para las empresas desarrollar su tecnología de información TI, pues la información es un recurso estratégico, una empresa que posee información puede tomar acciones oportunas y aprovechar las oportunidades del mercado.

La tecnología es un factor muy cambiante que se presenta en la actualidad, las decisiones y actividades para las empresas están influenciadas por la tecnología en el

¹⁴ CEPAL, Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe, Marzo 2011, Emprendimiento [En línea]. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html>. [Consulta. 01-10-2011]

sentido que esto afecta en forma directa al desarrollo de los productos, la presentación, las promociones, la fijación en procesos y en el sistema de distribución o venta.

Para que un negocio como es el caso del presente estudio, dependiendo de la actividad o campo de acción que se decida cubrir, deberá implementarse una cantidad de herramientas y equipos programáticos propios de esta actividad. Es decir si se va a ocupar en generar informes de movimientos económicos deberá implementar programas informáticos adecuados disponibles en el mercado.

- **Competitividad y aprendizaje**

El Foro Económico Mundial¹⁵, determinó el Índice de Competitividad Global para el período 2009, según este indicador el Ecuador ocupa el puesto número 103 entre 125 países; lo que determina que en América Latina, solamente supera a: Honduras, Nicaragua, y Paraguay en lo referente a competitividad.

Índices de Competitividad (Revisar Anexo 12)

Según este organismo las principales causas por las cuales el Ecuador y sus empresas tienen una marcada falta de competitividad son: la poca inversión tecnológica, la baja eficiencia en la producción de bienes y servicios, y, el bajo nivel educativo del recurso humano. Dado que el elemento humano es parte fundamental de las empresas, este debe ser capacitado para optimizar su desempeño; por lo cual el factor competitividad genera una OPORTUNIDAD para la empresa “QUALITY ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE”.

¹⁵ Revista Economía Mundial 2010, Competitividad y Aprendizaje; [En línea]. Disponible en: <http://books.google.com.ec/books?id=GGYIY8GBmNkC&pg=PA21&dq=World+Economic+Forum++indices+de+competitividad+ecuador&hl=es&sa=X&ei=Aia4UPiVNYWm8gTAvoDQCg&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q=World%20Economic%20Forum%20%20indices%20de%20competitividad%20ecuador&f=false> [Consulta. 29-11-2011]

CAPITULO II

2. ANALISIS DE MERCADO

2.1. Investigación de mercado

En todo negocio la investigación de mercados es indispensable antes de dar inicio al mismo. Sin dicha investigación no existe el riesgo de que los consumidores no necesiten o deseen el producto, o de que no les guste la forma como está presentado o manejado. Siempre existirá el riesgo de que los usuarios no estén conformes con los servicios que se va a prestar o que los precios fijados por el vendedor o proveedor sean demasiado altos como para que los consumidores puedan pagarlo. De igual forma al mismo tiempo que se ofrecen productos o servicios de buena calidad, también se requiere dicho estudio previo, para asegurar que la propuesta, pueda ser llevada a cabo eficientemente y, por tanto, en forma rentable y sostenible.

Para los propósitos de esta investigación, un mercado se define, en primer lugar, por las características de la demanda de los consumidores (es decir, lo que ellos quieren) por un producto. Esta definición incluye también los requerimientos de quienes están comprometidos con el abastecimiento de lo que los consumidores demandan, tales como calidad de servicios por asesoría contable y tributaria ofrecidos y sobre todo tranquilidad para los usuarios. En segundo lugar, el término mercado comprende también las acciones de los competidores, tales como la forma como ellos determinan sus precios, organizan su distribución y deciden sobre la promoción. Resumiendo un poco se tiene que un mercado tal como se lo trata en esta investigación, es un conjunto de características de la oferta y la demanda, y no un lugar físico.

Por lo tanto la investigación de mercados en el presente trabajo es un proceso que pretende analizar el mercado con el fin de determinar las posibilidades de mejoramiento de un negocio, como empresa que ofrece servicios tributarios en la Ciudad de Cuenca.

De acuerdo a Kotler y Armstrong (2008) en su obra: *Fundamentos de Marketing*, el proceso de investigación de mercados abarca cuatro pasos: *definir el problema y los objetivos de la investigación, desarrollar el plan de investigación, implementar el plan de investigación para finalmente interpretar e informar los resultados*¹⁶. Acogiendo el criterio de los autores antes mencionados se puede establecer los siguientes razonamientos:

¹⁶ Kotler Philip, Armstrong Gary (2008) *Fundamentos de Marketing*. Sexta edición. Editorial Pearson Educación. México, Pág.160

Problema y objetivos.- Se puede decir que la definición del problema y los objetivos de la investigación es la parte más importante, por lo que se presume que algo está mal sin saberse las causas del problema, pero una vez definido el mismo es posible establecer los objetivos, como posibles caminos para encontrar las soluciones.

Plan de investigación.- En este paso se debe determinar de manera muy minuciosa que tipo de información se necesita, para luego en base a ello determinar un plan de acción, que contemple un muestreo, técnicas e instrumentos a utilizarse. Aquí cuenta datos secundarios y primarios.

Implementar el Plan.- Equivale a ejecutar el trabajo de campo, recogiendo las respuestas a las preguntas planteadas en los cuestionarios ya sean encuestas, entrevistas u otra técnica. Para ello se usa impresiones en papel, grabadoras de voz, internet, etc.

Interpretación de resultados.- Corresponde al análisis de los resultados resumiéndolos en cuadros estadísticos y en gráficos, mediante los cuales será posible establecer porcentajes de respuestas y de esta manera actualizar la información requerida.

2.1.1. Características del mercado

Tomando de varios autores, las *características* fundamentales que diferencian a los *servicios* de los bienes son cuatro: 1) Intangibilidad, 2) inseparabilidad, 3) heterogeneidad y 4) carácter perecedero, y en base a ello se trata de ubicar el servicio a prestar:

- **Intangibilidad:**

De acuerdo a Philip Kotler (2002) en su obra *Dirección de Marketing: a fin de reducir su incertidumbre, los compradores buscan incidir en la calidad del servicio. Hacen inferencias acerca de la calidad, con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el servicio que ven. Por tanto, la tarea del proveedor de servicios es "administrar los indicios", "hacer tangible lo intangible"* ¹⁷.

Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden detectar con los sentidos como algo material como mirar, probar, tocar, escuchar u oler antes de adquirirse, y es por ello que tampoco es posible ser guardados, ni ubicados en alguna percha de un

¹⁷ Kotler Philip (2002), *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales*, Primera Edición, Editorial Prentice Hall, Pág. 200.

almacén para ser exhibidos, adquiridos y transportados por un usuario, es decir, lo contrario de lo que ocurre con los productos físicos.

Por ello, esta observación respecto los servicios es la que genera mayor incertidumbre en aquellas personas interesadas en adquirirlos, porque no pueden determinar con anticipación ni medir el grado de satisfacción que tendrán luego de adquirir un determinado servicio. Sin embargo la cultura creada y la confianza de ambas partes hacen posible llevar de manera aceptable las transacciones comerciales de los servicios, en este caso, el de los servicios contables y tributarios..

- **Inseparabilidad:**

En el caso de los bienes, estos se producen y luego los adquieren los usuarios para ser consumidos. En cambio, los **servicios** con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son *actividades inseparables*¹⁸. Ello significa que la situación de relación entre vendedor y comprador de servicios es diferente y propia de esta actividad basada en la confianza, por lo que en el caso de la parte vendedora es necesario implementar una estrategia de confianza dentro del proceso de venta.

- **Heterogeneidad:**

Aquí se considera, que cada servicio depende de quién los presta, debido a la participación directa de personas; dado que incide en la producción y entrega., esto significa que los servicios tienden a estar menos uniformados que los bienes, diferenciándose porque son consumidos y producidos en el momento, por lo que, quien brinda el servicio podría manejar diferentes situaciones con cada cliente.

Por estos motivos para el comprador, ésta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo¹⁹.

- **Carácter Perecedero:**

Se refiere a que *los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario*²⁰. En el caso de los servicios contables y tributarios, el tiempo dedicado a la atención de un cliente, no es posible guardarlo para utilizarlo en otro momento, por lo que si no es optimizado se pierde, sin poderlo volver a recuperar. Por tanto, *la*

¹⁸Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, (2002) Marketing, Sexta Edición, Editorial International Thomson Editores, pág.344.

¹⁹ Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce (2004), Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, Editorial Mc Graw Hill, Pág. 337 y 339.

²⁰ Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl. Óp. Cit., pp. 344.

Imperdurabilidad no es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas²¹.

✓ **Asesoría Tributaria**

La evasión de impuestos en el Ecuador ha sido un problema muy frecuente durante todos estos años. Pero de manera paulatina el S.R.I. ha ido perfeccionando su forma de recaudarlos. Para ello se está utilizando estrategias y políticas que hacen que quienes realizan una actividad económica estén obligados a contribuir al estado con los impuestos que se generan como productos de varias transacciones comerciales.

Es así como buena parte del mercado informal ha empezado a actuar de manera formal, por ejemplo mediante la adopción del sistema RISE, convirtiéndolos en contribuyentes activos para el pago de impuestos. Hay que resaltar que gran parte de las personas naturales que realizan actividades productivas no disponen de los conocimientos suficientes para realizar las debidas declaraciones de sus impuestos. Mientras el S.R.I quien regula y controla esta gestión cada vez implementa estrategias para conocer de manera minuciosa cuanto y cuando cumple el contribuyente. Frente a ello existe la necesidad de cumplir las obligaciones que nacen de tener una actividad económica.

Con estos antecedentes es claro que se requiere de ayuda para declarar los impuestos, y que mejor que con la existencia de personas especializadas que posea los conocimientos, el profesionalismo y la experiencia para poder brindar los servicios de tributación y/o contabilidad exigidos por la legislación tributaria.

✓ **Medios y Alcances de los servicios de Contabilidad y Tributación**

Al implementarse o actualizarse una microempresa de servicios para asesorar en Contabilidad y Tributación, como es el caso del presente proyecto, los medios disponibles para enfrentar con éxito la responsabilidad asumida, serían: personas especializadas en áreas contables y tributarias, infraestructura con los suficientes equipos y programas informáticos, una adecuada organización administrativa de la empresa, y suficiente disponibilidad de literatura necesaria referente a leyes, disposiciones contables y tributarias vigentes. El alcance y la naturaleza de los servicios de la Asesoría en Contabilidad y Tributación, puede variar en función de las necesidades del cliente, por lo que los buenos resultados a obtenerse, residen en el servicio de alta calidad prestado por los profesionales a la hora de abordar las necesidades específicas.

²¹Kotler Philip Óp. Cit., pp. 2002.

✓ **Información técnica disponible**

Como se mencionó antes, para poder prestar los servicios de Asesoría Tributaria y Contabilidad con eficiencia, será necesario disponer de los conocimientos especializados, por lo que aparte de tener el respaldo de un profesional en las Ciencias Administrativas y Financieras, hay que tener presente que tratándose de asesorar en trabajos específicos, será imprescindible tener conocimientos más profundos en temas como: Contabilidad, Estados financieros, Auditoría Tributaria, Obligaciones tributarias, Auditoría Financiera, cuyos conceptos generales se los describe a continuación:

✓ **Contabilidad**

Es la que identifica, evalúa, registra y produce cuadros–síntesis de información. La contabilidad tiene como misión el proporcionar una información adecuada y sistemática del acontecer económico y financiero de las empresas²². En virtud de ello la contabilidad es la disciplina que proporciona la información oportuna sobre períodos económicos, financieros y sociales suscitados en tal o cual empresa, ayudando en la toma de decisiones económicas a corto, mediano o largo plazo.

Estados Contables

Son también llamados Estados Financieros y corresponden al producto final de la contabilidad ya que son los que resumen la situación económica y financiera de la empresa. Los estados financieros básicos son:

- El balance general
- El estado de resultados
- El estado de cambios en el patrimonio
- El estado de cambios en la situación financiera
- El estado de flujos de efectivo.

Auditoría Tributaria

El objetivo de la auditoría tributaria es la identificación de la presencia de contingencias para valorar la importancia económica y el cumplimiento de las diversas obligaciones tributarias.²³ Por tanto, está encaminada a comprobar el correcto acatamiento, de la obligación principal y de las accesorias o formales contenidas en la normativa legal y administrativa vigente, que afecten a un contribuyente determinado.

²² Martínez Rafael (2009) Manual de contabilidad para PYMES. Editorial Club universitario. España, pág.9

²³ Deloitte, Administración de riesgos, Auditoría Tributaria [En línea]. Disponible en: http://www.deloitte.com/view/es_CR/cr/servicios/fas/index.htm [Consulta. 02-12-2011]

Obligaciones tributarias.

Las obligaciones tributarias varían según el tipo de contribuyente y de acuerdo a las características de su actividad económica. La principal obligación tributaria es el vínculo jurídico por el cual, el sujeto pasivo o contribuyente debe dar al sujeto Activo, que es el fisco, una suma de dinero determinada por ley.

En el caso de Ecuador, las obligaciones tributarias que fija el fisco a través del SRI son:²⁴

a. Obtener el RUC.

b. Presentar Declaraciones.

- Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA)
- Declaración del Impuesto a la Renta
- Pago del Anticipo del Impuesto a la Renta
- Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta
- Declaración del Impuesto a los Consumos Especiales.

c. Presentar Anexos.

Obligación del SRI

Verificar que las declaraciones de impuestos sean expresión fidedigna de las operaciones registradas en sus libros de contabilidad y de la documentación soportante, y que reflejen todas las transacciones económicas efectuadas.

Establecer si las bases imponibles, créditos, exenciones, franquicias, tasas e impuestos, están debidamente determinados y de existir diferencias, proceder a efectuar el cobro de los tributos con los consecuentes recargos legales.

Detectar oportunamente a quienes no cumplen con sus obligaciones tributarias.

²⁴ Servicio de Rentas Internas SRI. Obligaciones Tributarias. [En línea]. Disponible en: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/136@public> [Consulta. 02-12-2011]

2.1.2. Objetivos del mercado

Objetivo General

- Definir el mercado potencial del proyecto y las preferencias de los potenciales usuarios que requieran los servicios de asesoría tributaria en la Ciudad de Cuenca.

Objetivos Específicos

Los objetivos específicos que se buscan alcanzar son:

- Determinar la estructura del mercado potencial, tamaño y composición, de la ciudad de Cuenca.
- Definir el perfil del consumidor potencial de asesoría tributaria.
- Determinar los gustos y preferencias del consumidor potencial, hábitos y patrones de consumo.
- Identificar la franja de precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar por los productos y servicios ofertados.

2.1.3. Segmentación del mercado

Es importante la segmentación de mercado, publico objetivo y posicionamiento por esta razón se propone el análisis de los segmentos de mercados de consumo para luego posicionar los productos en el mercado obtener una ventaja competitiva. La segmentación de mercado es *“División del mercado en grupos individuales con necesidades, características, y comportamientos comunes que podrían requerir productos o combinaciones de marketing específicas”*²⁵

La segmentación de mercados:

- Comprende un análisis detallado del ambiente del cliente orientado a la prestación de servicios contables y tributarios.
- Es el proceso de dividir el mercado total para un producto o categoría de productos en particular en segmentos o grupos relativamente homogéneos.
- Comprende la decisión fundamental de si se debe segmentar en que sector de acuerdo a si se debe prestar servicios a personas naturales, microempresa o empresas de mayor tamaño.²⁶

En ocasiones, la misma empresa los utiliza en combinación con enfoques más nuevos, dependiendo de la marca, el producto o el mercado en cuestión

²⁵Kotler Philip, (2004) Marketing, Editorial Pearson Educación, S.A. Madrid-España, Pág. 57.

²⁶Hartline, Michael D. (2006) Estrategia de Marketing, Editorial Cengage Learning Editores S.A. México DF-México Pág.56-57

Criterios de Segmentación

Para efectos de segmentar el mercado se ha considerado:

- Bases geográficas y demográficas: distribución de la población regional, población urbana, suburbana, rural, edad, sexo en la Ciudad de Cuenca.
 - Bases de dinero: la segmentación se basa en la distribución de los ingresos y la voluntad para gastarlo, que lleva a la segmentación por el comportamiento de compra del consumidor en Cuenca.
 - Bases Psicológicas: Personalidad, actitudes, beneficios deseados frente a los servicios a ofrecerse a la población en Cuenca.
 - Bases Demográficas: Genero, población, densidad, edad, etc. en Cuenca
- ✓ **Segmentación geográfica**

La población estimada de la provincia del Azuay para el año 2010, según datos del INEC²⁷ corresponde a 712.127 habitantes, la población del cantón Cuenca es de 505.585 habitantes y en la zona urbana de la ciudad de Cuenca hay 333.686 habitantes, es decir que en la zona urbana se encuentran el 66% de los habitantes.

Cuenca dentro de la provincia del Azuay (Revisar anexo 13)

Distribución de Población - datos 2010 (Revisar anexo 14)

Como es necesario dividir el mercado en diferentes unidades geograficas se aplica eso a la Provincia del Azuay, Canton Cuenca y zona urbana de Cuenca.

Distribución de Territorio (Revisar anexo15)

De acuerdo a lo establecido en la Reforma, Actualización, Complementación y Codificación de la Ordenanza que sanciona el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Cuenca, el territorio se divide en:

- ✓ Área Urbana, con una superficie de 6.771 hectáreas.
- ✓ Área de Influencia Inmediata, con una superficie de 12.013 hectáreas y
- ✓ Área Rural, con una superficie de 312.880 hectáreas.

División del Territorio del Cantón Cuenca (Ver anexo 16)

Zonificación principales barrios de la Ciudad de Cuenca (Ver anexo 17)

²⁷ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, Segmentación Geográfica, [En línea]. Disponible en: <http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio> [Consulta.02-12-2011]

Al momento en la Ciudad de Cuenca existen aproximadamente 53 barrios distribuidos en 3 zonas de acuerdo a su lejanía del centro de la ciudad

Parroquias Rurales del Cantón Cuenca (Ver anexo 18)

Parroquias Urbanas del Cantón Cuenca (Ver anexo 19)

Segmentación demográfica

El número de personas al que se enfocará es de 130.138 habitantes de la ciudad de Cuenca, económicamente activas, al inicio del proyecto y que corresponde a personas de género masculino y femenino de nivel socio económico alto, medio alto y medio.

Segmentación Geográfica Cantón Cuenca (Ver anexo20)

Por lo tanto con esta base de segmentación de mercado será posible conocer el mercado de consumo.

Variables Segmentación de Mercado (Ver anexo 21)

2.1.4. Recolección de información

- **Universo o Población**

Como se mencionó anteriormente, las unidades de análisis del presente estudio, consideradas como un conjunto de elementos serán: la implementación de un negocio de manera formal como microempresa, la misma que va a proporcionar servicios de asesoría en servicios contables y tributación, con cobertura a la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay. Cuando se trata de un universo con una población elevada, resulta poco factible poder trabajar con uno y cada una de las personas u objetos que conforman la población por razones económicas y operativas, de aquí que es imprescindible obtener un subconjunto de elementos representativos de esta población homogénea para trabajar con ella y eso se constituye en la muestra.

Antes de continuar con los procedimientos para el cálculo de la muestra y levantamiento de la información de campo es necesario conocer las técnicas e instrumentos de investigación que se van a emplear en el estudio de campo.

- **Selección de la muestra**

Dada la naturaleza del mercado, se observa que su población de interés, está constituida por grupos claramente identificados que son los consumidores, en este caso de servicios contables y tributación.

Para ello se ha definido que el perfil del posible usuario o consumidor es el de una persona económicamente activa, que ejerce actividades productivas y por lo tanto que disponga de un nivel de ingreso que le permita segregar parte de él, para contratar servicios de asesoría de acuerdo a los lineamientos dispuestos por el SRI.

Población económicamente activa de Cuenca según censo correspondiente al año 2010 PEA urbana (Ver anexo 22)

De la totalidad de habitantes de la Ciudad de Cuenca (505.585) se ha considerado solamente a la P.E.A urbana (Población Económicamente Activa) que equivale a 130.138 habitantes que correspondería al universo (N), para de allí calcular la muestra a encuestar. La muestra calculada corresponde a **272 encuestas**

Fórmula y cálculos realizados para obtención de la muestra (Ver anexo 23).

Calculadora de muestras online

http://www.netquest.com/panel_netquest/calculadora_muestras.php (Ver anexo 24)

Modelo de la encuesta (Ver anexo 25)

2.1.4.1. Técnicas e instrumentos de investigación

Entre las técnicas e instrumentos de recolección de datos, aplicadas para la presente investigación, se destacan fuentes secundarias como la bibliográfica y primarias, entre las cuales se tiene: la entrevista, la encuesta y la observación de campo.

- **Encuestas**

Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos, por lo tanto esta herramienta permitió recoger la información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso y que el encuestado leyó previamente, respondiendo por escrito, sin la intervención directa de persona alguna relacionada con la investigación.

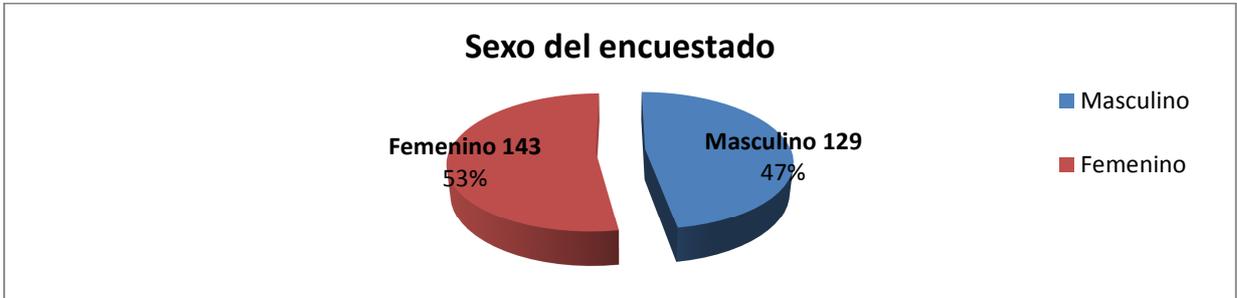
En el presente caso se realizaron encuestas a posibles usuarios de los servicios, y las respuestas recogidas facilitaron la evaluación de los resultados por métodos estadísticos. Los resultados se pueden observar más adelante.

RESULTADOS DE ENCUESTAS A CONTRIBUYENTES

Datos de resultados en tablas (ver anexo 26)

2.1.4.2 Análisis y tratamiento de la información

Gráfico No. 1



Más de la mitad corresponde al sexo femenino, lo cual se ratifica de acuerdo a las estadísticas emitidas por el INEC en los últimos censos locales, que señala que en la Ciudad de Cuenca se distribuye la población en 53% de mujeres y 47% de hombres

Gráfico No. 2



La clasificación en segmentos por edades, se destaca el grupo de personas económicamente activas, que oscila entre los 31 a 40 años de edad con un equivalente al 43% del total, seguido del segmento de 41 a 50 años de edad. Esto es un indicativo de que las personas que más se dedican a negocios particulares pertenecen a edades comprendidas entre los 30 y 50 años de edad.

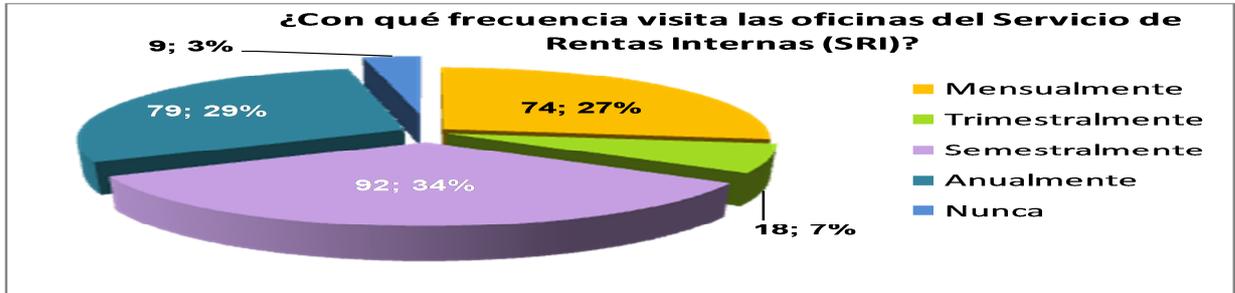
Gráfico No. 3



Entre los contribuyentes encuestados se puede apreciar que el grupo mayoritario corresponde a las personas naturales, por lo que las estrategias de captación de

usuarios y oferta de los servicios por parte de Quality, estarán orientadas a este segmento, además de las microempresas que actualmente las tiene como usuarios.

Gráfico No. 4



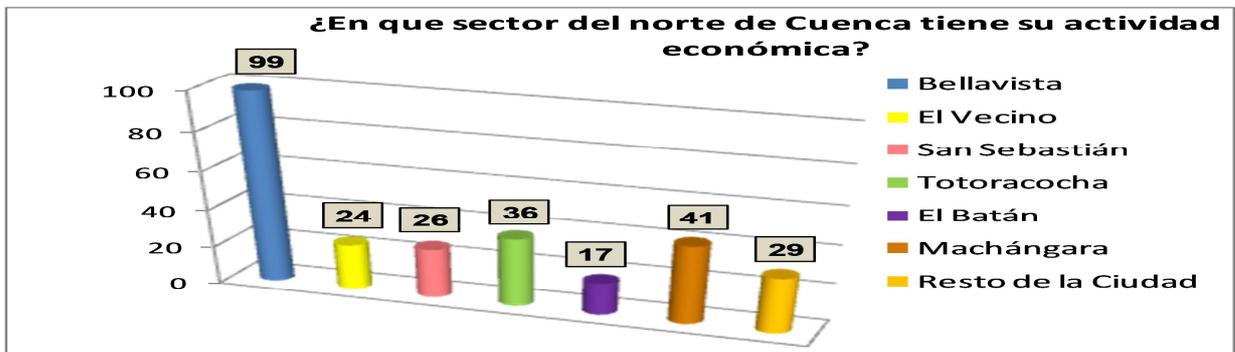
Respecto a la frecuencia de visitas a las oficinas del Servicio de Rentas Internas, por parte de los encuestados, existe una tendencia a hacerlo de manera semestral, lo cual puede ser una razón para pensar que a los usuarios casi no les gusta acudir a dichas oficinas, posiblemente debido a razones de tiempo, o demora en la atención. Otra de las razones puede ser debido a que ahora existen facilidades para declarar por Internet y tan solo acuden por reclamos puntuales que no son posibles hacerlo por la red.

Gráfico No. 5



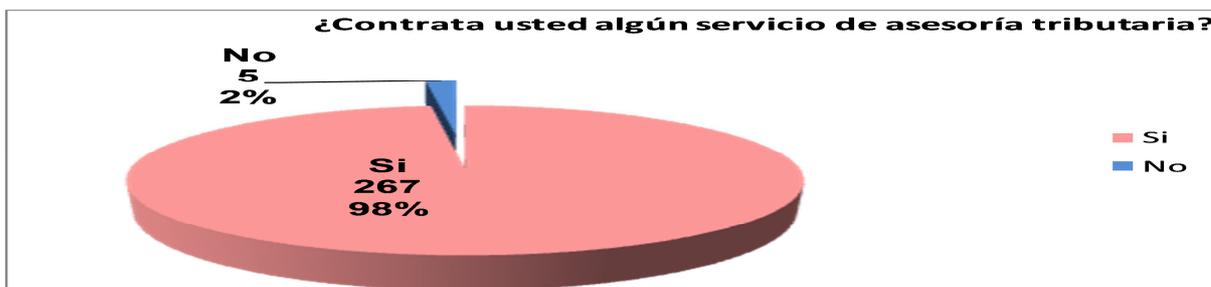
Al consultarse sobre antecedentes de gestiones relacionadas con obligaciones tributarias durante los últimos seis meses, existe una mayoría de encuestados que realiza declaración de impuestos como prioridad sobre otras gestiones tales como trámites administrativos, devolución de impuestos o actualización del RUC. Esto se justifica dado que todas las gestiones en el SRI giran alrededor del pago de impuestos.

Gráfico No. 6



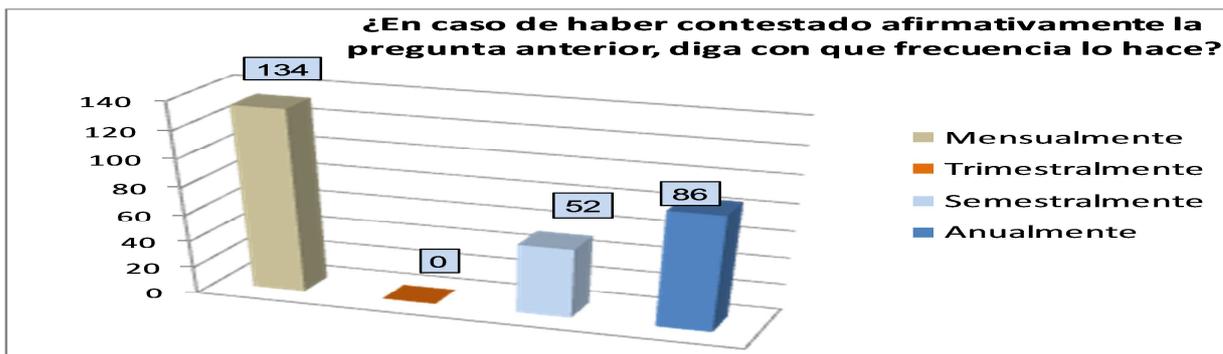
En cuanto al sector de donde provienen los posibles usuarios de los servicios, predominan en mayor número del barrio Bellavista el mismo que corresponde al sector donde existe un mayor movimiento comercial e industrial además de que corresponde al sector donde está ubicado Quality.

Gráfico No. 7



De acuerdo a las respuestas obtenidas, la gran mayoría de personas contrata algún tipo de servicio relacionado con la asesoría tributaria, por lo que se justifica la idea de ampliar los servicios del negocio debido a las necesidades presentes.

Gráfico No. 8



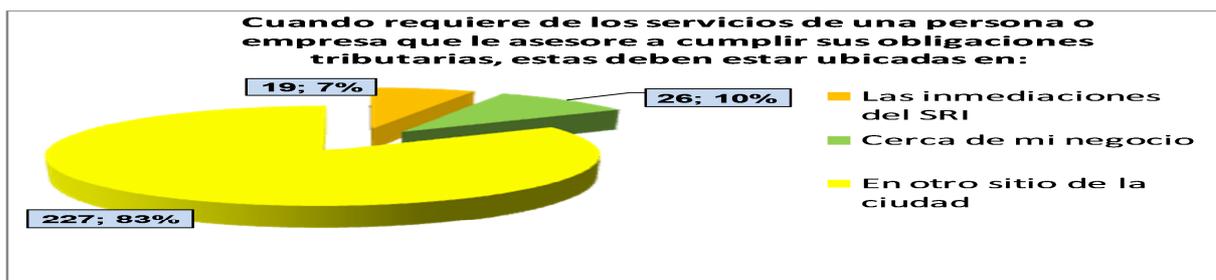
Al menos la mitad de personas (49%) que requieren de los servicios tributarios preferentemente lo hacen mensualmente lo que significa que de acuerdo a las proyecciones respecto al total de la población económicamente activa, de las 130.138 personas consideradas, 63.768 hacen uso de los servicios y el resto de la población, posiblemente lo hace cada seis meses o no están cumpliendo con sus obligaciones.

Gráfico No. 9



A plantear valores de pago por lo servicios y seguramente en base a lo que han estado pagando los usuarios, existe una preferencia por la opción de pagar entre 11 a 20 USD, seguida de cerca por la opción de pago correspondiente entre 21 a 30 USD. Estos dos rubros pueden servir de guía y tomarse un promedio proporcional que cubra las dos opciones.

Gráfico No. 10



En el caso de que se requiera utilizar los servicios de una persona o empresa que le asesore a cumplir sus obligaciones tributarias, a la mayoría de los interesados no les importa el sitio donde están ubicadas las personas o empresas. En base a este antecedente es importante poner en conocimiento del usuario los servicios que se presta, considerando como parte de ello la posibilidad de realizarse las declaraciones vía internet con autorización del cliente.

Gráfico No. 11



Cuando se trata de utilizar los servicios tributarios, básicamente la mayoría de los usuarios prefiere que se les brinde el servicio a domicilio, lo cual debe ser tomado en cuenta para efectos de captación de clientes, que de igual forma tenga que ser a domicilio. En base a ellos se deben considerar ciertos costos y cálculos de tiempos por efectos de movilización futura.

Gráfico.No.12



Fuente: Encuestas a contribuyentes

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Al consultarse respecto al tipo de servicio tributario que reciben actualmente los contribuyentes ya sea de parte de una persona natural o una empresa, manifiestan que si cuentan con el respaldo profesional y seriedad requerida. Esta información se considera como importante ya que para efectos de captar el mercado hay que considerar la competitividad dentro de un mercado que cuenta con competidores eficientes, frente a lo cual será necesario implementar varias estrategias para sobresalir con rentabilidad y sustentabilidad.

Ubicación geográfica de la Parroquia Bellavista (ver anexo27)

2.1.4.3 Inferencia del resultado de la encuesta

La encuesta por muestreo es un método estadístico mediante el cual se puede estimar las características de una población o universo. Esta muestra ha sido seleccionada aleatoriamente con tres propósitos fundamentales:

- a) Que no exista un sesgo intencional
- b) Que sea representativa, es decir, que se asemeje a la población de la cual se desea conocer determinadas características y
- c) Que se pueda realizar inferencia estadística

Para ello se ha manejado un nivel de confianza del 90%; un valor estándar del 1,65; un nivel de heterogeneidad del 50% y un margen de error del 5% en la PEA del cantón Cuenca

En base a las encuestas realizadas y de acuerdo a los datos obtenidos, existe un mayor número de mujeres (53%) que realizan una actividad económica; la edad comprendida entre los 30 hasta los 50 años se dedican a un negocio particular (75%); la mayoría de los encuestados son personas naturales (90%), este es un dato importante para poder captar a este grupo de contribuyentes.

A la mayoría de usuarios no les agrada visitar las oficinas del Servicio de Rentas Internas; la relación con el SRI gira alrededor del pago de impuestos; la gran mayoría de personas que tienen una actividad productiva contratan algún tipo de servicio relacionado con la asesoría tributaria (98%), por lo que se justifica la idea de ampliar los servicios del negocio ya que se justifica en razón de las necesidades presentes.

Al menos la mitad de las personas que requieren de los servicios tributarios preferentemente lo hacen mensualmente (49%) lo que significa que de acuerdo a las proyecciones respecto al total de la población económicamente activa, al menos 63.768 hacen uso de los servicios, por lo que considerando a la competencia habrá que tomar en cuenta la parte del mercado a captar y en base a ello la disponibilidad de personal y tecnología necesaria.

El rubro que servirá de guía para que Quality Asesoría Tributaria y Contable recaude por el servicio se encuentra entre los 20 a 30 dólares; Adicionalmente a los contribuyentes encuestados no les interesa realmente donde están ubicadas las empresas que prestan este tipo de servicios, las inversiones que se realizan en las oficinas de las empresas no serán muy onerosas tomando en cuenta que el usuario en su mayoría no asistirá al sitio.

Considerándose que a las personas que requieren los servicios contables y tributarios prefieren que los atiendan en sus domicilios de trabajo (83%), y dentro de las políticas de Quality consta la visita domiciliaria como un plus del servicio desencadenará un gran interés en los futuros usuarios de este servicio.

Casi la totalidad de los encuestados buscan profesionalismo y confianza en sus prestadores de servicio (98%); aspecto que también es una característica de Quality y reza en su visión que lo veremos más adelante.

En este caso se deberá realizar inversiones en lo correspondiente a la implementación de computadores e internet con la finalidad de realizar tanto las actualizaciones de la contabilidad así como las declaraciones de impuestos con autorización del cliente y la capacitación continua de todo su personal.

2.2. Análisis de la Oferta

Oferta es la cantidad de un bien o servicio, que ofrecen las empresas, dependiendo del precio, factores sociales, y, del costo de los factores productivos que utilizan las empresas para fabricar el bien o servicio.²⁸

²⁸Perloff Jeffrey (2004), Microeconomía, Editorial Pearson Educación, Tercera Edición, España. Pág. 7

2.2.1. Evaluación del Negocio

Para evaluar el negocio será necesario antes definirlo en base a las actividades a realizar, por lo que de acuerdo a Perloff (2004) la definición del negocio, “consistirá en definir el terreno real de interés empresarial: general o diversificado”²⁹.

En razón de ello, una vez determinado el sector a establecer el negocio, es decir de acuerdo a lo señalado en el capítulo anterior, se trata de un negocio que ya está establecido en el mercado y que en base al presente proyecto va a funcionar de una manera más técnica desde el punto de vista administrativo y económico con el nombre de Quality Cía. Ltda., en su local ubicado en la Av. Héroes de Verdeloma 11-66 entre Tarqui y General Torres.

El negocio como tal viene funcionando en forma independiente a partir del 6 de febrero de 2002, inicialmente prestando servicios contables, para luego ampliar sus servicios y adoptar la razón social Quality asesoría tributaria y contable, funcionando bajo el sistema de microempresa.

Frente al incremento de clientes y debido a la necesidad y exigencias de entidades de control como SRI, IESS, Ministerio de Trabajo, Superintendencia de Compañías, y Municipio; en el mes de mayo del 2006 se crean dos puestos laborales uno como auxiliar contable y otro como secretaria contable.

Debido a las políticas gubernamentales y los constantes cambios en las normativas vigentes, en este caso la tributaria, es por ello que Quality ha creído conveniente capacitar frecuentemente a su personal en temas relacionados con la implementación de las NIFFS., dominio de sistemas informáticos, y actualización tributaria

Contribuyentes Cuenca (ver anexo 28)

2.2.2. Análisis de la Competencia

En la ciudad de Cuenca al igual que en otros sitios existen personas naturales y empresas que se dedican a prestar servicios similares a los que propone Quality. De acuerdo a la base de datos de contribuyentes activos del SRI existen 729 personas y microempresas que brindan asesoría contable y tributaria para un total de 65.535; para el presente estudio inicialmente se ha considerado a microempresas que están

²⁹ Humberto Serna Gómez (1996), Planeación y Gestión Estratégica. Fondo Editorial RAM editores Cía. Ltda., Colombia, Pág. 98

ubicadas geográficamente cercanas a Quality las mismas que se describen a continuación:

Cuadro No. 1 Competidores cercanos

Empresa	Dirección	Descripción del Servicio	Contacto
S.C.I. Servicios Contables Independientes	José Peralta y Alfonso Cordero esquina, altos de Tutto Freddo Sector del Estadio Edificio Luxor piso 2 Oficina 201	Asesoría Financiera, contable y Tributaria a personas naturales y jurídicas de pequeñas y medianas empresas que deben y deseen llevar registro y control de sus operaciones comerciales	Servicioscontablesucuenca@hotmail.com
Servicios Contables: Declaración de Impuestos	Sangurima 12-18 y Tarqui	Se realiza declaraciones de impuestos de IVA, Renta, elaboración de proyectos para la creación de empresas, estudios de mercado entre otros	0986681963
CONTRI SRI Consultoría Tributaria	Rafael María Arizaga 11-36 y Tarqui	Servicios de tributación, anexos transaccionales, auditoría, contabilidad y manejo en diferentes programas, planillas, less, roles de pago, NIIFS	0998876875
CPA Patricia Brito	Luis Cordero 13-18 y Pio Bravo	Declaraciones, anexos y contabilidades, entrega de balances, asesoría contable, tributaria y laboral	0984751409
Asesoría Contable y de Impuestos	Tomas Ordoñez 12-06 y Sangurima Edificio Hurtado de Mendoza ofic. 203	Declaraciones, Anexos, Tramites SRI, IESS	0969189614
S.C.T Servicios Contables Tributarios	Pio Bravo y Esteves de Toral esquina	Aplicación de NIIFS mediante la aplicación de las NIC, pago de impuestos, permisos de funcionamiento, gestión de créditos en instituciones financieras	2821407 - 2843131
A.C.T Asesoría Tributaria y Contable	Héroes de Verdeloma 12-46 y Coronel Talbot	Declaración de impuestos, asesoría de tramites tributarios, implementación de contabilidad, análisis e interpretación de estados financieros	0995165536

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Siempre se podrá hacer algo más o mejor que los competidores. Ésta es la razón por la que se debe hacer el análisis de la competencia.

La vieja fórmula de hacer cosas diferentes, servir a muchos segmentos de mercado y tener un enfoque abierto, ya dejó de funcionar. El futuro será para los que hacen una sola cosa diferente del resto, sirven a pocos segmentos del mercado y tienen un enfoque definido.

Cuadro No. 2	Descripción del servicio de Quality y competidores																		
	Gerente	Aplicación de NIIFS	Compañías	Declaración IVA	Fuente	Relación de Dependencia	Anexo Transaccional	personal.	actas de finiquito	Manejo portal del IESS	Renta	Revisión y Control Contabilidad	pequeña	mediana	grande	Gastos personales	Declaración Patrimonial	REOC	Informe de Ingresos y Gastos
S.C.I. Servicios Contables Independientes	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Servicios Contables: Declaración de Impuestos		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CONTRI SRI Consultoría Tributaria	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CPA Patricia Brito	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X	X
Asesoría Contable y de Impuestos		X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
S.C.T Servicios Contables Tributarios		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
A.C.T Asesoría Tributaria y Contable	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Quality	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

De acuerdo al cuadro anterior se puede observar la posición de Quality respecto a la competencia, es decir, la oferta actual en el mercado en el cual se desenvuelve la empresa en un sector de la Ciudad de Cuenca.

En cuanto a los servicios que no oferta la empresa Quality se encuentran los relacionados con trámites como permisos de funcionamiento, gestión de préstamos financieros, permisos de funcionamiento, elaboración de proyectos y estudios de mercado

Poder de negociación de los Clientes

Los clientes de servicios contables y tributarios ya sea que provengan de personas naturales o jurídicas, en la mayoría de los casos no son de gran tamaño en volumen de

compra además de que no se encuentran concentrados, considerando que adquieren servicios específicos y no en volúmenes al por mayor.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente en cuanto a las medidas tributarias del gobierno, y las exigencias del SRI para el cumplimiento de las obligaciones tributarias, los usuarios se ven presionados para contratar los servicios contable y tributarios son pena de caer en mora, por lo que en cierto modo de manera general acepta los precios por lo servicios, sin ejercer un poder de negociación mayor, Debido a ello se puede indicar que para este mercado, el poder de negociación del cliente es moderado, por lo que esa situación se presenta como una FORTALEZA para la empresa.

Poder de negociación con los Proveedores

Para el mercado de servicios contables y tributarios, no se requiere de un proveedor permanente de algún tipo de materia prima, excepto la provisión de material de oficina y eventualmente renovación de equipos, y en este caso debido a que existe un amplio campo de proveedores y donde el comprador puede ejercer un poder de negociación, constituyéndose en una FORTALEZA para la empresa.

Amenaza de Nuevos Competidores

Dentro de un mercado tan competitivo como el de la prestación de servicios, se encuentran dispersas diferentes empresas naturales y jurídicas, las mismas que se encargan de ofertar los servicios básicos de contabilidad y tributación, diferenciándose algunas con la oferta de productos adicionales como gestiones de préstamos en instituciones financieras y el gestionar información para tramites en el IESS o instituciones similares aunque en menor escala. En el caso de la incursión de nuevas empresas en una zona cercana a los otros competidores, trae consigo nuevas capacidades, recursos sustanciales y sobre todo la intención primordial de conseguir una nueva cuota de mercado, de una u otra manera se constituye en un competidor potencial, ya que para establecerse generalmente realizan inversiones fuertes en publicidad y promociones.

De igual forma negocios menores pero utilizando otros recursos como precios más bajos en base a costos de operación menores, incursionan en el mercado con las mismas intenciones que los anteriores; en cualquiera de las circunstancias anteriormente dichos competidores se constituyen en una AMENAZA para los negocios establecidos.

Amenaza de Productos Sustitutivos

En el presente caso no existen productos sustitutos porque en sí el tipo de servicios prestados son únicos, es decir, se basan en formatos estándar donde en el caso de los estados económicos y financieros deben presentar los mismos resultados y en el caso

de las declaraciones de impuestos se basan en formatos establecidos por el SRI, lo cual de igual forma se constituye en una FORTALEZA del negocio.

Rivalidad entre Competidores Existentes

El grado de rivalidad en el sector de la prestación de servicios contables y tributarios, se puede señalar como muy dinámico dada la cantidad de negocios similares considerados como competidores. Hay que considerar que el tipo y tamaño de empresas que compiten en el sector es muy variado. Es necesario tener en cuenta que la posición de las empresas de servicios grandes, con capacidad para gestionar campañas promocionales y de publicidad por los diferentes medios, logran mantener un contacto con aquellas personas que han usado sus servicios.

Por lo antes expuesto, se puede prever que este es un mercado de rivalidad creciente, la cual ofrece una tasa de rentabilidad a largo plazo decreciente y que en el caso del presente negocio que requiere crecer sorteando a los competidores, dicho escenario se convierte en una AMENZA.

2.2.3. Posicionamiento

Es notorio que para triunfar en la actual sociedad que se caracteriza por la comunicación ágil, toda compañía debe crearse una posición en la mente del cliente. Una posición que ha de tomar en cuenta no solo los éxitos y fracasos de la misma, sino también de sus competidores.

La publicidad está entrando en una nueva era donde prevalecen las estrategias y la adecuada utilización de las TICs (internet) por lo que para posicionar una empresa, no basta con tener buenos deseos sino que hay que apuntar a ser el primero en entrar en la mente del cliente. Como mencionan Ries Al and Trout: (1981) “una vez, alcanzado un posicionamiento, se necesita más que nada constancia. Debe conservarse año tras año”.

Es por ello que el negocio en estudio se encuentra desarrollando nuevas estrategias y como parte de ellas se ha decidido incursionar como microempresa con el nombre de Quality Cía. Ltda., teniendo como propósito el convertirse en una empresa sostenible y sustentable a mediano y largo plazo. Para la empresa sea más conocida, será necesario ejecutar los trabajos con excelencia dentro del límite de los plazos fijados, con preferencia en la atención al cliente en su domicilio de trabajo.

Tratándose de posicionar la empresa dentro del medio digital, será necesario colocar anuncios gratuitos en la Web, hacer ofertas de servicio con un valor agregado, ya sea en forma de trabajos adicionales sin costo, o descuentos monetarios. Cabe aquí la

posibilidad de implementar una página web o blog con la finalidad de utilizar los medios proporcionados por la red para potenciar el negocio.

2.3. Análisis de la Demanda

Demanda es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir o consumir, bajo ciertas condiciones de precio y de otros factores, como la renta que perciben, el precio de bienes sustitutos, etc.³⁰

2.3.1. Mercado Meta

El mercado meta ha sido establecido en base al criterio inicial de focalizar inicialmente la zona Norte de la Ciudad de Cuenca, y de prestar el servicio a personas que son económicamente activas, por lo que son potenciales usuarios del servicio. Posteriormente a mediano plazo puede expandirse a otros sectores de la Ciudad de Cuenca.

Considerando que la gran mayoría de los contribuyentes que declaran ya tienen quien les asesore con los trámites tributarios; que la mitad de los encuestados realiza mensualmente sus declaraciones de impuestos y una tercera parte lo hace anualmente, entonces para captar los posibles usuarios que pueden provenir del porcentaje de crecimiento anual de la población económicamente activa, habrá que emplear estrategias por parte de Quality, las mismas que se detallan en 2.5. (Marketing mix) con la finalidad de que se diferencie de la competencia.

2.3.2. Tamaño y Valor del Mercado

La población de la Ciudad de Cuenca es de 505.585 habitantes, de los cuales 333.686 se concentran en la zona urbana, y 130.138 habitantes son económicamente activos. La mayoría corresponde a personas comprendidas entre las edades de 31 y 40 años existiendo una tendencia del 49% para cumplir las obligaciones con el fisco.

Es decir, que 63.768 si cumplen sus obligaciones. Hoy en día, la empresa en estudio Quality, se encuentra ubicada en una zona estratégica de la Ciudad de Cuenca por lo que dispone de los medios necesarios para el desplazamiento de sus miembros hacia el resto de la Ciudad.

³⁷ PERLOFF Jeffrey (2004), Microeconomía, Editorial Pearson Educación, Tercera Edición, España Pág. 34

2.3.3. Nicho de Mercado

Población distribución y composición.

Las personas son el principal componente de un mercado. Deben analizar la distribución geográfica y la composición demográfica de la población, como primer paso para entender el mercado del consumidor.

- *Población total:*

Este mercado total es tan grande y tan diverso en sus características, que debe ser analizado en segmentos. En el caso de la Ciudad de Cuenca cuenta con 333.686 habitantes en la zona urbana y de ellos 130.138 (39%) corresponde a personas económicamente activas.

- *Distribución regional:*

Las diferencias locales repercuten en diferencias en la demanda de muchos productos. Las diferencias pueden estar relacionadas con el clima, las costumbres sociales y otros factores. En el caso presente tal como se mencionó anteriormente la idea es captar inicialmente una parte del segmento que comprenden a las parroquias más cercanas, para luego ir ampliando el campo de acción, con la consigna de que los usuarios requieren que los visiten en sus centros de actividad.

- *Grupo de edad.*

Segmentar el mercado de consumidores por grupo de edad es un enfoque útil en el mercado de muchos productos, en el presente caso se consideran todas las personas que tengan actividad económica sin límite de edad.

Mercado de adultos jóvenes (grupo de edad entre 31 y 40 años)

De especial importancia porque a esa edad, normalmente, las personas están en la plenitud de sus carreras, están casados, fundan una familia y gastan gran cantidad de dinero. Este mercado maduro es grande y económicamente promisorio.

2.4. Determinación de la demanda insatisfecha

De acuerdo a las encuestas realizadas (pregunta 8) de las personas económicamente activas en la Ciudad de Cuenca, al parecer solamente un 49% cumple con las obligaciones tributarias, es decir unas 63.768 personas.

Sin embargo y de acuerdo al SRI la recaudación en el Austro durante 2011 ascendió a 429'964.940,65 de dólares, lo que supone un crecimiento del 14,69% respecto a la recaudación de 2010, que fue de 374,9 millones de dólares; mientras que en el año 2012 las recaudaciones

ascendieron a 457'116595,94 de dólares con crecimiento 6,31% respecto a la recaudación del año 2011

Cuadro No. 3 Estadísticas de recaudación año 2010 y 2011 en Azuay

CANTONES	AÑO 2010	AÑO 2011	CRECIMIENTO vs.2010	AÑO 2012	CRECIMIENTO vs.2010
CAMILO PONCE ENRIQUEZ	1.872.487,11	3.007.481,60	60,61%	4.629.220,96	53,92%
CHORDELEG	267.133,15	338.349,12	26,66%	398.830,19	17,88%
EL PAN	72.067,16	76.908,51	6,72%	108.744,43	41,39%
GIRON	339.062,82	458.594,82	35,25%	567.808,18	23,81%
GUACHAPALA	79.343,40	104.201,04	31,33%	106.483,31	2,19%
GUALACEO	1.675.490,20	2.110.085,79	25,94%	3.038.154,58	43,98%
NABON	225.323,00	275.654,57	22,34%	346.418,75	25,67%
OÑA	68.683,88	91.854,29	33,73%	143.832,07	56,59%
PAUTE	2.587.196,60	3.874.343,65	49,75%	4.621.084,14	19,27%
PUCARA	175.098,22	189.987,18	8,50%	213.328,19	12,29%
SAN FERNANDO	118.036,96	120.007,88	1,67%	173.129,08	44,26%
SANTA ISABEL	593.532,54	676.630,00	14,00%	907.058,08	34,06%
SEVILLA DE ORO	242.358,67	249.740,27	3,05%	330.730,95	32,43%
SIGSIG	358.222,91	423.158,38	18,13%	570.855,57	34,90%
CUENCA	366.229.074,19	417.967.943,55	14,13%	440.960.917,47	5,50%
AZUAY	374.903.110,81	429.964.940,65	14,69%	457.116.595,94	6,31%

Fuente: SRI, Estadísticas de recaudación año 2010-2011-2012 [En línea]. Disponible en: <http://www.sri.gov.ec/web/guest/estadisticas-generales-de-recaudacion> [Consulta. 27-04-2013]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

De acuerdo a lo manifestado ese porcentaje de población integrada, podría asumirse como una población que requiere de servicios de asesoría y de no suplirse ese deseo se convertiría en una población con demanda insatisfecha.

Es decir, que tomando como base las 63.768 personas que si están cumpliendo sus obligaciones fiscales, anualmente se adicionan unas 9.138 personas (14,3%) anualmente, que de no ser atendidas se convertirían en la demanda insatisfecha, por lo que Quality tiene el propósito de al menos captar un 2% de ese segmento cada año, es decir, unos 183 posibles usuarios adicionales a su cartera de clientes a partir del primer año. La demanda insatisfecha futura es el mercado al cual se quiere llegar, a través de la oferta de la venta de los servicios propuestos, por lo que será necesario determinar si los productos ofrecidos por la competencia no son suficientes y que por lo tanto existe una demanda insatisfecha por satisfacer, especialmente en el sector donde está ubicado el negocio

2.5. Mix de marketing

✓ Plaza

También conocida como posición o distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son:³⁸:

- Canales
- Cobertura
- Variedad
- Ubicaciones
- Inventario
- Logística

Considerando las variables antes descritas, el negocio propuesto va a considerar la cobertura local y la variedad de los servicios a prestarse a corto mediano y largo plazo. De igual forma se tratará de dar a conocer los servicios a través del internet ya sea con anuncios en páginas especializadas o a través de un portal Web, considerando de acuerdo a las encuestas que los usuarios prefieren se les haga una visita para la entrega de documentación.

✓ Canales de Distribución

Los canales de comercialización que manejará la empresa son: canal directo y clientes referidos. Las estrategias de comercialización que se implementarán son:

- Comercialización directa visitando a los usuarios en los sitios de trabajo, donde se entregarán por escrito información suficiente y cotizaciones con los precios y servicios ofertados.
- Comercialización por medio de referidos, quienes a su vez se beneficiarán con promociones como comisiones o descuentos en trabajos futuros.
- Se mantendrá constante contacto con los clientes usuales por medio de correos electrónicos que se enviarán periódicamente.
- Mantenerlos actualizados con la informaciones que son emitidas por el SRI

Ejes estratégicos de distribución (ver anexo 29)

La estrategia tendrá como prioridad desarrollar la marca:

✓ Precio

El 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".³¹

Desde el inicio de las actividades la empresa Quality tendrá el objetivo dar servicios de calidad a sus clientes, para ello se ha tomado como referencia precios de la empresa líder en el mercado de servicios contables y tributarios.

³¹ Kotler y Armstrong, (2003) Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, Editorial Prentice Hall, Pág. 353.

Además, de acuerdo a las experiencias de la empresa se han encontrado diversos segmentos dentro del mercado y a veces ha sido posible fijar precios especiales, considerando si se encargan uno o varios trabajos a la vez. Como los servicios tienen base tangible, se calcula el precio basado en los costos y la maximización de los beneficios constituye desde esta perspectiva el objetivo de la empresa.

Los precios de los servicios que presta Quality y su relación frente a los servicios de la competencia en la ciudad de Cuenca se describen en la siguiente tabla:

Costos de servicios que ofrece Quality frente a su competencia (ver anexo 30)

Como se puede observar los precios de Quality en relación a los establecidos por negocios similares se encuentran en el nivel más bajo, lo cual puede permitirle cierta ventaja frente a la captación de clientes. Un detalle más prolijo de los precios ponderados, es decir, la cantidad de productos vendidos frente al precio, se establece en el Capítulo IV (Financiero) en Presupuestos de ingresos.

✓ Promoción

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", la promoción incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren³²

La promoción es comunicación y como tal persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

Tomando en cuenta que la comunicación no es sólo publicidad, sino que utiliza diferentes instrumentos, para que los servicios que presta Quality sean conocidos por la mayor cantidad de usuarios será necesario considerar la utilización de los siguientes medios:

La publicidad mediante utilización de medios de comunicación de masas (mass media) se caracteriza por su capacidad y recursos para influir socialmente; se intensifican a un grupo numeroso de personas que cumpla simultáneamente con tres condiciones: ser grande, ser heterogéneo y ser anónimo, Ejemplo radio, televisión

³²Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio. (2006) *Dirección de Marketing*, Edición del Milenio, Editorial Prentice Hall, 2006, Pág. 98.

Las relaciones públicas. Son la promoción de simpatía y buena voluntad entre una persona o institución y otras personas, o la comunidad en su conjunto, mediante la distribución de material interpretativo, el desarrollo del intercambio amistoso y la evaluación de la reacción pública

La promoción de ventas. Es la comunicación comercial que oferta el producto o servicio al público cuando se busca incrementarlo

El Marketing directo. Es la comunicación a través de determinados medios que introduce la posibilidad de suscitar una reacción; tiene dos objetivos: Ganar clientes y fomentar la fidelidad de los mismos

La venta personal. El cliente potencial recibirá una carta o folleto, luego una llamada telefónica de venta de salida, y finalmente la visita de un vendedor, que hará una presentación destinada a cerrar la venta.

Telemarketing. Brinda varias soluciones tanto para incrementar la eficiencia como para tener mayor presencia con una menor fuerza de ventas, asegurando siempre un nivel de servicio y contacto con el cliente. La generación de prospectos vía telefónica consiste en detectar posibles contactos y establecer su potencial de compra.

Por correspondencia. Es un canal de comunicación económico se envía publicidad por mail o correo convencional; una idea bien ejecutada puede tener muchísima repercusión.

El marketing digital. Es la forma de utilizar los recursos tecnológicos para desarrollar comunicaciones directas, personales y que provoquen una reacción en el receptor. Se encuentra en internet, telefonía móvil, televisión digital y hasta video juegos.

Anuncios gratuitos en internet. Son anuncios en espacios gratuitos como: mercado libre, olx, clasificadoscuena, etc.

Establecimiento de un blog y luego página web. Es un sitio web que periódicamente se actualiza y el autor o varios autores publican en total libertad, la Web es el nombre de la información electrónica adaptada a la World Wide Web, se accede mediante un navegador y brinda información, imágenes, animaciones y enlaces con otras paginas

Utilización de redes sociales. Lo más utilizado al momento, se dispone de varias redes Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.

✓ **Producto**

Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el *producto* como *"un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"*³³.

Partiendo del hecho de que los usuarios se constituyen en la base fundamental para el diseño de todo servicio y que los cambios constantes del entorno influyen en sus necesidades, ha y que diseñar servicios que estén acorde con las mismas. Sin embargo una vez diseñado e implementado el producto se procede a una evaluación continua, con el fin de detectar deficiencias y en base a ello efectuar correctivos.

Costos de Servicios Quality frente a su competencia (Ver anexo 30)

Para la empresa que se dedicará a proporcionar servicios contables y tributarios, las estrategias a implementar referentes a los productos pueden ser:

- Elaborar los productos observando estrictamente las disposiciones, normativas vigentes y presentación.
- Optimizar la infraestructura de la empresa cada cierto tiempo con perspectivas a un crecimiento futuro para no incrementar desproporcionadamente los costos del negocio.
- Implementar un sistema a través de una dirección electrónica para que, para que los usuarios expresen sus ideas sobre recomendaciones y nuevos productos

Una vez establecido el o los productos a ofrecer, es necesario considerar las siguientes variables:

- Variedad
- Calidad
- Diseño
- Características
- Marca
- Seguridad

Considerando que se van a ofrecer servicios que ya existen en el mercado con las mismas características y ventajas, Quality trabajará con agilidad, confianza, presentación de óptima calidad y sobre todo una atención personalizada para satisfacer una demanda latente.

³³Stanton, Etzel y Walker. (2007); Fundamentos de Marketing, 13a edición, Editorial McGraw Hill, Pág. 248.

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO

Antes de que la empresa Quality Cía. Ltda. comience a funcionar debe disponer de antecedentes de tipo técnico actualizado en el sector donde va a funcionar; por lo que es necesario realizar un estudio que permitirá conocer los factores técnicos más relevantes, como el capital intelectual y la infraestructura necesaria de la empresa.

Los objetivos detallados a continuación deben ser monitoreados constantemente para comprobar su nivel de logro, y si es necesario tomar las medidas correctivas correspondientes para impulsar su consecución.

3.1. Localización

El sitio desde donde operará la empresa formada, es una inquietud muy importante, ya que es necesario considerar, respecto a costos por concepto de alquiler o la posibilidad de comprar un local. Las decisiones de localización de las instalaciones de una empresa, en este caso Quality Cía. Ltda., forman parte de la estrategia general y son vitales para el logro de los objetivos de la misma.

De acuerdo a Arnoletto (2007) al momento de escoger el sitio de establecimiento de negocio, se deben considerar los siguientes factores, como parte del estudio:³⁴

- Elegir la localización que más favorezca el desarrollo de las operaciones;
- Optimizar los costos de las instalaciones y transportes de modo que se obtenga un costo total mínimo; y
- Elegir la localización más concordante con la estrategia general de la empresa, y en especial con las decisiones sobre producto y proceso.

La realización de estudios de localización de empresas de servicios comparte muchos de los criterios expuestos hasta aquí pero tiene también varias peculiaridades, por lo que en el presente estudio, se han considerado los siguientes puntos respecto a los usuarios o consumidores³⁵:

- ✓ En general el usuario de servicios acude a las localizaciones más próximas.
- ✓ Las implantaciones de servicios suelen cubrir un área geográfica relativamente más restringida que las industrias.
- ✓ Las implantaciones de servicios suelen ser más numerosas, pequeñas y menos costosas.

³⁴ Arnoletto E.J. (2007) Administración de la producción como ventaja competitiva, Pág. 96 Edición Electrónica Gratuita [En línea]. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2007b/299>

³⁵ Ibídem.

- ✓ En la localización de empresas de servicios los factores dominantes suelen ser el mercado y la demanda, no el aprovisionamiento ni los costes.
- ✓ Con respecto a la mencionada proximidad de los clientes, hay varios casos especiales:
 - 1) El cliente va a la empresa por el poder de atracción de la implantación.
 - 2) El servicio va al cliente, por lo que la localización es una base de operaciones. En este caso se tiene planificado acudir a receptara la información a domicilios en la zona urbana.
 - 3) El prestigio del servicio hace que al cliente no le importe hacer un largo recorrido.
 - 4) El servicio llega al cliente por otras vías: teléfono, archivos vía Internet, catálogo, etc.
- ✓ Con respecto a la proximidad de la competencia, hay dos estrategias posibles:
 - 1) Evitar las zonas saturadas.
 - 2) Aprovechar la sinergia de las zonas saturadas mediante diferenciación. En este caso se ha considerado a los locales de la competencia ubicados en las proximidades de las oficinas del SRI.
- ✓ Se considera también la proximidad de posibles aliados: la presencia de establecimientos afines o complementarios, con los que puede plantearse una relación simbiótica o parasitaria.
- ✓ Para la localización de un local que presta servicios contables, de asesoría tributaria, auditorías contables y asesoría en trámites varios como el del presente estudio se maneja considerando: el tamaño de la instalación; el tiempo para llegar a la misma; el número total de consumidores potenciales del sector; el nivel de precios del sector; la variedad de productos en el sector; la disponibilidad de estacionamientos; el nivel de congestión del tránsito.

3.2. Tamaño del Proyecto

Para poder optimizar la economía de escala, es decir, que los costos unitarios de producción disminuyan al aumentar la cantidad de unidades producidas, es necesario optimizar la misma infraestructura con la que inicia el negocio hasta alcanzar su límite de capacidad y al mismo tiempo entonces diseñar una estrategia de crecimiento. En este caso se considera el espacio físico actual y la disponibilidad de personal. Inicialmente la empresa se va a iniciar con la base de una clientela que adquiere los servicios de asesoría financiera-contable y declaración de impuestos, adicionando más servicios como Auditorías contables, aplicación de las normas NIIFS y trabajos varios de trámites como manejo de nóminas de personal, elaboración de contratos de trabajo y actas de finiquito, además de gestiones en el portal del IESS. La capacidad de producción inicial será la establecida en el cuadro adjunto, hasta alcanzar una

producción máxima con la utilización total de la capacidad instalada, proyectándose un crecimiento de la empresa en al menos un 10% anual, aspirándose el incremento de la producción y por ende la utilización óptima de la capacidad de trabajo y logística que se requiere en estos casos. En cuanto a la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de Capital que la empresa posea (Activos Fijos) en este caso computadores, impresoras y otros bienes afines, determinando por lo tanto un límite a la Oferta que existe en un momento dado. Esto significa que actualmente la capacidad instalada no será usada en su totalidad: quedando un espacio físico disponible, el cual mantendrá los espacios físicos adecuados y listos para ubicar más escritorios, equipos de cómputo, perchas, etc. Para cuando la demanda así lo exija.

La capacidad instalada es la que se va a proyectar por ejemplo, si se va a trabajar incrementando producción al implementarse nuevos servicios, se aumentará la capacidad del espacio físico, es decir, si ahora la empresa en una semana produce una determinada cantidad de servicios, considerando el espacio y la infraestructura disponible va a estar en condiciones de aumentar el volumen de lo ofertado. De acuerdo al plano adjunto el área destinada para el trabajo operativo estará ubicada junto a espacios de vivienda (propietaria) pero de manera independiente respecto al espacio total, sin embargo existe la posibilidad de ampliar la infraestructura actual, ya que se dispone de un espacio libre, donde a mediano plazo se tiene planificado levantar una construcción de 3 x 7 mts. Con un mezzanine de 3x4mts destinada a oficina, lo cual aumentaría la capacidad de la infraestructura en 33 metros cuadrados adicionales disponiendo en un futuro cercano de una capacidad instalada de 73 metros cuadrados.

3.2.1. Macrolocalización.

Como macrolocalización del proyecto se ha escogido, la Parroquia Bellavista, situada al norte de la Ciudad de Cuenca. Bellavista se encuentra delimitada de la siguiente manera: Al Norte: Parroquia rural Sinincay. Al Sur: Parroquia El Sagrario. Al Este: Parroquia El Vecino. Al Oeste: Parroquia San Sebastián. De acuerdo a una Ordenanza de División de las Parroquias Urbanas de la Ciudad de Cuenca³⁶, en su art. 6º se menciona que: La Parroquia BELLAVISTA, tiene la siguiente delimitación: parte desde la prolongación norte de la avenida del Chofer y su intersección con el Límite Urbano en sentido oriental por los Límites Urbanos hasta interceptar con la vereda occidental de la avenida Miraflores; desde este punto en dirección sur sigue por la vereda occidental de la avenida Miraflores hasta su encuentro con la vereda norte de la avenida Circunvalación, y realizando un giro en sentido occidental, conecta con la prolongación de la vereda occidental de la calle Mariano Cueva; desde este punto continúa en dirección sur por la vereda occidental de la calle Mariano Cueva hasta el cruce con la

³⁶ Ordenanza Municipal 74. División territorial del Cantón Cuenca. Publicada el día martes, Agosto 3, 1982

vereda norte de la Carrera Vega Muñoz; sigue por la vereda norte de la calle Vega Muñoz en sentido occidental, hasta la vereda oriental de la calle Abraham Sarmiento; continúa en sentido norte por la vereda oriental de esta calle, cruza la avenida de Circunvalación, con una línea imaginaria hasta empatar con la vereda oriental de la avenida del Chofer y concluye en la prolongación de esta avenida y la intersección con el límite establecido en el Plano Director del Desarrollo Urbano de Cuenca, Bellavista es una de las 15 parroquias urbanas del Cantón Cuenca; se ubica a cinco minutos del centro de la Ciudad

Clima: Posee una temperatura entre 7 a 15 °C en invierno (Noviembre-Febrero): y 12 a 25 °C en verano (Marzo- Octubre) **Altitud:** 2.550 msnm.

3.2.1.1 Justificación

El presente proyecto se ubica en la zona de la parroquia Bellavista en base a ciertos antecedentes:

- Se ha considerado al sector debido a que la oficina está ubicada dentro del perímetro de una construcción que se compone básicamente de una vivienda y contigua a la cual se ha acondicionado un área designada para su funcionamiento
- El negocio se encuentra establecido en una zona muy cercana al centro de la Ciudad y centros de abastecimiento afines, por lo que el presente proyecto está orientado a presentar soluciones de tipo económico y administrativo.
- De igual forma este sector se lo considera estratégico dada la demanda existente actualmente en su área de influencia.

3.2.2. Microlocalización.

El proyecto está localizado en la población urbana de Bellavista, en la dirección Av. Héroes de Verdeloma 11-66 entre Tarqui y General Torres. El área destinada para Quality Cía. Ltda., tiene una extensión aproximada de 40 metros cuadrados.

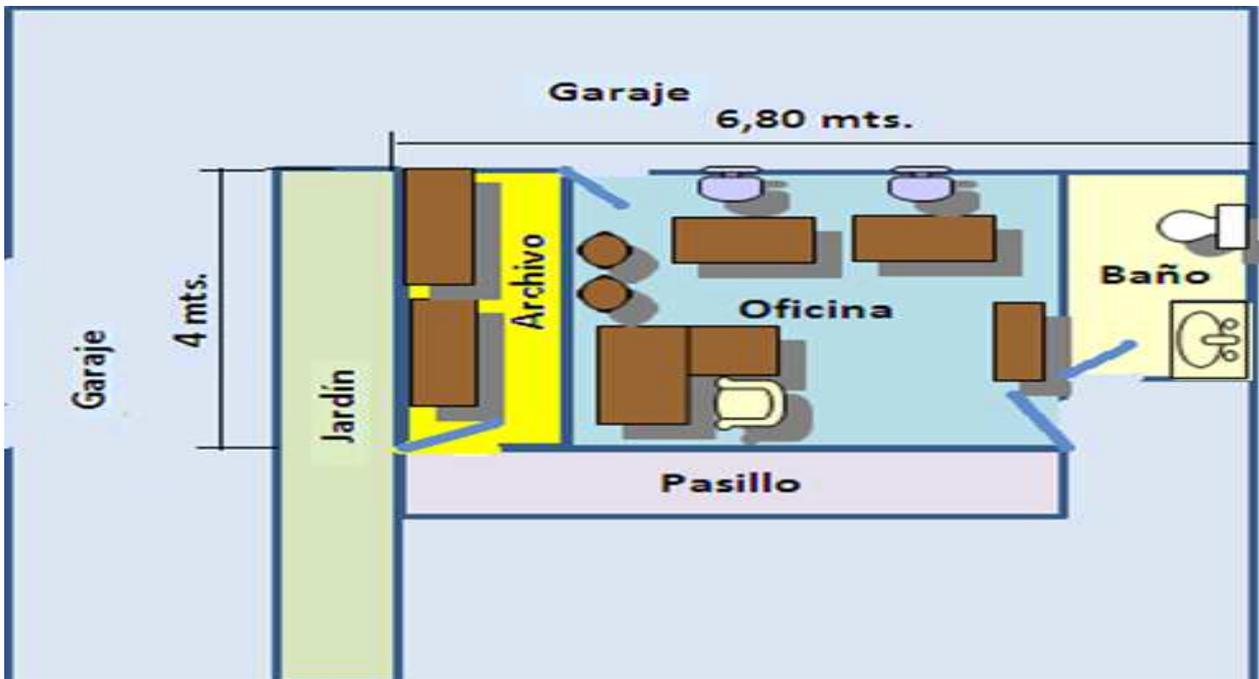
En la zona mencionada existen negocios similares ya establecidos y funcionando, y a quince minutos de las oficinas del SRI donde están ubicados en los alrededores negocios que pueden considerarse de la competencia, debido a que hasta allá acuden los contribuyentes a realizar gestiones diferentes, por lo que se justifica la presencia en el sector de influencia empresas y negocios similares al del presente estudio,

En el presente trabajo de investigación, de acuerdo a las características de las actividades a desarrollarse en Quality Cía. Ltda., se concluye, que corresponde a un sitio estratégico en la zona urbana norte de la Ciudad de Cuenca.

La ubicación del local en estudio, está cercana a vías principales como Av. Héroes de Verdeloma., Av. Las Américas, Tarqui y General Torres. Se encuentra a 15 minutos de las oficinas del Servicio de Rentas Internas y hasta el sector llegan de manera continua buses de la línea 6 Las Orquídeas, línea 16 San Pedro, línea 18 El Técnico línea 20 El Cebollar, línea 25 Isabela la Católica y línea 27 Sinincay De igual manera dispone de locales e instituciones relacionadas con la actividad del negocio como:

- Almacenes de muebles
- Centro de copiado
- Equipos como computadores y accesorios
- Concesionarias de vehículos
- Universidad Católica de Cuenca
- Casa de modas Coco's
- Conservatorio de Música
- Instituto de lenguas

Gráfico No. 13 Plano de instalaciones



Fuente: Quality

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

3.2.2.1 Criterios de Selección de Alternativas

Los aspectos relevantes y determinantes de la localización son:

- La existencia de un mercado altamente potencial para el proyecto de expansión.
- Alta concentración poblacional de contribuyentes en el asentamiento urbano de la Ciudad de Cuenca y que debido a las distancias manejables es posible acudir sin dificultad donde los posibles clientes.

- Las condiciones de vialidad, son perfectas para el fácil acceso y para la movilización, ya que existe gran cantidad de: empresas de transporte, camionetas y taxis,
- Se cuenta con la infraestructura adecuada para el proyecto; transporte, servicios básicos, sanitarios, etc.

3.2.2.2 Transporte y Comunicación

Tiempo aproximado en bus: Desde el centro de la Ciudad de Cuenca con una distancia de 3 Km. hasta Bellavista, lo cual toma un promedio de viaje de 5 minutos, utilizando varias cooperativas de transporte terrestre de pasajeros disponibles en períodos cortos de frecuencia.

Comunicación: Existe comunicación suficiente utilizando diferentes Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) como el teléfono convencional, telefonía celular a través de las operadoras Claro, Movistar y Alegro, TV satelital, Radiodifusión y la utilización de las redes sociales a través del Internet.

3.3. Ingeniería de la Empresa.

Para un eficiente funcionamiento de Quality Cía. Ltda., ha sido necesario determinar la estructura del mercado potencial, tamaño y composición, del sector, definir el perfil del consumidor potencial básicamente de servicios contables y tributarios, además de otros productos complementarios como auditorías y trabajos varios para empresas; determinar los gustos y preferencias del consumidor potencial, hábitos y patrones de consumo e identificar la franja de precios que los consumidores estarían dispuestos a pagar por los productos y servicios ofertados.

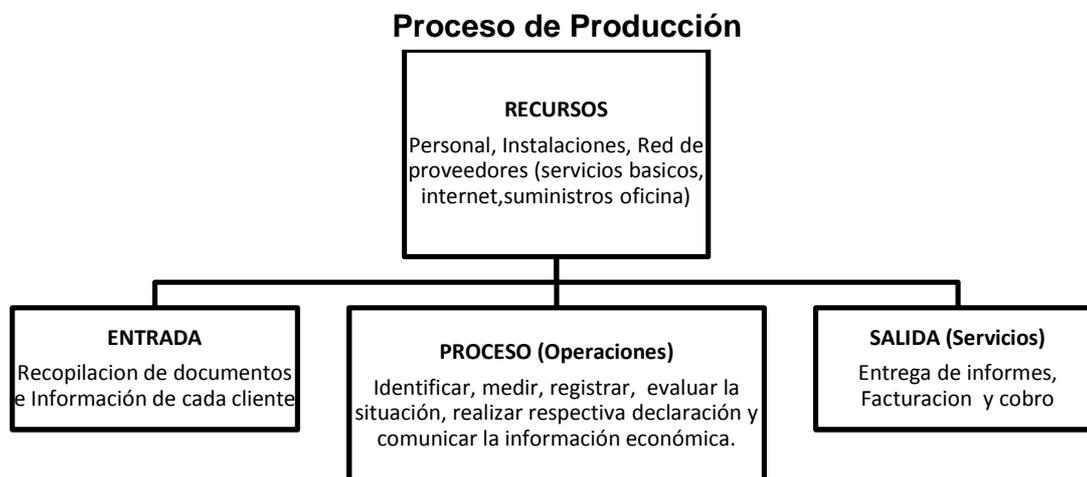
En base a ello y además de las consideraciones técnicas básicas establecidas para este negocio, se definirá la infraestructura necesaria de equipos, herramientas contables y normativas necesarias, para el desenvolvimiento del mismo, el contar con el suficiente personal humano capacitado adecuadamente y la inversión necesaria que con una administración solvente va a permitir tener un negocio que funciones con rentabilidad y sostenibilidad a mediano y largo plazo.

3.3.1 El Proceso de Producción

Para que una empresa de servicios de asesoría contable y tributaria funcione adecuadamente, debe cumplir antes varios requisitos que deben ser aprobados por las autoridades de un Organismo rector, en este caso el Municipio de la Ciudad de Cuenca. Con el término producción se hace referencia a cualquier proceso (o mecanismo) por medio del cual, el proveedor y/o ciertos insumos (materia prima) se convierten o

transforman para generar servicios (o productos) para el consumo de los clientes que demandan los mismos³⁷, tal como se ilustra en la figura siguiente:

Gráfico No. 14



Fuente: Quality

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

3.3.1.1 Subproceso de Operación

Una mejor administración de las operaciones de una empresa puede agregarle un valor sustancial, mejorando su competitividad y su rentabilidad a largo plazo. Es por ello que en virtud de lo anterior, la administración de la producción y de las operaciones es una disciplina importante en la lucha por mantenerse competitivo en un mercado continuamente en cambio.³⁸

De las muchas funciones en los negocios, tres se consideran primarias: producción, mercadotecnia y finanzas. En este caso se hace referencia a la administración de la producción y de las operaciones. La administración de la producción y de las operaciones es la administración del sistema de una organización, que convierte insumos en productos y servicios. Es así como un sistema de producción toma insumos,- materias primas, personal, maquinas, edificios, tecnología, efectivo, información y otros recursos- y los convierte en productos- bienes y servicios.³⁹

³⁷ Muñoz N. David. (2009), Administración de Operaciones. Editorial Gengage Learning, México, 2009, Pág.4

³⁸ Gaither Norman, Frazier Greg. (2000) *Administración de la Producción y Operaciones*, Editorial International Thompson editores, octava edición. España, Pág. 5.

³⁹ Gaither Norman, Frazier Greg. Óp. Cit. Pág.5

Con frecuencia, las actividades de producción/operaciones representan la parte más importante del activo humano y el capital de una organización. En el presente estudio la empresa de servicios objeto de estudio procesa en forma de documentos los requerimientos de un usuario basado en normativas o formatos técnicos relacionados principios contables, declaración de impuestos o trámites varios; luego de lo cual y de acuerdo al requerimiento del cliente, entrega los trabajos respaldado por un informe. En gran parte de las empresas, los costos básicos por fabricar o acondicionar un producto o servicio se contraen con las operaciones, así que producción/operaciones pueden tener un gran valor como instrumento competitivo para la estrategia general de una empresa. En este caso dependiendo de la cantidad de producción adquirida, si la cantidad es menor se la entrega en el sitio de producción o si la cantidad es mayor se la entrega a domicilio.

3.3.2 Infraestructura y Equipos (revisar anexo31)

3.3.2.1 Estimación de la Inversión

Tabla No. 1 Estimado de la Inversión

Descripción	Valor
Obras civiles	5.000,00
Vehículos	23.490,00
Muebles y enseres de oficina	1.345,00
Otros accesorios de oficina	255,00
Centro de cómputo	3.152,00
Útiles de oficina	251,78
Útiles de limpieza	41,00
TOTAL	33.534,78

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Tabla No. 2 Gastos de Servicios Básicos Mensuales

Nº	Descripción	Precio	Total
1	Agua	12,00	12,00
1	Luz	80,00	80,00
1	Teléfono + Celular	80,00	80,00
1	Internet	45,00	45,00
SUMAN			217,00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

3.4 Personal Necesario o Capital Humano

Responsabilidades Se hace un detalle de las funciones, formaciones y capacitaciones para cada cargo, que se han considerado en Quality Cía. Ltda.:

Gerente

Requisitos: Formación superior en Administración de Empresas o Contabilidad.

Perfil Profesional: Experiencia en manejo de asesorías contables, tributarias, y trámites administrativos para personas naturales o pequeñas y medianas empresas.

Conocimientos: manejo de paquetes bajo ambiente Windows, programas informáticos contables, tributarios, internet, normativas nacionales y NIFFS.

Experiencia profesional y/o laboral: no inferior a 2 años y al menos 1 año en cargos similares.

Tareas: será responsable de la prestación de servicios con calidad, buscará la plena satisfacción de los clientes a través de políticas institucionales y operativas definidas así como también la administración de recursos humanos y materiales correspondientes.

- Diseñar las estrategias que se llevan a cabo en la organización.
- Revisar toda la información, y verificar roles de pago,
- Resolver trámites con Ministerio de Trabajo, SRI, IESS, Superintendencia de Compañías, firma de responsabilidad.
- Mantener vínculos con personas naturales y PYMES en la Ciudad de Cuenca.
- Analizar el presupuesto general de la empresa.

Auxiliar de Contabilidad

Requisitos: Formación superior en Contabilidad

Perfil Profesional: Experiencia en manejo de movimientos contables y administración de dinero.

Conocimientos: manejo de paquetes bajo ambiente Windows, internet, manejo de programas contables y tributarios.

Experiencia profesional y/o laboral: no inferior a 2 años y al menos 1 en cargos similares.

Tareas

- Procesar toda la información operativa
- Realizar declaraciones y anexos en internet,
- Coordinar pagos a proveedores
- Recibir información y documentación en oficina
- Llevar todo el control de facturación
- Declarar impuestos de clientes y de la empresa
- Procesamiento para elaborar estados financieros de clientes

Secretaria Contable

Requisitos: Bachiller en Ciencias Contables o Administrativas

Perfil Profesional: manejo de movimientos contables, óptima atención al cliente

Conocimientos: Manejo de paquetes bajo ambiente Windows, internet.

Experiencia profesional y/o laboral: no inferior a 2 años y al menos 1 en cargos similares.

Tareas

- Recibir a clientes
- Contestar el teléfono
- Realizar funciones de ayudante del auxiliar contable
- Realizar trámites menores para diferentes instituciones
- Ejecutar todo lo relacionado a cobros y facturación a clientes.
- Realizar informe de novedades

Los cargos mencionados percibirán los siguientes sueldos básicos más los beneficios de ley:

Tabla No. 3 **Sueldos**

CARGO	No.	SUELDO	IESS PATRONAL	13VO.	14VO.	VACACION	FONDO DE RESERVA	COSTO MES
Gerente / Contador	1	500,00	60,75	41,67	24,33	20,83	41,67	647,58
Auxiliar de contabilidad	1	320,00	38,88	26,67	24,33	13,33	26,67	423,21
Secretaria contable (medio tiempo)	1	170,00	20,66	14,17	24,33	7,08	14,17	236,24
TOTAL (USD.)	3	990,00	120,29	82,50	73,00	41,25	82,50	1.307,04

Fuente: Quality

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Capacitación.-

Actualmente el personal de Quality Cía. Ltda., ha recibido capacitación en normativas NIFFS, y dentro de los planes inmediatos se va a recibir actualización en los siguientes temas:

- Capacitación en Tributación
- Capacitación en Laboral
- Capacitación en Financiera
- Tablas Dinámicas de Excel

3.5. Organización Administrativa

3.5.1. Objetivo

Toda empresa siempre pretende alcanzar algún objetivo, la dirección debe tratar de compatibilizar los intereses institucionales con los objetivos individuales de los miembros que la integran; la fijación de objetivos es un procedimiento para decidir lo que se quiere alcanzar.



La enorme competitividad ante la que se encuentran las empresas en la actualidad, hace necesario crear una situación constante de alerta, por lo que Quality Cía. Ltda., fijará objetivos, pues esto va a permitir evaluar continuamente el logro de las metas propuestas y por tanto el grado de logro de los objetivos planteados; en base a indicadores que se han definido específicamente para monitorear la gestión de la organización.⁴⁰

Los objetivos son los que van a dirigir las actividades, procesos y acciones que la empresa va a emprender; el proceso para fijar objetivos no es el mismo para todos los tipos de objetivos, puesto que no es lo mismo fijar objetivos direccionales en un plan estratégico que objetivos de rendimiento en un plan de marketing u

objetivos de fabricación por ejemplo.

En este caso particular se ha definido el proceso para la fijación de objetivos enfocados a las ventas.

Cuando la empresa Quality Cía. Ltda., comience a funcionar de acuerdo al nuevo planteamiento dispondrá de un estudio de mercado actualizado en la Ciudad de Cuenca; conociendo la oferta y la demanda para fijar los objetivos deberá seguir los siguientes pasos:

1. Análisis del mercado para saber cómo se comporta y cuál ha sido su evolución. Esto permitirá conocer los factores más relevantes, que podrían ser: cliente, zona geográfica, tipo de servicio, etc.

⁴⁰Kaplan, Robert S & NORTON, D (2005) The Balanced Scorecard, Mediciones que Impulsan el Desempeño Pág. 57, Reimpresión r0507q-e, Harward Business Review

2. Análisis de las rentabilidades y márgenes comerciales de los servicios; pues la empresa busca un margen y rentabilidad futura en Cuenca.
3. En base al análisis de mercado, fijar los objetivos corporativos y estratégicos de la organización, y comparar los resultados obtenidos para identificar los objetivos estratégicos y lograr lo propuesto, con la finalidad de dar el sentido y dirección a las acciones para potencializar la capacidad comercial y operativa de la empresa.
4. Análisis del entorno, que comprende el análisis PEST de las variables del entorno, y el análisis de las cinco fuerzas de Porter.
5. Análisis de la información del capital intelectual y la estructura de la organización, para determinar la real infraestructura necesaria de la empresa.
6. En base a esta información se pueden fijar los objetivos por: familia de servicios, servicios en general, áreas geográficas, etc. Luego de definir los objetivos, evaluar la asimilación de los mismos por parte de las personas involucradas en la organización.
7. Los objetivos fijados deben ser monitoreados constantemente para comprobar su nivel de logro, y si es necesario tomar las medidas correctivas correspondientes para impulsar su consecución.

3.5.1.1 Objetivo General

Desarrollar adecuada capacitación al personal en el desarrollo de cada una de sus actividades así como elaboración de una guía de procedimientos de Quality Cía. Ltda.

3.5.2 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos que se pretende lograr con esta propuesta estratégica, se los hará bajo cuatro perspectivas:

- **Perspectiva financiera**
Satisfacer las necesidades del cliente para garantizar el éxito financiero ofreciendo al cliente una oferta superior a la que demanda y tomando como referencia a la competencia.
- **Perspectiva del cliente**
Generar ventas y consumidores fieles mediante procesos eficientes para que los clientes queden satisfechos.
- **Perspectiva de los procesos internos**
Asegurar una propuesta de valor para el cliente en forma adecuada.
- **Perspectiva de aprendizaje y crecimiento**

Seguir creciendo y mejorando para ampliar el crecimiento en el futuro.

Estas cuatro perspectivas se concatenan bajo una secuencia de causa y efecto, cuya interpretación es:

- ✓ Si la empresa Quality Cía. Ltda. mantiene canales internos de comunicación eficientes aprende y crece en conocimiento.
- ✓ Si la empresa Quality Cía. Ltda. aprende y crece en conocimiento, sus procesos internos serán más eficientes pues el personal actuará en forma más coordinada y como un equipo de trabajo.
- ✓ Apoyada la empresa Quality Cía. Ltda. por procesos internos eficientes y una comunicación externa adecuada estará en condiciones de satisfacer las expectativas y requerimientos del cliente de una manera óptima.
- ✓ Como consecuencia de una buena atención y una eficiente comunicación externa, el cliente estará satisfecho, guardará lealtad hacia la empresa y la recomendará a otros potenciales clientes generando un efecto multiplicador que permitirá a la empresa incrementar sus beneficios económicos, y alcanzar un mayor nivel de éxito y reconocimiento público.

3.5.3 Visión

Para redefinir la Visión de Quality Cía. Ltda., se han tomado en cuenta los lineamientos definidos anteriormente; con estos antecedentes, la visión que se propone para la empresa Quality Cía. Ltda., es la siguiente:

 <p>The logo features the word "Quality" in a large, elegant blue script font. Below it, the words "ASESORIA TRIBUTARIA Y CONTABLE" are written in a smaller, blue, sans-serif font. The logo is set against a white background with blue and brown curved accents at the top and bottom.</p>	<p style="text-align: center;">VISION</p> <p>Ser una empresa de profesionales altamente competitiva que entrega soluciones de calidad y consejos innovadores en materia contable y tributaria, al alcance de las organizaciones y empresarios que componen la Pequeña y Mediana Empresa de la ciudad de Cuenca.</p>
--	--

3.5.4 Misión

Una Misión estratégica indica las aspiraciones de la administración para con la Organización, proporcionando una vista panorámica en que negocios se desea estar, hacia dónde se dirige y la clase de compañía que se está tratando de impulsar.

“La exposición de la misión corporativa es el primer indicador clave que proporciona a la organización su propia identidad especial, énfasis en los negocios y la ruta para su desarrollo y diferenciación de otras compañías que estén situadas de manera similar, en otras palabras proporcionar a una organización el enfoque y direccionamiento estratégico”⁴¹

Para que la Misión de Quality Cía. Ltda., refleje efectivamente el “DEBE SER” de la empresa, la propuesta observará los lineamientos anteriormente definidos, por lo cual la misión que se propone debe observar la empresa es la siguiente:



MISION

Contribuir al desarrollo de las organizaciones y empresarios del sector de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) ofreciendo servicios de asesoría y apoyo con lo cual permita mejorar su desempeño al cumplir con las obligaciones tributarias

3.5.5 Valores

a) Principios

Los principios que guiarán la operatividad de la Quality Cía. Ltda., son:

- ✓ *Motivación*, que será el reflejo del ambiente de trabajo positivo, propiciado por una remuneración adecuada, y desarrollo del trabajador en base a capacitación.
- ✓ *Comunicación*, para que el cliente conozca en detalle la oferta de productos de la empresa, y a nivel interno para que todo el personal se integre en un equipo de trabajo.
- ✓ *Técnica y profesionalismo*, para asegurar que las operaciones productivas que realiza la empresa, generen productos de alta calidad.

⁴¹ Thompson, Arthur A. (2007), Administración Estratégica. Editorial McGraw-Hill, Pág. 35.

- ✓ Puntualidad y responsabilidad, para cumplir todos los trabajos a los usuarios.
- ✓ *Alta calidad de servicio*, para brindar a los clientes no solamente productos de calidad, sino una percepción de que existe tras ese producto una empresa que se preocupa por cumplir sus expectativas.
- ✓ *Transparencia*, Quality Cía. Ltda. fiel a sus principios dará a conocer a sus empleados y organismos competentes el cumplimiento de toda la información financiera relevante y las demandas fiscales que deba satisfacer.
- ✓ *Innovación y competitividad*, para mejorar constantemente la gestión de la empresa y alcanzar una mayor competitivos dentro del mercado de asesorías contables y tributarias.
- ✓ *Rentabilidad*, Quality Cía. Ltda. busca en base a un modelo de gestión óptimo lograr la máxima rentabilidad y sustentabilidad posible.

b) Valores

Estas actitudes y el hecho de compartir los mismos valores hacen que se presenten beneficios dentro del talento humano de la empresa.

- ✓ *Respeto*.- Aceptar todas las opiniones que aporte el personal y las actitudes de cada persona, aunque sean diferentes a las que se creen adecuadas.
- ✓ *Ética*.- Todos los actos que realicen las personas que pertenecen a la empresa estarán basados en la honestidad, confiabilidad, responsabilidad y profesionalismo, interés por la problemática social del entorno, disposición de servicio.
- ✓ *Honestidad*.- Para entregar un producto en calidad, y estado adecuado a los solicitados por el cliente; y para cancelar las obligaciones de la empresa en los montos y plazos establecidos.
- ✓ *Compromiso*.- Incluye un acuerdo entre dos o más partes, una promesa, una alianza. Comprometerse a cumplir las políticas y lineamientos, realizar es asumir una responsabilidad.
- ✓ *Participación*.- Porque para alcanzar los objetivos propuestos se necesita unificar esfuerzos, compartiendo las habilidades y conocimientos, mediante comunicación franca y abierta, fomentando un ambiente de confianza y productividad.
- ✓ *Excelencia*.- Creyendo en la capacidad del recurso humano para resolver problemas y mejorar continuamente; por lo que se fomentará su capacidad permanentemente para que la gestión integral de la empresa alcance su máxima eficiencia y calidad.
- ✓ *Competitividad*.- Existe la convicción que para alcanzar el éxito la empresa debe desarrollar cualidades internas que le permitan proyectarse adecuadamente en el mercado, para disputar en igualdad de condiciones y posibilidades los diferentes segmentos con todas empresas competidoras.

- ✓ *Honradez*.-Todo el personal de Quality Cía. Ltda. respetará los espacios de sus compañeros y utilizará el tiempo de trabajo para desarrollar únicamente actividades relacionadas con sus funciones.

3.5.6 Estrategias

Las estrategias que se implementaran en la empresa Quality Cía. Ltda., son:

- Crear, desarrollar y mantener un clima de trabajo positivo.
- Capacitar al personal, para asegurar un adecuado aprovechamiento del equipo disponible.
- Desarrollar e implementar mecanismos de comunicación eficientes, para incentivar la integración de todos los empleados.
- Desarrollar una cultura organizacional que fomente: la calidad, la colaboración, el trabajo en equipo y la puntualidad en la entrega de los contratos y pedidos.
- Desarrollar herramientas de evaluación de la gestión, para determinar el grado de cumplimiento de las metas y objetivos; y estar en posibilidad de implementar oportunamente las medidas correctivas necesarias.
- En la medida de las posibilidades se ofrecerá a los clientes un servicio de atención a domicilio en o correspondiente a recepción y entrega de documentación. Se trabajará con precios más bajos en relación a la competencia.

3.5.7 Políticas

Las políticas que observará Quality Cía. Ltda.:

Ventas

- ✓ Dependiendo de la logística disponible y volumen de trabajo Quality ofrece como valor agregado la atención a domicilio, es decir, que personal de la oficina visitará a los clientes para recibir la información; retornará a la oficina donde se procesan los datos, calculan impuestos y pagos, roles de pago, y regresará una vez terminados los trabajos para entregarlos al cliente
- ✓ Vender los servicios que la empresa dispone como asesoría contable, tributaria y trámites afines para empresas y personas naturales.
- ✓ Promocionar permanentemente los servicios de la empresa de acuerdo al mercado.
- ✓ La emisión de la factura de venta se realizará previo al cumplimiento de los trabajos.

- ✓ Una vez terminados los trabajos y de ser necesario, se realizarán adecuaciones y correcciones de acuerdo al convenio establecido, es decir, actualizaciones de forma no de fondo.
- ✓ Se mantendrá un registro histórico de clientes para establecer estadísticas.
- ✓ Se ofrece incentivos a clientes que referencien otros usuarios.
- ✓ La gerencia es la única autorizada para establecer los precios de venta de acuerdo al mercado.
- ✓ Los precios se registrarán según las listas fijadas.
- ✓ Se establece una tabla de precios tomando como referencia a los de la competencia de la ciudad de Cuenca, considerando que exista sustentabilidad y rentabilidad de acuerdo a costos operativos.

Compras.

- ✓ Toda compra será solicitada por medio de un requerimiento formal.
- ✓ Las facturas de compra se cancelarán de acuerdo al tiempo transcurrido después de receiptarlas.
- ✓ La empresa mantendrá el menor número de proveedores para asegurar la calidad de los productos.
- ✓ Se deberá calificar a todo nuevo proveedor según: calidad, costo, cumplimiento y formas de pago.
- ✓ La compra de suministros de oficina se realizará una vez que el inventario alcance su nivel de stock mínimo.
- ✓ La compra de equipos de oficina se realizará una vez determinada su obsolescencia o término de la vida útil.
- ✓ Las compras de insumos serán todas a crédito, y al menos con treinta días de plazo.
- ✓ Será la gerencia quien autorice la compra de insumos.
- ✓ Toda compra que realice la empresa, será verificada apenas sea entregada e ingresada a bodega.
- ✓ Toda compra será inmediatamente registrada en el sistema contable.

Recursos humanos.

- ✓ Capacitar constantemente al personal comprobando sus nuevos conocimientos con evaluaciones, especialmente en el relacionado a la actualización en normativas NIFFS, tributación, en código laboral, programas financieros y tablas dinámicas de Excel.

- ✓ Brindar estabilidad laboral y motivación a los empleados.
- ✓ Mantener una estructura organizacional liviana, sin personal innecesario.
- ✓ Cuando se requiera contratar personal, se deberá buscar la persona más idónea y que reúna los requisitos mínimos para el cargo.
- ✓ La empresa generará una base de datos, con posibles candidatos para los diferentes puestos.
- ✓ La empresa establecerá escalas salariales con valores máximos y mínimos para los diferentes cargos.
- ✓ La empresa cancelará los sueldos, durante los primeros tres días del mes siguiente.
- ✓ Todos los sueldos serán cancelados vía transferencia bancaria.

Contabilidad.

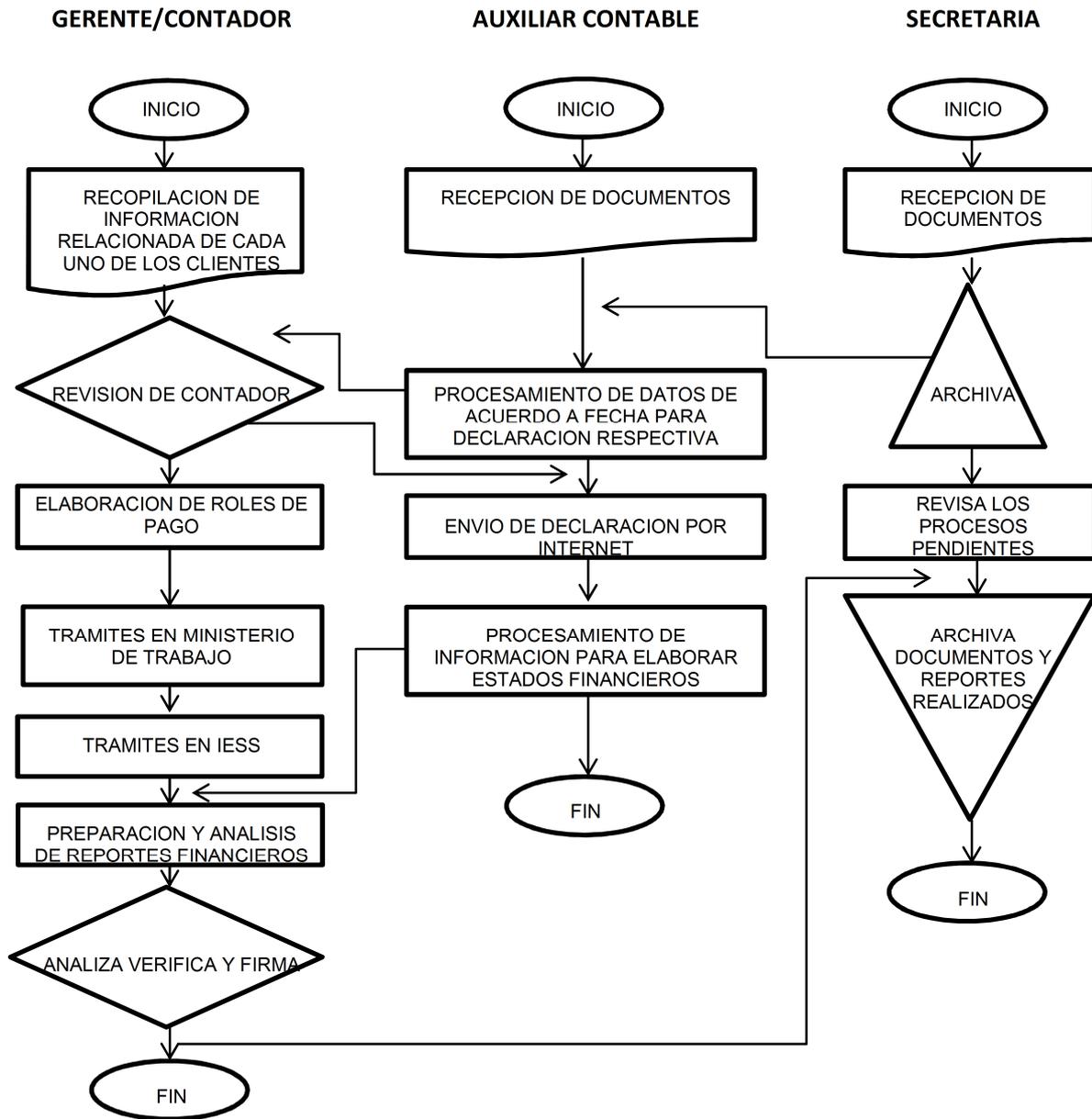
- ✓ Los gastos de encomiendas, suministros de oficina y de limpieza, fotocopias, movilización y otros gastos menores, serán cancelados a través de caja chica y no podrán exceder del monto asignado a ésta; caso contrario deberán ser aprobados por la gerencia.
- ✓ Presentar informes de saldos de cuentas preestablecidas a gerencia tres veces por semana antes del mediodía.
- ✓ Los gastos realizados de la compra de insumos deben ser debidamente registrados en el formato diseñado específicamente para el efecto.

Operaciones

- ✓ Los daños ocasionados a las instalaciones u otros activos productivos de la empresa, por descuido o negligencia deberán ser reparados y de ser el caso, sufragados por los causantes.

3.5.7.1 Estructura funcional

Gráfico No. 15 Flujograma: Proceso Contable de Quality Asesoría Contable y Tributaria

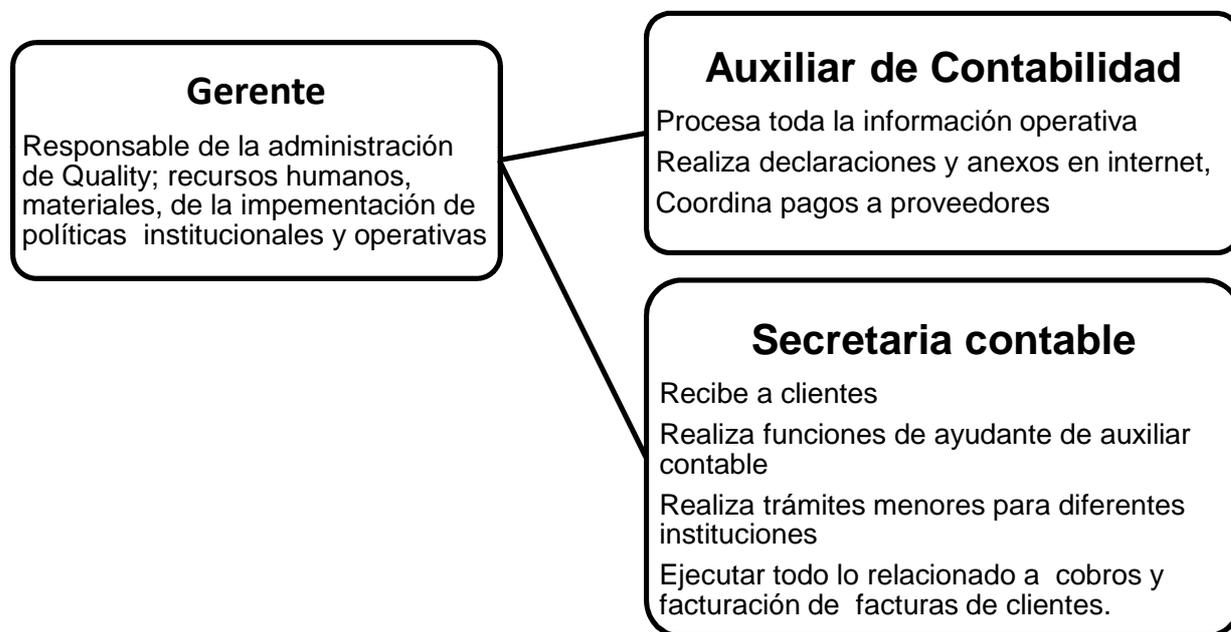


Fuente: Quality

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

3.5.7.2 Organigrama estructural

Gráfico No. 16 Organigrama Estructural



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

3.6 Base Legal

3.6.1 Entidades Relacionadas

Trámite: **Obtención de permisos de funcionamiento**⁴²

Dependencia: **Departamento de Higiene y Medio Ambiente**

Permiso Municipal Obligatorio, PMO, anteriormente denominado Certificado Único de Funcionamiento, CUF.

¿En qué consiste? Todos los locales dedicados a actividades comerciales y/o de producción tienen que obtener el permiso anual de funcionamiento, actividad esta que es legalizada por la I. Municipalidad mediante la concesión del respectivo permiso de funcionamiento, aspecto este que se concluye el trámite con la cancelación de Patentes Municipales, Licencia Urbanística, Guardia Ciudadana, Licencia Turística, etc. Impuestos que son cancelados dependiendo de la actividad que se desarrolla.

¿ Dónde se realiza ? Departamento de Higiene y Medio Ambiente

⁴² Municipalidad de Cuenca. Guía de trámites. Permisos de funcionamiento [En línea]. Disponible en: http://www.cuenca.gov.ec/?q=page_guiatra

¿ A quiénes está dirigido el trámite ? Son todas las personas naturales o jurídicas que realizan actividades comerciales. (Negocios de tiendas, talleres, bares, discotecas, restaurante, industrias, fábricas, etc.)

Requisitos Para poder tramitar los permisos de los negocios que quieren instalarse por primera vez, tienen que presentar la siguiente documentación.

1. Copia de la carta de pago del predio urbano en el cual pretenden instalarse.
2. Copia de RUC.
3. Certificado de no adeudar al Municipio.

Cuando ya se encuentran funcionando los negocios y cuentan con el permiso del año anterior concedido por la I. Municipalidad deben presentar:

1. El permiso cancelado del año anterior.
2. Permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Costo El valor a ser cancelado del permiso de funcionamiento, es recaudado por la Unidad de Rentas de la I. Municipalidad y su costo está calculado en función del Capital en Giro que tiene el negocio.

Tiempo de realización

Cuando el negocio a ser instalado es por primera vez: El Departamento de Higiene y Medio Ambiente, una vez que el peticionario presenta los documentos se realiza la inspección y se le emite un informe dependiendo de la actividad solicitada este informe es emitido en un plazo máximo de 4 días (lapso de tiempo que toma la inspección y el informe que se emite) **Para los locales que ya cuentan con permiso anterior:** Este trámite se demora 2 minutos (tiempo que tarde el digitador que ingreso los datos del permiso)

Marco legal El Departamento de Higiene y Medio Ambiente para conceder los permisos de funcionamiento se basa en: La Ordenanza Sobre Saneamiento Ambiental y Control Sanitario del Cantón Cuenca, en la Reforma, Actualización, Complementación y Codificación de la Ordenanza Que Sanciona El Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Cuenca: Determinaciones para el Uso y Ocupación del Suelo Urbano:

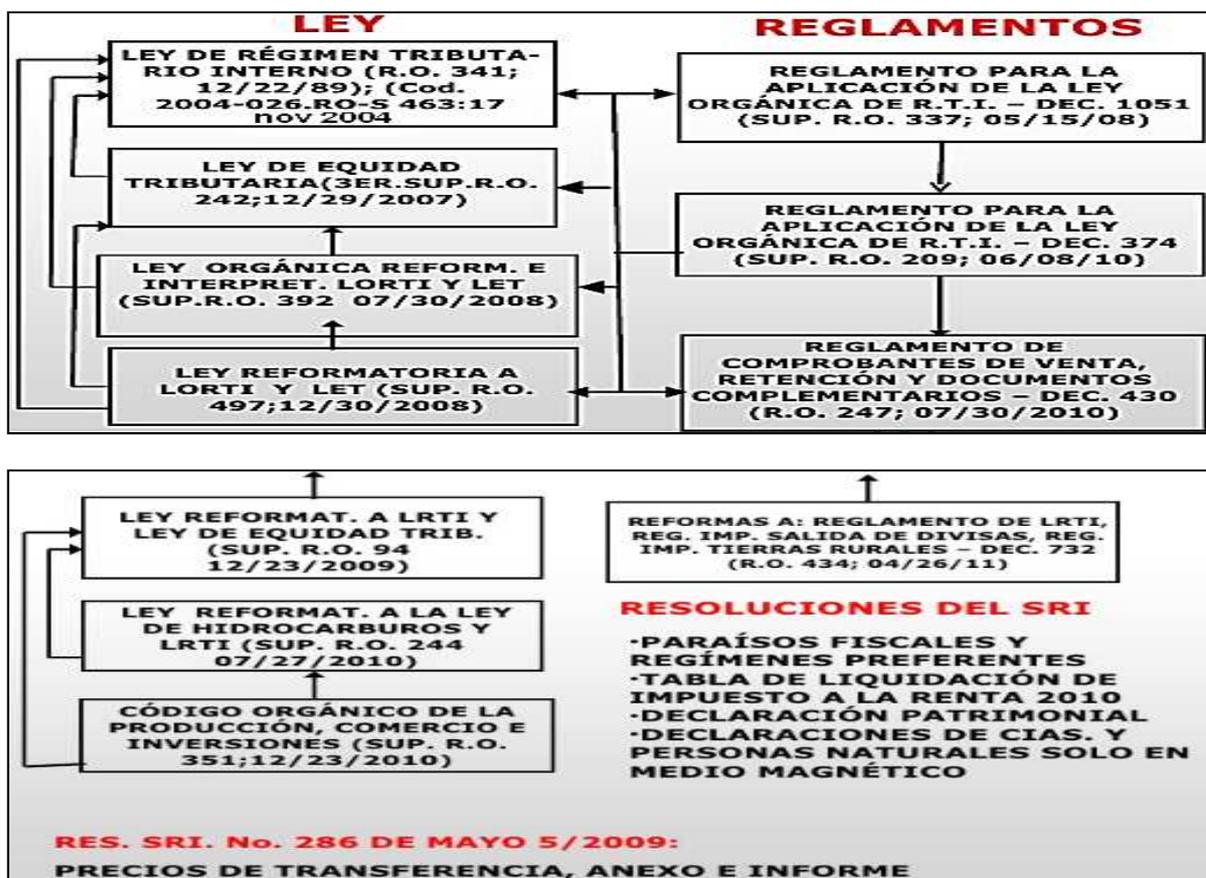
Observaciones Cabe indicar, el Departamento de Higiene y Medio Ambiente, atiende toda clase de denuncias referente a Contaminación Ambiental ocasionada por el funcionamiento de talleres, locales comerciales, fábricas, discotecas, mecánicas automotrices (ruido, polvo, gases, ocupación de la vía pública, sistemas de alcantarillados defectuosos, etc. **Para esta petición el afectado, lo puede realizar mediante una llamada telefónica al Nro. 2845499 extensión 106 o 107, o presentar por escrito.** Este trámite se le atiende el mismo instante cuando es por teléfono y en 1

día cuando es por escrito, informe que es reportado a la Comisaría de Sanidad e Higiene y Medio Ambiente para su proceso respectivo. Se realiza control de alimentos procesados en base de análisis Bromatológicos y Microbiológicos en los laboratorios del Instituto Izquieta Pérez

Seguimiento de Auditorías Ambientales

3.6.2 Leyes Conexas Revisar sección anexos; (anexo 32)

Gráfico No. 17 Reformas Tributarias en Ecuador 2004-2011



Fuente: HLB Consultores Morán Cedillo, Reformas Tributarias en Ecuador 2004-2011 [En línea]. Disponible en: <http://hlbmoran.com/AudidoresEnEcuador/?s=reformas+tributarias+en+ecuador+2004-2011>. [Consulta. 11-10-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Además de las leyes tributarias relacionadas con la actividad de la empresa debe considerar de manera obligatoria el cumplimiento de ley social, código laboral, y normativas dispuestas por la Superintendencia de compañías

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

El estudio financiero y económico, permite determinar la viabilidad de implementar el proyecto; para esto se sistematiza la información de los otros estudios realizados, de la expresa en términos monetarios; y en base a esta información se establecen la inversión inicial, los presupuestos de ingresos y egresos, y, los flujos de efectivo asociados al proyecto, posteriormente se analizan las diferentes fuentes de financiamiento y el costo de capital asociado a cada una de ellas, y por último, en base a indicadores financieros, se determina la factibilidad de implementar el proyecto. Con este análisis se busca administrar y minimizar el impacto del riesgo, en la inversión.

4.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA

4.1.1. Inversión inicial

La inversión inicial es el desembolso que hay que hacer para llevar adelante el proyecto; esta inversión comprende tres rubros: inversión fija o tangible, inversión intangible y capital de trabajo.

Inversiones fijas o tangibles.- Son las inversiones realizadas en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de generación del servicio, o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto; se trata básicamente de recursos materiales, obras civiles, equipos e instalaciones, infraestructura de servicios de apoyo, etc. Para el proyecto Quality Cía. Ltda., el listado de los ítems que conforman la inversión inicial fija se detalla en el numeral 3.3.1. Infraestructura y Equipos del Capítulo III, en base al cual es posible establecer el siguiente requerimiento de inversión fija:

Inversiones en intangibles.- Son inversiones realizadas sobre servicios o derechos adquiridos, tales como los gastos de constitución y organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, capacitación, software y sistemas de información, etc. Si bien estas inversiones anteriormente eran contabilizadas como activos intangibles, la NIC 38, en su última versión vigente desde diciembre de 2006, este estándar indica que un activo intangible se reconocerá como tal si es probable que los beneficios económicos futuros que se han atribuido al mismo fluyan a la entidad, y el costo del activo puede ser medido de forma fiable; no se reconocerán como activos intangibles las marcas, las listas de clientes, costos de iniciación, costos de capacitación, publicidad y promoción, gastos de reasignación y reorganización, u otras partidas similares que se hayan generado internamente.

Inversiones en capital de trabajo.- El capital de trabajo, “son los recursos de activos corrientes, utilizados para la operación normal del proyecto, mientras este alcanza su independencia operativa”.⁴³

En el presente proyecto, se ha utilizado el método del déficit acumulado máximo, para esto se ha determinado cada mes los egresos operativos proyectados, y se ha estimado una reserva para dos meses, hasta que Quality Cía. Ltda., opere normalmente.

El detalle de la inversión inicial en capital de trabajo y la inversión intangible revisar en (anexo 33)

Inversión inicial total.- Con la información presentada anteriormente, se determina que la inversión inicial total requerida para implementar el proyecto de Quality Cía. Ltda. Es:

Tabla No. 4 DETALLE CONSOLIDADO DE LA INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	VALOR
INVERSIÓN FIJA	33.534,78
INVERSIÓN INTANGIBLE	3.800,00
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	3.200,50
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	40.535,28

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

4.1.1.1. Financiamiento de la inversión inicial

El estudio del financiamiento, busca identificar las fuentes de recursos financieros necesarios para la ejecución y operación del proyecto, y asegurar los mecanismos a través de los cuales fluirán esos recursos hacia los usos específicos. Mediante un estudio de las vías de financiamiento para proyectos de inversión, se puede determinar diversas alternativas tales como: créditos y distintos productos ofrecidos por entidades públicas y privadas. Para el caso del proyecto Quality Cía. Ltda., al tratarse de una microempresa que ya dispone de varios de los recursos y está operando informalmente, toda la inversión se desarrollará con fondos propios.

Tabla No. 5 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	% APORTE	VALOR
CREDITO LINEA DESARROLLO CFN	0,00%	-
FONDOS PROPIOS SOCIOS PROYECTO	100,00%	40.535,28
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	100,00%	40.535,28

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

⁴³ SHECKTER GEORGE,(2009), Gestión Financiera de Proyectos, Inversiones en Capital de trabajo, Editorial Prentice Hall, México DF,

4.1.2. Balance General El balance general de Quality Cía. Ltda., asociado a la estructura de inversión y el financiamiento definido es:

Tabla No. 6

ESTADO FINANCIERO QUALITY (expresado en dólares de los estados unidos de américa)		1	2	3	4	5
	INICIAL 31-12-2012	31/12/2013	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2016	31/12/2017
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO						
CAJA	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
BANCOS	7.800,00	11.082,10	13.851,93	15.704,91	18.674,26	21.988,00
DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR CLIENTES NO RELACIONADOS						
CLIENTES	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES						
PAGOS ANTICIPADOS	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	9.420,00	12.702,10	15.471,93	17.324,91	20.294,26	23.608,00
ACTIVO NO CORRIENTE						
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						
Obras Civiles (adecuación oficina)	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
Depreciación Acumulada de Obras civiles	-225	-450	-675	-900	-1125	-1350
Vehículos	23.490,00	23.490,00	23.490,00	23.490,00	23.490,00	23.490,00
Depreciación Acumulada de Vehículo	-1879,2	-5637,6	-9396	-13154,4	-15033,6	-15033,6
Muebles y enseres de oficina	1.345,00	1.345,00	1.345,00	1.345,00	1.345,00	1.345,00
Depreciación Acumulada de Muebles y enseres de oficina	-121,05	-242,1	-363,15	-484,2	-605,25	-726,3
Equipos de computación	3.152,00	3.152,00	3.152,00	3.152,00	3.152,00	3.152,00
Depreciación Acumulada de equipo de computación	-998,03	-1996,06	-2994,09	0	0	0
Otros activos no corrientes	0	0	0	0	0	0
Otros activos no corrientes	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	29.763,72	24.661,24	19.558,76	18.448,40	16.223,15	15.877,10
TOTAL ACTIVOS	39.183,72	37.363,34	35.030,69	35.773,31	36.517,41	39.485,10
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas y documentos por pagar	0	0	0	0	0	0
Beneficios empleados por pagar	0	0	0	0	0	0
Obligaciones Bancarias corto plazo	3.068,01	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impuestos por pagar	2.530,22	1.861,38	982,96	1.262,01	1.356,33	1.803,93
15% Participación Trabajadores	1.941,35	1.493,08	788,47	1.012,31	1.087,97	1.447,00
TOTA PASIVOS CORRIENTES	7.539,57	3.354,46	1.771,44	2.274,32	2.444,29	3.250,93
PASIVOS NO CORRIENTES						
Prestamos socios	21173,41	16938,73	12704,05	8469,37	4234,69	0
Documentos por pagar	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	21173,41	16938,73	12704,05	8469,37	4234,69	0
TOTAL PASIVOS	28.712,98	20.293,19	14.475,49	10.743,69	6.678,98	3.250,93
PATRIMONIO						
Capital	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Utilidad del Ejercicio Anterior	0	8.470,74	15.070,16	18.555,21	23.029,62	27.838,42
Utilidad del Ejercicio	8.470,74	6.599,42	3.485,05	4.474,41	4.808,81	6.395,75
TOTAL PATRIMONIO	10.470,74	17.070,16	20.555,21	25.029,62	29.838,42	36.234,17
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	39.183,72	37.363,34	35.030,69	35.773,31	36.517,41	39.485,10

Fuente: Quality

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

4.1.3. Presupuesto de Ingresos Para establecer el presupuesto de ingresos, se ha considerado: El precio promedio ponderado de los servicios, que considera el porcentaje de cada tipo de servicio que genera Quality Cía. Ltda., y la tabla de precios referencial a la competencia de la ciudad de Cuenca, considerando que exista sustentabilidad y rentabilidad de acuerdo a costos operativos.

Tabla No. 7 PRECIO PROMEDIO PONDERADO DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA QUALITY

Descripción	Cliente X	Cliente Y	Cliente Z	Período Año	Total Período Año	Usuario de Servicio	%	Precio	Ponderado (a*b)	Valores	
							a	b		MES	AÑO
Informe de Comisario e informe al Gerente	*			1	2	2	0,98	300,00	2,94	600,00	600,00
Aplicación de NIIFS	*			12	60	5	2,45	30,00	0,74	150,00	1.800,00
Informe a Superintendencia de Compañías	*			1	5	5	2,45	15,00	0,37	75,00	75,00
Declaración IVA	*	*	*	12	540	45	22,06	10,00	2,21	450,00	5.400,00
Declaración Retención en La Fuente	*	*	*	12	180	15	7,35	10,00	0,74	150,00	1.800,00
Relación de Dependencia	*	*	*	12	240	20	9,8	10,00	0,98	200,00	2.400,00
Anexo Transaccional	*	*	*	12	180	15	7,35	40,00	2,94	600,00	7.200,00
Elaboración y pago de nómina de personal.	*	*	*	12	24	2	0,98	10,00	0,10	20,00	240,00
Elaboración contratos de trabajo, actas de finiquito	*	*	*	12	36	3	1,47	10,00	0,15	30,00	360,00
Manejo portal del IESS	*	*	*	12	36	3	1,47	10,00	0,15	30,00	360,00
Declaración anual Impuesto a la Renta	*	*	*	1	45	45	22,06	15,00	3,31	675,00	675,00
Revisión y Control Contabilidad	*	*		12	36	3	1,47	50,00	0,74	150,00	1.800,00
Elaboración Contabilidad Empresa pequeña	*	*		12	60	5	2,45	100,00	2,45	500,00	6.000,00
Elaboración Contabilidad Empresa mediana	*	*		12	12	1	0,49	150,00	0,74	150,00	1.800,00
Elaboración Contabilidad Empresa grande	*	*		12	12	1	0,49	275,00	1,35	275,00	3.300,00
Gastos personales		*	*	1	11	11	5,39	20,00	1,08	220,00	220,00
Declaración Patrimonial		*	*	1	2	2	0,98	20,00	0,20	40,00	40,00
REOC		*		12	24	2	0,98	10,00	0,10	20,00	240,00
Informe de Ingresos y Gastos			*	12	228	19	9,31	10,00	0,93	190,00	2.280,00
Totales				173	1733	204	100		22,18	4.525,00	36.590,00
Cliente X = Empresas Cliente Y = Persona Natural Obligada a llevar contabilidad * 47 clientes (agosto 2012) Cliente Z = Persona Natural No Obligada a llevar contabilidad											

Fuente: Quality

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Se ha considerado que el precio promedio de los servicios ofertados se incrementará en 5% anual que es la inflación estimada para los próximos años.⁴⁴

⁴⁴ INEC, Informe de estadísticas económicas octubre 2011. Precio Promedio, [En línea]. Disponible en: <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201110.pdf> [Consulta. 12-10-2011]

El crecimiento del volumen de ventas de la empresa, se generará por el incremento de la demanda insatisfecha, por lo que Quality tiene el propósito de al menos captar un 2% de usuarios de servicios en este segmento cada año, es decir, en su cartera de clientes a partir del primer año deberá contar con 177 procesos.

Para estimar el número de trabajos anuales se considera la **Tabla No. 6**

Actualmente al año se desarrollan 1733 procesos con 3 personas, conforme lo estimado en el estudio de mercado con el incremento sugerido se tendrían 1768 procesos.

Con estas consideraciones se tiene que el presupuesto de ingresos de Quality Cía. Ltda. Es:

Tabla No. 8 PRESUPUESTO DE INGRESOS DEL PROYECTO

CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Clientes captados	177	181	185	189	193
Trabajos anuales	1768	1803	1839	1876	1914
Precio promedio ponderado	22,18	22,62	23,08	23,54	24,01
Ventas totales	39.214,24	40.798,50	42.446,75	44.161,60	45.945,73
	(1768*22,18)	(1803*22,62)	(1839*23,08)	(1876*23,54)	(1914*24,01)
PROYECCION DE PERSONAL					
CONCEPTO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Total de trabajos año	1.768	1.803	1.839	1.876	1.914
Total de trabajos mes	147	150	153	156	159
Trabajos con 3 Personas mes	49	50	51	52	53
Trabajos con 4 Personas mes		37	38	39	40

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

4.1.4. Presupuesto de gastos

Ya que se genera un servicio, el costo directo del servicio está dado por el costo del recurso humano, y el resto de egresos son operacionales, con este antecedente se tiene:

4.1.4.1. Costo directo

Para establecer el valor del costo directo, se ha calculado el rol del personal, según el siguiente detalle:

Tabla No. 9

COSTO DIRECTO DE PERSONAL

ROL DE PERSONAL									
CARGO	No.	SUELDO	IESS PATRONAL	13VO.	14VO.	VACACION	FONDO DE RESERVA	COSTO MES	COSTO AÑO
Gerente / Contador	1	500,00	60,75	41,67	24,33	20,83	41,67	647,58	7.770,96
Auxiliar de contabilidad	1	320,00	38,88	26,67	24,33	13,33	26,67	423,21	5.078,52
Secretaria contable (1/2 tiempo)	1	170,00	20,66	14,17	24,33	7,08	14,17	236,24	2.834,88
TOTAL (USD.)	3	990,00	120,29	82,51	72,99	41,24	82,51	1.307,03	15.684,36

• Fondo de reserva no se paga en el primer año (personal nuevo)

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

4.1.4.2. Gastos Operacionales

El detalle de gastos operacionales de Quality Cía. Ltda. Es:

Gastos de servicios básicos mensuales (ver anexo 34)

Gastos operativos legales (ver anexo 35)

Costos operativos de acción estratégica (ver anexo 36)

Tabla No. 10

DETALLE DE GASTOS OPERATIVOS			
Concepto	Costo fijo	Costo Variable	Total Año
Luz	80,00	-	960,00
Agua	12,00	-	144,00
Teléfono + Celular + Internet	125,00	-	1500,00
Transporte	10,00	-	120,00
Útiles de oficina y limpieza	103,00	-	1.236,00
Mantenimiento y Reparaciones	25,00	-	300,00
Varios – Legales	100,00	-	1200,00
Combustible y Lubricantes	65,00	-	780,00
Promoción y publicidad	29,00	-	348,00
TOTAL MENSUAL	549,00		
TOTAL ANUAL			6.588,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

4.1.4.3. Depreciaciones y valor residual

El detalle de depreciaciones de los activos fijos es:

Tabla No. 11

DETALLE DE DEPRECIACIONES Y VALOR RESIDUAL						
Detalle	VIDA UTIL.	%	VALOR	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL	DEPRECIACION
OBRAS CIVILES	20	5,00%	5.000,00	500,00	4.500,00	225,00
VEHÍCULOS	5	20,00%	23.490,00	4.698,00	18.792,00	3.758,40
MUEBLES Y ENSERES	10	10,00%	1.345,00	134,50	1.210,50	121,05
EQUIPOS COMPUTACIÓN	3	33,33%	3.152,00	157,60	2.994,40	998,03
SUB TOTAL ACTIVOS FIJOS				4.422,50	6.133,17	5.102,48

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

4.1.4.4. Presupuesto de costos y gastos operacionales

Para proyectar los valores de los costos y gastos se ha considerado que los costos y gastos se incrementarán en 5% anual que es la inflación estimada para los próximos años.⁴⁵ Los costos variables además se incrementarán en similar porcentaje que el crecimiento del volumen de ventas de la empresa, que se estima será del 2% anual.

4.1.5. Estado de resultados proyectados Los estados de resultados proyectados del proyecto Quality Cía. Ltda., son:

Tabla No. 12

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL						
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012		1	2	3	4	5
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	VALOR US\$					
INGRESOS						
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	38.437,94	39.214,24	40.798,50	42.446,75	44.161,60	45.945,73
PRESTACION DE SERVICIOS	38.437,94	39.214,24	40.798,50	42.446,75	44.161,60	45.945,73
COSTO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN	15.684,36	17.542,34	23.796,32	24.922,53	26.105,06	27.346,71
MATERIALES UTILIZADOS O PRODUCTOS VENDIDOS	-	-	-	-	-	-
(+) MANO DE OBRA DIRECTA	15.684,36	17.542,34	23.796,32	24.922,53	26.105,06	27.346,71
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	11.880,00	12.474,00	16.937,70	17.784,59	18.673,81	19.607,50
APORTE PATRONAL IESS	1.443,48	1.515,59	2.057,93	2.160,83	2.268,87	2.382,31
DECIMO TERCER SUELDO	990,12	1.039,50	1.411,48	1.482,05	1.556,15	1.633,96
DECIMO CUARTO SUELDO	875,88	954,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00	1.272,00
VACACIONES	494,88	519,75	705,74	741,02	778,08	816,98
FONDO DE RESERVA	-	1.039,50	1.411,48	1.482,05	1.556,15	1.633,96
GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	-	-	-	-	-	-
(+) MANO DE OBRA INDIRECTA	-	-	-	-	-	-
(+) OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	-	-	-	-	-	-
GANANCIA BRUTA	22.753,58	21.671,90	17.002,18	17.524,22	18.056,54	18.599,02
OTROS INGRESOS	-	-	-	-	-	-
OTRAS RENTAS	-	-	-	-	-	-
GASTOS	9.811,28	11.718,02	11.745,70	10.775,48	10.803,44	8.952,33
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS						

⁴⁵ INEC, Informe de estadísticas económicas octubre 2011. Precio Promedio, [En línea]. Disponible en: <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201110.pdf>
[Consulta. 25-10-2011]

	9.811,28	11.718,02	11.745,70	10.775,48	10.803,44	8.952,33
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	300,00	301,50	303,01	304,52	306,05	307,58
SUMINISTROS Y MATERIALES	1.236,00	1.242,18	1.248,39	1.254,63	1.260,91	1.267,21
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD (gasto de venta)	348,00	349,74	351,49	353,25	355,01	356,79
COMBUSTIBLES	480,00	482,40	484,81	487,24	489,67	492,12
LUBRICANTES	300,00	301,50	303,01	304,52	306,05	307,58
TRANSPORTE	120,00	120,60	121,20	121,81	122,42	123,03
AGUA, ENERGÍA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES	2.604,00	2.617,02	2.630,11	2.643,26	2.656,47	2.669,75
IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS	120,00	120,60	121,20	121,81	122,42	123,03
OTROS GASTOS	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
DEPRECIACIONES:	3.223,28	5.102,48	5.102,48	4.104,45	4.104,45	2.225,25
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	3.223,28	5.102,48	5.102,48	4.104,45	4.104,45	2.225,25
PROPIEDADES DE INVERSIÓN						
GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-
INTERESES	-	-	-	-	-	-
COMISIONES						
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA DE OPERACIONES CONTINUADAS	12.942,30	9.953,88	5.256,48	6.748,73	7.253,10	9.646,68
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES						
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	12.942,30	9.953,88	5.256,48	6.748,73	7.253,10	9.646,68
IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO						
GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES CONTINUADAS ANTES DEL IMPUESTO DIFERIDO	12.942,30	9.953,88	5.256,48	6.748,73	7.253,10	9.646,68
(-) GASTO POR IMPUESTO DIFERIDO	-	-	-	-	-	-
(+) INGRESO POR IMPUESTO DIFERIDO	-	-	-	-	-	-
GANANCIA (PERDIDA) DE OPERACIONES CONTINUADAS	12.942,30	9.953,88	5.256,48	6.748,73	7.253,10	9.646,68
INGRESOS POR OPERACIONES DISCONTINUADAS	-	-	-	-	-	-
GASTOS POR OPERACIONES DISCONTINUADAS	-	-	-	-	-	-
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA DE OPERACIONES DISCONTINUADAS	12.942,30	9.953,88	5.256,48	6.748,73	7.253,10	9.646,68
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	1.941,35	1.493,08	788,47	1.012,31	1.087,97	1.447,00
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS DE OPERACIONES DISCONTINUADAS	11.000,96	8.460,80	4.468,01	5.736,42	6.165,14	8.199,68
IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	2.530,22	1.861,38	982,96	1.262,01	1.356,33	1.803,93
	8.470,74	6.599,42	3.485,05	4.474,41	4.808,81	6.395,75
GANANCIA (PÉRDIDA) DE OPERACIONES DISCONTINUADAS	-	-	-	-	-	-
GANANCIA (PÉRDIDA) NETA DEL PERIODO	8.470,74	6.599,42	3.485,05	4.474,41	4.808,81	6.395,75

* En el segundo año del proyecto se incrementa una persona, ya que se da un incremento en los procesos contables de los clientes.

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

4.1.6. Flujos de caja proyectados

Los Flujos de Efectivo (FEF), representan la estimación de la generación de recursos financieros del negocio luego de cumplir con sus obligaciones: operativas, financieras, de personal y tributarias.

Para el presente proyecto, los flujos de efectivo proyectados establecidos mediante el método directo son:

Tabla No. 13 ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO POR EL MÉTODO DIRECTO

		inicial	1	2	3	4	5
		SALDOS	SALDOS	SALDOS	SALDOS	SALDOS	SALDOS
		BALANCE	BALANCE	BALANCE	BALANCE	BALANCE	BALANCE
	CODIGO	(En US\$)	(En US\$)	(En US\$)	(En US\$)	(En US\$)	(En US\$)
INCREMENTO NETO (DISMINUCIÓN) EN EL EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO, ANTES DEL EFECTO DE LOS CAMBIOS EN LA TASA DE CAMBIO	95	7.920,00	3.282,10	2.769,83	1.852,98	2.969,35	3.313,74
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	9501	19.137,14	10.584,79	7.004,51	9.081,75	9.083,23	9.427,64
Clases de cobros por actividades de operación	950101	36.937,94	39.214,24	40.798,50	42.446,75	44.161,60	45.945,73
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	95010101	36.937,94	39.214,24	40.798,50	42.446,75	44.161,60	45.945,73
Clases de pagos por actividades de operación	950102	-22272,36	-24157,881	-30439,536	-31593,568	-32804,05	-34073,798
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	95010201	(22.272,36)	(24.157,88)	(30.439,54)	(31.593,57)	(32.804,05)	(34.073,80)
Intereses pagados	950105	0	0	0	0	0	0
Intereses recibidos	950106	0	0	0	0	0	0
Impuestos a las ganancias pagados	950107	4.471,56	(4.471,56)	(3.354,46)	(1.771,44)	(2.274,32)	(2.444,29)
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	9502	-29918,99	-3068,01	0	-2994,09	-1879,2	-1879,21
Adquisiciones de propiedades, planta y equipo	950209	-32.987,00	0,00	0,00	-2994,09	-1879,2	-1879,21
Otras entradas (salidas) de efectivo	950221	3.068,01	-3068,01				
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	9503	18701,85	-4234,68	-4234,68	-4234,68	-4234,68	-4234,69
Financiación por préstamos a largo plazo	950304	21173,41	-4234,68	-4234,68	-4234,68	-4234,68	-4234,69
Otras entradas (salidas) de efectivo	950310	-2.471,56					
EFFECTOS DE LA VARIACION EN LA TASA DE CAMBIO SOBRE EL EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO	9504	0	0	0	0	0	0

INCREMENTO (DISMINUCIÓN) NETO DE EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO	9505	7.920,00	3.282,10	2.769,83	1.852,98	2.969,35	3.313,74
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO AL PRINCIPIO DEL PERIODO	9506	0,00	7.920,00	11.202,10	13.971,93	15.824,91	18.794,26
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	9507	7.920,00	11.202,10	13.971,93	15.824,91	18.794,26	22.108,00
CONCILIACION ENTRE LA GANANCIA (PERDIDA) NETA Y LOS FLUJOS DE OPERACIÓN							
GANANCIA (PÉRDIDA) ANTES DE 15% A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA	96	12.942,30	9.953,88	5.256,48	6.748,73	7.253,10	9.646,68
AJUSTE POR PARTIDAS DISTINTAS AL EFECTIVO:	97	3223,28	5102,48	5102,48	4104,45	4104,45	2225,25
Ajustes por gasto de depreciación y amortización	9701	3.223,28	5.102,48	5.102,48	4.104,45	4.104,45	2.225,25
CAMBIOS EN ACTIVOS Y PASIVOS:	98	2.971,56	-4.471,56	-3.354,46	-1.771,44	-2.274,32	-2.444,29
(Incremento) disminución en cuentas por cobrar clientes	9801	-1.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Incremento (disminución) en otros pasivos	9810	4.471,56	(4.471,56)	(3.354,46)	(1.771,44)	(2.274,32)	(2.444,29)
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	9820	19.137,14	10.584,79	7.004,51	9.081,75	9.083,23	9.427,64

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Estado de Cambios en el patrimonio (Anexo 37)

4.1.7. Valor residual del proyecto

El valor residual del proyecto, es un ingreso extraordinario que se imputa en el último año del horizonte de planeamiento de la inversión; conceptualmente se trata de recoger, al cerrar las cuentas del proyecto, el valor remanente de las inversiones asociadas al emprendimiento, tanto en sus componentes fijos como circulantes.

El valor residual del proyecto, establecido bajo el método contable, según se aprecia en el numeral 4.1.4.3. Depreciaciones y valor residual, es **4.422,50 dólares**.

4.2. Evaluación Financiera

El detalle de la evaluación financiera lo podemos apreciar a continuación

Tabla No. 14

INDICES FINANCIEROS QUALITY						
INDICADORES DE LA SITUACION ECONOMICA - FINANCIERA DE LA FIRMA						
	Inicial	1	2	3	4	5
1. INDICE DE SOLVENCIA	1,25	3,79	8,73	7,62	8,30	7,26
ACTIVO CORRIENTE =	9.420,00	12.702,10	15.471,93	17.324,91	20.294,26	23.608,00
PASIVO CORRIENTE =	7.539,57	3.354,46	1.771,44	2.274,32	2.444,29	3.250,93
2. INDICE ESTRUCTURAL	0,27	0,46	0,59	0,70	0,82	0,92
PATRIMONIO =	10.470,74	17.070,16	20.555,21	25.029,62	29.838,42	36.234,17
ACTIVO TOTAL =	39.183,72	37.363,34	35.030,69	35.773,31	36.517,41	39.485,10
3. INDICE DE ENDEUDAMIENTO	0,72	0,20	0,09	0,09	0,08	0,09
PASIVO TOTAL =	7.539,57	3.354,46	1.771,44	2.274,32	2.444,29	3.250,93
PATRIMONIO =	10.470,74	17.070,16	20.555,21	25.029,62	29.838,42	36.234,17
4. CAPITAL DE TRABAJO						
ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	9.420,00	-	7.539,57	=	1.880,43	INICIAL
	12.702,10	-	3.354,46	=	9.347,64	1
	15.471,93	-	1.771,44	=	13.700,49	2
	17.324,91	-	2.274,32	=	15.050,59	3
	20.294,26	-	2.444,29	=	17.849,97	4
	23.608,00	-	3.250,93	=	20.357,07	5

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

4.2.1. Punto de equilibrio

Este análisis consiste en determinar el volumen de ventas donde la empresa no gana ni pierde ($IT = CT$); el punto de equilibrio es usado para determinar la posible rentabilidad de los productos.

Para el proyecto se tiene su punto de equilibrio PE (\$) es igual a:

Tabla No. 15

PUNTO DE EQUILIBRIO

CONCEPTO	VALOR
VENTAS AÑO 1	39.214,24
COSTO FIJO AÑO 1	6.615,54
COSTO VARIABLE AÑO 1	15.766,87

Fuente: Estudio Económico Financiero

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

PUNTO DE EQUILIBRIO (USD) =

$$\frac{6.615,54}{1 - \frac{15.766,87}{39.214,24}} = \frac{6.615,54}{0,60} = 11.025,90$$

El punto de equilibrio del proyecto es **11.025,90** dólares, valor que corresponde al punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (**IT = CT**) mientras que sus ventas proyectadas son de 39.214,24 dólares; aquí la empresa se encuentra en una situación que ni gana ni pierde.

Revisar formula de punto de equilibrio en sección anexos, (anexo 38)

MARGEN DE SEGURIDAD.- El margen de seguridad es igual a la diferencia positiva entre el punto de equilibrio de una empresa y sus ventas planificadas.

El margen de seguridad del proyecto es:

$$\text{MARGEN DE SEGURIDAD} = \frac{28.188,34}{39.214,24}$$

$$\text{MARGEN DE SEGURIDAD} = 71,88\%$$

El margen de seguridad del proyecto es igual a 71,88%, lo que implica que únicamente utiliza el 28,12% de sus ventas para alcanzar el punto de equilibrio; manifestándose que el proyecto es de muy poco riesgo.

Revisar formula de margen de seguridad en sección anexos, (Ver anexo 39)

4.2.2. Determinación de la TMAR

La TMAR (Tasa mínima de rentabilidad requerida) es el costo del capital será igual a la tasa a la cual se descuenten los flujos.

Ya que toda la inversión será con fondos propios, $TMAR = Rendimiento\ esperado\ sobre\ la\ Inversión = Ke$. Se tiene que $Ke = 9\%^{46}$ (Tasa promedio entre pasiva y activa para inversiones a un plazo mayor a 361 días) + Inflación esperada 3%; de donde se tiene que $Ke = 12\%$

4.2.3. Cálculo de indicadores de evaluación del proyecto

Para evaluar la factibilidad de ejecutar el proyecto, se han aplicado 4 indicadores básicos: VAN, TIR, PRI y la relación de Beneficio a Costo B/C.

Para calcular la relación de beneficio a costo, por un lado se calculan todos los ingresos a valor presente, de forma similar se determinan todos los egresos a valor presente, y de la relación entre los ingresos y egresos actualizados, se obtiene el valor de este indicador. **(Ver anexo 40) se toma la tasa de descuento del 12% de acuerdo al punto 4.2.2**

Tabla No. 16

EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO						
CONCEPTO	Inicial	1	2	3	4	5
INVERSION INICIAL	-10.470,74					
FLUJOS DE EFECTIVO		11.701,90	8.587,53	8.578,86	8.913,26	10.500,20
VALOR RESIDUAL						4.422,50
CAPITAL DE TRABAJO						3.200,50
FLUJO RELEVANTE	-10.470,74	11.701,90	8.587,53	8.578,86	8.913,26	14.922,70
TASA	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%
FACTOR	1	0,8929	0,7972	0,7118	0,6355	0,5674
VALOR ACTUAL	10.470,74	10.448,13	6.845,93	6.106,26	5.664,54	8.467,54
VP. ACUMULADO	-10.470,74	-22,62	6.823,31	12.929,57	18.594,11	27.061,65
VALOR ACTUAL NETO (VAN)					27.061,65	
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)					95,94%	
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN (PRI)					1 AÑO 6 MESES	

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

⁴⁶ Produbanco, (Tasa Pasiva de Interés para Pólizas de Acumulación Grupo Financiero Produbanco) [En línea]. Disponible en: www.produbanco.com [Consulta. 29-07-2012]

4.2.3.1. Método del Valor Actual Neto (VAN)

El valor presente del proyecto es igual a 27.061,65 dólares, como el VAN>0, este indicador manifiesta que la implementación de la propuesta es viable o factible.

Método del Valor Actual Neto (VAN) (Revisar anexo 41)

4.2.3.2. Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno TIR del presente del proyecto es igual a 95,94%, como TIR>TMAR (12%), este indicador manifiesta que la implementación del proyecto es viable o factible.

Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR) (Revisar anexo 42)

4.2.3.3. Relación de beneficio a costo (B/C)

La relación de beneficio a costo del proyecto Quality Cía. Ltda. La podemos apreciar en la siguiente tabla:

Tabla No. 17

ANALISIS DE BENEFICIO A COSTO						
CONCEPTO	AÑO					
	Inicial	1	2	3	4	5
INGRESOS						
INGRESOS OPERATIVOS		39.214,24	40.798,50	42.446,75	44.161,60	45.945,73
VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS						4.422,50
CAPITAL DE TRABAJO						3.200,00
TOTAL DE INGRESOS	-	39.214,24	40.798,50	42.446,75	44.161,60	53.568,23
EGRESOS						
INVERSIÓN INICIAL	10.470,74					
COSTOS	-	12.474,00	16.937,70	17.784,59	18.673,81	19.607,50
GASTOS OPERACIONALES	-	6.615,54	6.645,22	6.671,03	6.698,99	6.727,08
COSTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-
PRESTACIONES	-	3.354,46	1.771,44	2.274,32	2.444,29	3.250,93
COSTOS TOTALES	10.470,74	22.444,00	25.354,36	26.729,94	27.817,10	29.585,52
TASA		12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%
FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	1	0,892857	0,797194	0,71178	0,635518	0,567427
INGRESOS ACTUALIZADOS	-	35.012,71	32.524,31	30.212,76	28.065,50	30.396,05
COSTOS ACTUALIZADOS	10.470,74	20.039,28	20.212,34	19.025,84	17.678,27	16.787,62
INGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS						156.211,33
COSTOS TOTALES ACTUALIZADOS						104.214,09
RELACION BENEFICIO/COSTO						1,50

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

El criterio de análisis y decisión respecto a este indicador es:

- $B/C > 1 \Rightarrow$ el proyecto es rentable y por lo tanto viable.
- $B/C = 1 \Rightarrow$ el proyecto es rentable y viable, porque ya está incorporada ganancia de la tasa de descuento.
- $B/C < 1 \Rightarrow$ el proyecto no es rentable y por lo tanto no debe ejecutarse.

La relación de beneficio a costo B/C del presente del proyecto es igual a 1,50 como $B/C > 1$, este indicador manifiesta que la implementación del proyecto es viable o factible, ya que por cada dólar invertido el proyecto devuelve 1,50 dólares, generando un beneficio de 0,50 dólares.

4.2.3.4. Período de recuperación del capital

Se observa que la inversión inicial realizada para implementar y operar el proyecto, se recupera luego de un año y seis meses, como $PRI < 5$ este indicador manifiesta que el proyecto es viable.

Los indicadores en conjunto muestran que el proyecto es rentable, por lo que se recomienda su implementación.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- ✓ De acuerdo a las encuestas realizadas de las personas económicamente activas en la Ciudad de Cuenca, al parecer solamente un 49% cumple con las obligaciones tributarias, es decir unas 63.768 personas. De una población urbana estimada en 130.138 personas.
- ✓ Según el SRI, existe un crecimiento anual de contribuyentes equivalente al 14,33%, lo cual de 63.768 corresponde a un incremento de 9.138 contribuyentes anuales que cumplen con las declaraciones, y de allí Quality tiene el propósito de tomar un 2% como base en este año, de acuerdo a su infraestructura, para luego ir incrementando su capacidad de captación de clientes. Es decir que se estaría tomando de un sector nuevo al cual aún no se presta servicios, el cual se sumaría a la base con la cual trabaja actualmente.
- ✓ Dentro del mercado cuencano para la prestación de servicios de asesoría contable y tributaria, se encuentran dispersas diferentes empresas naturales y jurídicas, las mismas que se encargan de ofertar los servicios básicos de contabilidad y tributación, diferenciándose algunas con la oferta de productos adicionales como gestiones de préstamos en instituciones financieras y tramites en el IESS o instituciones similares.
- ✓ El grupo mayoritario de contribuyentes el 90% corresponde a las personas naturales y han realizado trámites de declaración de impuestos durante los últimos seis meses.
- ✓ Cerca de la mitad un 49% de las personas que realizan declaraciones tributarias lo hacen mensualmente y contrata o alguna vez ha contratado algún tipo de servicio relacionado con la asesoría tributaria,
- ✓ La mayoría de personas naturales y jurídicas están ubicadas en las cercanías de las oficinas del SRI. En el sector de Bellavista donde está ubicada la empresa Quality existen muy pocas empresas competidoras.

- ✓ En base a valores pagados por contratación de servicios los usuarios como personas naturales, tienen preferencia por la opción de pagar un promedio de 20 USD.
- ✓ A la mayoría de los interesados UN 83% no les importa el sitio donde están ubicadas las personas o empresas asesoras y prefieren que se les brinde el servicio a domicilio.
- ✓ Actualmente la capacidad de funcionamiento de Quality suple las necesidades requeridas y dispone de espacios físicos para ampliarse en el momento que la demanda así lo exija. El negocio se encuentra establecido en una zona muy cercana al centro de la Ciudad y centros de abastecimiento afines,
- ✓ Quality atiende a personas naturales y PYMES con los servicios de asesoría contable, financiera, declaraciones de impuestos de IVA, renta, Anexos. Aplicación de Normas NIIFs, Informes de Comisario y Gerente; Elaboración de pago y nóminas personal, Contratos de trabajo, Actas de finiquito y manejo con el portal del IESS.
- ✓ Del estudio financiero se concluye que el *valor presente del proyecto es igual a 92.213,76 dólares, como el $VAN > 0$, este indicador manifiesta que la implementación de la propuesta es viable o factible; la Tasa Interna de Retorno TIR es igual a 85,88%, como $TIR > TMAR (15\%)$, este indicador manifiesta que la implementación del proyecto es viable o factible;*
- ✓ *La relación de beneficio a costo B/C es igual a 1,40, como $B/C > 1$, este indicador manifiesta que la implementación del proyecto es viable o factible, ya que por cada dólar invertido el proyecto devuelve 1,40 dólares, generando un beneficio de 0,40 dólares; y la inversión inicial realizada para implementar y operar el proyecto, se recupera luego de un año y cinco meses, como $PRI < 5$ este indicador manifiesta que el proyecto es viable.*
- ✓ El margen de seguridad del proyecto es igual a 79,61%, lo que implica que únicamente utiliza el 21,39% de sus ventas para alcanzar el punto de equilibrio; manifestándose que el proyecto es de muy poco riesgo.

5.2. Recomendaciones

- ✓ El Plan Estratégico desarrollado para las actividades de la consultora Quality debe utilizarse y constituirse en un medio de consulta de alto nivel para que el negocio funcione acorde a estándares establecidos en la actualidad
- ✓ Dentro de Quality, el personal debe coordinar siempre todas las funciones que se requieren para obtener mejores resultados; esto se lograra mediante la realización de reuniones periódicas con el fin de que el personal conozca cada uno de los procesos que se están desarrollando con los diferentes clientes.
- ✓ Se recomienda establecer estrategias de captación de nuevos usuarios mediante publicidad; esto se obtendrá al aprovechar las bondades tecnológicas que nos brindan las redes sociales del momento en un corto plazo, a un mediano plazo se recomienda campañas de referidos y telemarketing, y a un largo plazo se recomienda una publicidad masiva.
- ✓ Se sugiere captar un mayor número de clientes considerados como Personas Naturales; ya que los procesos a ejecutarse en estos casos son cortos. De esta forma los procesos se terminan en un menor tiempo y obteniendo réditos rápidamente y sin mayor inversión.
- ✓ Quality debe considerar la creación de un fondo destinado para la capacitación de todo su personal; debido a que en el Ecuador existe un constante cambio en las leyes y procedimientos tributarios contables y laborales, el personal debe estar constantemente capacitado para brindar un servicio de alta calidad y profesional.
- ✓ Dadas las facilidades tecnológicas se recomienda incrementar el uso de las mismas con el fin de interactuar con mayor velocidad entre clientes y Quality sin descuidar ni olvidar la atención personalizada.
- ✓ Como los indicadores de evaluación financiera en conjunto, determinan que el proyecto es viable, y el análisis de riesgo y sensibilidad, que conlleva un riesgo bajo, por lo tanto se recomienda que sea ejecutado.

Bibliografía

- Aragón Rodríguez, M.J. (1994): Consolidación contable versus consolidación fiscal, Tesis Doctoral, Málaga.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (1995e), Ajustes por periodificación y cobros y pagos diferidos, Serie Principios Contables, Documento nº 7, AECA, Madrid.
- Besteiro Varela, M.A. Y Sánchez Arroyo, Gil (1993d): Supuestos de Contabilidad Financiera y de Sociedades II, Ediciones Pirámide, Madrid.
- Bhide, A. (1989): ¿Por qué no apalancar al máximo la empresa?, Harvard Deusto Business Review, primer trimestre.
- Braithwaite, R.B. (1965): La explicación científica, Tecnos, Madrid.
- Borello A. (2009). El plan de negocios. Guías de Gestión de la Pequeña Empresa. Edit. Marketing Publishing Center. México.
- Código tributario, codificación 9, Art. 15. Registro Oficial Suplemento 38 de 14 de Junio del 2005, insertas las reformas realizadas por la Asamblea Nacional Constituyente.
- Clement - Pool, Economía. Enfoque América Latina, Mc Graw Hill, México.
- Defosse, G. (1962): La Gestión Financiera de la Empresa, Ed. Ariel, Barcelona.
- Escalona Moreno, Iván, Evaluación de Proyectos: Estudio Económico y Evaluación Financiera (UPIICSA - IPN) Gestión Financiera, 03-2004
- González, María, Concepto de mercado y sus tipos, Microeconomía 07 / 2002.
- Juan Carlos Leiva Bonilla (2007). Los emprendedores y la creación de empresas. Instituto tecnológico de Costa Rica, primera edición. Costa Rica, pp. 232.
- Kushell, Jennifer. (2007). Solo para emprendedores, Ed. Norma. España.
- Larriba Díaz-Zorita, A, Evolución en España del tratamiento contable de las operaciones de arrendamiento financiero, Ensayos sobre Contabilidad y Economía, 1996
- Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y competitividad; República del Ecuador.
- Rojas L., Exploración al Diseño Experimental. (2000)Universidad Militar Nueva Granada. Facultad de Ingeniería Bogotá, pp. 55.
- Stanton, Etzel y Walker, Fundamentos de Marketing, 13a Edición, Pág. 569
- Vejarano G, (2009) Asignatura Metodología de la investigación, Maestría en Educación y Desarrollo Social. UTE. Quito.
- Constitución del Ecuador, Capítulo cuarto, Soberanía económica, Sección primera, Sistema económico y política económica, Art. 284
- Constitución del Ecuador, Capítulo cuarto, Soberanía económica, Sección primera, Sistema económico y política económica, Art. 285

- Mandato Constituyente No.1 publicado en el R.O. 223 del 30 de Noviembre de 2007
- Marketing, de Ricardo Romero, Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 9.
- Prácticas de la Gestión Empresarial, de Julio García del Junco y Cristóbal Casanueva Rocha, Mc Graw Hill, Pág. 3.
- Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Pág. 257.
- Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 110.
- Ley de Compañías del Ecuador.
- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio y competitividad; República del Ecuador.
- López -M. Eugenio. Prácticas de oficina, soledad; Ed. McGrawHill. Derecho empresarial, Ed. Edebé. Salamanca 1998,
- Banco Central del Ecuador, Estadística Económica 2010, Mayo 2011
- Mochón Morcillo, F.: Introducción a la Macroeconomía, 3ª edición. Ed. McGraw-Hill, 2005.
- CEPAL, Coyuntura Laboral del Ecuador, Marzo 2011
- Revista Economía Mundial 2010
- Kotler Philip, Amstrong Gary (2008) *Fundamentos de Marketing*. Sexta edición. Pearson educación. México, pp.160
- Kotler Philip, Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición, Prentice Hall, 2002, Págs. 200.
- Lamb Charles, Hair Joseph y Mc Daniel Carl, (2002) Marketing, Sexta Edición, de International Thomson Editores, pp.344.
- Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce (2004), Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, Mc Graw Hill, Págs. 337 y 339.
- Martínez Rafael (2009) Manual de contabilidad para PYMES. Editorial Club universitario. España, pp.9
- Kotler Philip, (2004) Marketing, Editorial Pearson Educación, S.A. Madrid-España, pagina 57.
- Hartline, Michael D. (2006) Estrategia de Marketing,, CengageLearning Editores S.A. México DF-México Pág.56-57
- Perloff Jeffrey, Microeconomía, Editorial Pearson Educación, Tercera Edición, España 2004.
- Serna Gómez, Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. Fondo Editorial RAM editores Cía. Ltda., Colombia, 1996.
- PERLOFF Jeffrey, Microeconomía, Editorial Pearson Educación, Tercera Edición, España 2004.

- Kotler Philip y Armstrong Gary, Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, ediciones Stanto, México, 2000,pág. 63
- Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, de Kotler y Armstrong, Prentice Hall, Pág. 353.
- Kotler Philip, Cámara Dionicio, Grande Idelfonso y Cruz Ignacio. *Dirección de Marketing*, Edición del Milenio, de, Prentice Hall, 2006, Pág. 98.
- Stanton, Etzel y Walker. Fundamentos de Marketing, 13a edición, de, McGraw Hill, 2007, Pág. 248.
- Arnoletto E.J. (2007) Administración de la producción como ventaja competitiva, pág. 96
- Ordenanza Municipal 74. División territorial del Cantón Cuenca. Publicada el día martes, Agosto 3, 1982
- Muñoz N. David. Administración de operaciones. Gengage Learning, México, 2009, pp.4
- Gaither Norman, Frazier Greg. *Administración de la producción y operaciones*, International Thompson editores, octava edición. 2000. España, pp. 5.
- Gaither Norman, Frazier Greg. Óp. Cit. pp.5
- Kaplan, Robert S & NORTON, D (2004) The Balanced Scorecard, página. 57
- Thompson, Arthur A. Administración estratégica., Pág. 35.
- SHECKTER GEORGE, Gestión Financiera de Proyectos, Prentice Hall, México DF, 2009
- INEC, Informe de estadísticas económicas, octubre 2011.

Internet

- Concepto y ley de la Oferta, Mi Tecnológico <http://www.mitecnologico.com>
- Diccionario letra, <http://asgconsultores.com/diccionario/letra/l.htm>.
- Fernández Pirla, J.M. (1983): Teoría Económica de la Contabilidad, ICE, Madrid.
- Giovanni Arrighi, *Adam Smith en Pekín. Orígenes y fundamentos del siglo XXI*, Akal, 2007, ISBN 978-84-460-2735-5, p.334-350
- Franco S., Cursos on-line (2009) emagister.com. Tomado de: http://www.emagister.com/cursos-gratis/emag_users/solicitudes/index.cfm
- Glosario Fiscal. Disponible: <http://www.observatoriofiscal.org/i.html> [Consulta: 7-septiembre-2011]
- <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/42/conmercadhel.htm>
- http://www.indepconsultores.com/web_v1/analisis.htm
- <http://emprendedor.unitec.edu/pnegocios/Estudio%20tecnico.htm>

- <http://asgconsultores.com/diccionario/letra/l.htm>
- *Ley de Régimen Tributario interno reformada, 2008. Disponible:*
www.sri.gov.ec/sri/baseLegal/gen.
- Mi Tecnológico Concepto y ley de la Oferta,
<http://www.mitecnologico.com/Main>.
- Quesnot, L. (1974): Administración Financiera, Labor, Barcelona.
- Weston-Brigham (1977): Las Finanzas en Administración, Ed. Interamericana, México. www.dspace.espol.edu.ec/bitstre
- Historia de Cuenca. http://www.cuenca.gov.ec/?q=page_situacion
- Diccionario de la Lengua Española, de la Real Academia Española, URL de la Página Web = <http://www.rae.es/>.
- Empresa. Organización de empresas. <http://www.mailxmail.com/curso-empresa-trabajo/empresa-clasificacion-segun-forma-juridica>
- Concepción de una microempresa,
<http://construirmicroempresa.blogs.ie/2009/04/23/definicion-de-microempresa/>
- www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ec.html,
Administración de riesgos,
http://www.deloitte.com/view/es_CR/cr/servicios/fas/index.htm
- SRI. Obligaciones tributarias. Disponible:
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/136@public> [acceso: viernes 2 de diciembre, 19Hoo]
- INEC <http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio>
- SRI recaudó USD 458 millones. disponible en:
<http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/88337-sri-recauda-usd-458-millones/>
[acceso; lunes 9 de abril 2012, 17hoo]
- Municipalidad de Cuenca. Guía de trámites. Disponible:
http://www.cuenca.gov.ec/?q=page_guiatrawww.produbanco.com (Tasa Pasiva de Interés para Pólizas de Acumulación Grupo Financiero Produbanco) [29 julio de 2012]
- Wikipedia, Oferta y Demanda,
http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta_y_demanda

Anexos

Anexo 1

Ubicación de la empresa “Quality Asesoría Tributaria y Contable”



Fuente: Google, Maps Satelitales Cuenca Avenue Héroes de Verdeloma, Cuenca, Azuay [En línea]. Disponible en: <https://maps.google.com.ec/maps?hl=es&q=google+maps+ecuador&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x902387dda89a4bd5:0x9d76af04119c3702,Ecuador&gl=ec&ei=H9e2UNvTJ46C8ATYqICwDQ&sqi=2&ved=0CCsQ8gEwAA> [Consulta. 07-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 2

Mapa de la provincia del Azuay



Fuente: Dirección Provincial de Educación del Azuay, Mapa del Azuay [En línea]. Disponible en: <http://www.educacion-azuay.gob.ec/dependencias.aspx> [Consulta. 15-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 3

Distribución de la población del cantón Cuenca, según parroquias

PARROQUIA	URBANO	RURAL	TOTAL
BAÑOS		16.851	16.851
CHAUCHA		1.297	1.297
CHECA (JIDCAY)		2.741	2.741
CHIQUINTAD		4.826	4.826
CUENCA	329.928	1.960	331.888
CUMBE		5.546	5.546
LLACAO		5.342	5.342
MOLLETURO		7.166	7.166
NULTI		4.324	4.324
OCTAVIO CORDERO PALACIOS		2.271	2.271
PACCHA		6.467	6.467
QUINGEO		7.450	7.450
RICAURTE		19.361	19.361
SAN JOAQUIN		7.455	7.455
SANTA ANA		5.366	5.366
SAYAUSI		8.392	8.392
SIDCAY		3.964	3.964
SININCAY		15.859	15.859
TARQUI		10.490	10.490
TURI		8.964	8.964
VALLE		24.314	24.314
VICTORIA DE PORTETE		5.251	5.251
TOTAL	329.928	175.657	505.585

Fuente: Eruditos; Distribución de la población del Cantón Cuenca según parroquias [En línea]. Disponible en: http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Poblaci%C3%B3n_del_Cant%C3%B3n_Cuenca_Urbana_Rural [Consulta. 30-13-2013]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 6

Tipos de Empresa

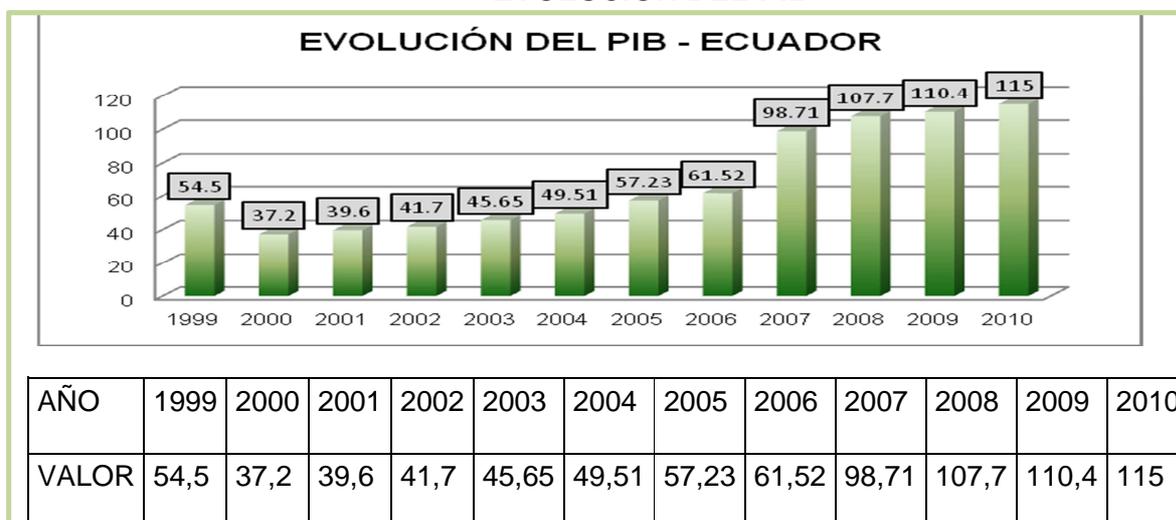
Pequeña y Mediana Empresa en el Ecuador	
Característica	
Microempresas:	Emplean hasta 9 trabajadores, y sus tramos de ingresos son de hasta 100 mil dólares.
Pequeña Industria:	Puede tener hasta 49 obreros
Mediana Industria:	Alberga de 50 a 199 obreros, y el tramo de ingresos no sobrepasa los 5 millones de dólares.
Grandes Empresas:	Son aquellas que tienen más de 200 trabajadores y más de 5 millones de dólares en tramos de ingresos
Las Pymes se caracterizan por el uso intensivo de la mano de obra, escaso desarrollo tecnológico, baja división del trabajo, pequeño capital, baja productividad e ingreso, reducida capacidad de ahorro y limitado acceso a los servicios financieros y no financieros existentes.	
Empresas por su Dimensión	
Las grandes	Tienen gran capacidad tecnológica, potencial humano y mayor cantidad de capital para cumplir con sus actividades.
Las medianas	Requieren de una mediana capacidad tecnológica, potencial humano e inversión de capital para cumplir con sus actividades.
Las pequeñas	No requieren de mucha capacidad tecnológica, potencial humano e inversión de capital.
Empresas por forma Jurídica	
Sociedad de Personas	Tienen como interés el socio y se forman entre dos o más personas, son igualmente responsables la administración está centralizada en ellos.
La compañía en nombre colectivo	Se contrae entre dos o más personas bajo una razón social. Con la agregación de las palabras "y compañía".
Compañía de responsabilidad limitada	Entre tres o más personas, responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, agrega "Compañía Limitada"
Compañía anónima	Sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, por aportación de los accionistas, responden únicamente por el monto de sus acciones, están sujetas a reglas de compañías mercantiles anónimas.
La compañía en comandita simple y dividida por acciones	Existe bajo una razón social, se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.
Empresas por sus Actividades Económicas	
Industrial	Son empresas que se encargan de la producción de bienes
Extractivas	Explotar diversos recursos naturales extrae la materia prima de su ambiente natural.
Manufactureras	Transforman la materia prima en productos terminados. Producen bienes de producción.
Comerciales	Función principal es la compra-venta de productos terminados y a la prestación de servicios.
Construcción	Se encargan de la fabricación de viviendas, edificios, etc.
Mercantiles	Llevan el producto final a los mayoristas o minoristas, obtienen un fin económico a través de un servicio prestado.
De Servicio	Realizan una actividad comercial, productiva y prestadora de servicios con fines de lucro.
De Servicios Financieros	Realizan una actividad comercial, prestadora de servicios de intermediación relacionados al ámbito de generación de valor a través del dinero.

Fuente: Capítulo 1

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 7

EVOLUCIÓN DEL PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador, Evolución del PIB 1999-2010 [En línea]. Disponible en: <http://www.bce.fin.ec/> [Consulta. 28-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 8

Composicion Porcentual del PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador, Composición Porcentual del PIB, [En línea]. Disponible en: <http://www.bce.fin.ec/> [Consulta. 28-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 9

Tasas de inflación año 2011 – 2012

FECHA	VALOR	
Febrero-28-2013	3.48 %	<p>Según las estadísticas obtenidas del Banco Central del Ecuador, los porcentajes de inflación tienen una variación entre 4,44% tomado en Enero del año 2010 y 4,28% en el mes de julio del 2011. A pesar de que el Ecuador, se encuentra en una economía dolarizada, los índices de inflación tienden a mantenerse en un promedio de 3,51% anual, variable que debe ser considerada al momento de realizarse cualquier planificación estratégica.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2004, fue de 1,94%, el valor más bajo registrado. • 2005, inflación del 4,36%, subió por el repunte de los bienes "no transables" y la entrega de los Fondos de Reserva. • 2006, inflación del 2,87% • 2007, inflación del 3,32%, los mayores crecimientos anuales de los bienes transables. • 2008, inflación del 8,83%, la reforma tributaria incidió por el incremento de los impuestos, y la grave crisis Económica Mundial, la inflación creció en tres veces el valor estimado. • 2009, la inflación aproximada fue (según el INEC) del 4.31%, si bien este valor es bajo, se debió al bajo poder adquisitivo de la gran mayoría de la población, que fue muy selectiva en la asignación del gasto. • 2010, la inflación anual fue del 3.33%, este dato es obtenido de Cifras económicas del Banco Central del Ecuador.
Enero-31-2013	4.10 %	
Diciembre-31-2012	4.16 %	
Noviembre-30-2012	4.77 %	
Octubre-31-2012	4.94 %	
Septiembre-30-2012	5.22 %	
Agosto-31-2012	4.88 %	
Julio-31-2012	5.09 %	
Junio-30-2012	5.00 %	
Mayo-31-2012	4.85 %	
Abril-30-2012	5.42 %	
Marzo-31-2012	6.12 %	
Febrero-29-2012	5.53 %	
Enero-31-2012	5.29 %	
Diciembre-31-2011	5.41 %	
Noviembre-30-2011	5.53 %	
Octubre-31-2011	5.50 %	
Septiembre-30-2011	5.39 %	
Agosto-31-2011	4.84 %	
Julio-31-2011	4.44 %	
Junio-30-2011	4.28 %	
Mayo-31-2011	4.23 %	
Abril-30-2011	3.88 %	
Marzo-31-2011	3.57 %	

Fuente: Banco Central del Ecuador, Tasas de Inflación 2010-2011 [En línea]. Disponible en: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion [Consulta. 01-04-2013]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 10

Tasas de interés activa y pasiva año- 2011 -2012

FECHA	VALOR
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %
Noviembre-30-2011	8.17 %
Octubre-31-2011	8.17 %
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %
Julio-31-2011	8.37 %
Junio-30-2011	8.37 %
Mayo-31-2011	8.34 %

Como medida de control de las tasas, se fijaron tope máximos obligatorios, éstos plantean dificultades para que el sector bancario micro financiero, pueda cubrir sus costos, lo que desalienta su crecimiento; así, los clientes pobres no tienen acceso a servicios financieros o deben recurrir a mercados de crédito informales (como los prestamistas locales), que son aún más caros, por lo que estas medidas han perjudicado a los grupos más vulnerables, en lugar de protegerlos, al restringir su acceso a servicios financieros.

Fuente: Banco Central del Ecuador, Tasa de Interés 2013. [En línea]. Disponible en: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa [Consulta. 2-03-20113]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 11

POBLACIÓN POR ÁREA

AÑO	URBANA	RURAL	TOTAL
2010	10.250.000	4.649.000	14.899.000
2015	11.028.000	4.908.000	15.936.000
AÑO	URBANA	RURAL	TOTAL
2010	68,80%	31,20%	100,00%
2015	69,20%	30,80%	100,00%

Fuente: INEC CPV 2010, Unidad de Antropología Nacional – MIES 2011, Población por Área; Disponible en: Biblioteca del INEC Cuenca, Dirección: Av. México y Av. Las Américas, edificio Gobierno Zonal 6, planta baja (ex CREA). Telf.: 2883090, 2886462; ext. 105, 106, 201. [Consulta. 28-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 12

Índices de Competitividad

PAIS	INDICE GLOBAL		INDICE DE TECNOLOGIA		INDICE DE INSTITUCIONES PUBLICAS		INDICE DE CONDICIONES MACROECONOMICAS	
	POSICIÓN	PUNTAJE	POSICIÓN	PUNTAJE	POSICIÓN	PUNTAJE	POSICIÓN	PUNTAJE
Chile	23	4,91	35	3,93	22	5,58	15	5,20
Mexico	55	3,92	57	3,39	71	4,03	43	4,35
El Salvador	56	3,86	70	3,09	54	4,45	57	4,03
Colombia	57	3,84	74	3,01	49	4,55	61	3,95
Brasil	65	3,69	50	3,51	70	4,06	79	3,50
Perú	68	3,66	75	3,01	59	4,27	70	3,71
Argentina	72	3,56	59	3,35	74	3,96	86	3,37
Panamá	73	3,55	65	3,17	75	3,9	74	3,60
Venezuela	89	3,22	72	3,03	106	3,23	85	3,39
Bolivia	101	3,06	108	2,42	84	3,71	103	3,05
Ecuador	103	3,01	100	2,61	113	2,93	80	3,50

Fuente: World Economic Fórum, Índices de Competitividad [En línea]. Disponible en:

<http://books.google.com.ec/books?id=GGYIY8GBmNkC&pg=PA21&dq=World+Economic+Forum++indices+de+competitividad+ecuador&hl=es&sa=X&ei=Aia4UPiVNYWm8gTAVoDQCg&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q=World%20Economic%20Forum%20%20indices%20de%20competitividad%20ecuador&f=false> [Consulta. 29-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 13

Cuenca dentro de la provincia del Azuay



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Mapa provincia del Azuay. Fascículo Cuenca. PDF. INEC 2001, Disponible en: Biblioteca del INEC Cuenca, Dirección: Av. México y Av. Las Américas, edificio Gobierno Zonal 6, planta baja (ex CREA).

Elaborado por: John Coronel e Ivan Astudillo

Anexo 14

Distribución de Territorio

VARIABLES GEOGRÁFICAS	LUGAR	EXTENSION
Provincia	Azuay	8, 639 km ²
Cantón	Cuenca	120 km ²

Fuente: Registro Municipio de Cuenca. Distribución de Territorio [En línea]. Disponible en: <http://www.cuenca.gov.ec/?q=system/files/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Cuenca%202020.pdf>. [Consulta. 07-12-2011]

Elaborado por: John Coronel e Ivan Astudillo

Anexo 15 Distribución de Población - datos 2010

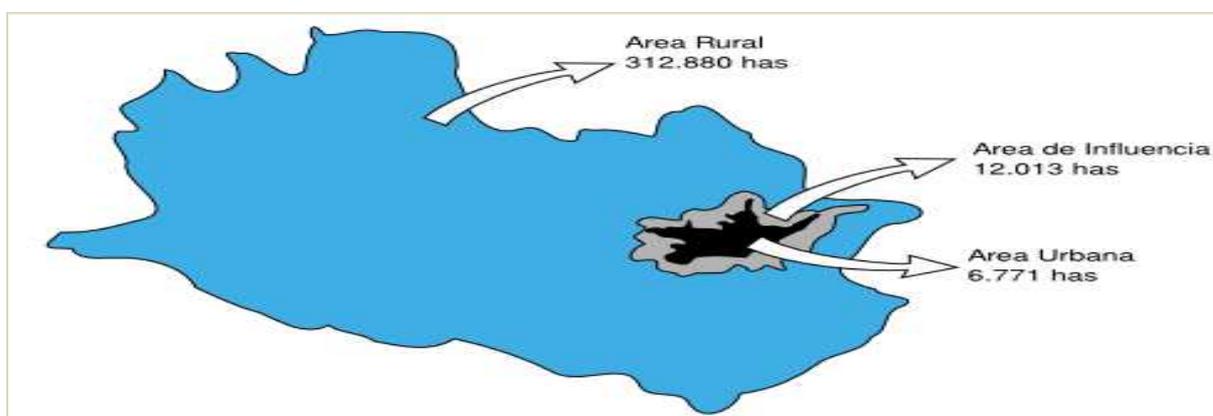
VARIABLES GEOGRÁFICAS	LUGAR	POBLACION
Provincia	Azuay	712.127 habitantes
Cantón	Cuenca	505.585 habitantes
Zona urbana	Cuenca	333.686 habitantes

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Distribución de Población. Disponible en: Biblioteca del INEC Cuenca, Dirección: Av. México y Av. Las Américas, edificio Gobierno Zonal 6, planta baja (ex CREA). Telf.: 2883090, 2886462; ext. 105, 106, 201. [Consulta. 8-12-2011]

Elaborado por: John Coronel e Ivan Astudillo

Anexo 16

División del Territorio del Cantón Cuenca



Fuente: Registro Municipio de Cuenca, División del Territorio del Cantón Cuenca, [En línea]. Disponible en: <http://www.cuenca.gov.ec/?q=system/files/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Cuenca%202020.pdf>. [Consulta. 07-12-2011]

Elaborado por: John Coronel e Ivan Astudillo

Anexo 17 Zonificación principales barrios de la Ciudad de Cuenca



Fuente: Google, Mapas Satelitales, Barrios de Cuenca [En línea]. Disponible en: <https://maps.google.com.ec/maps?hl=es&q=google+maps+ecuador&ie=UTF-8&hq=&hnear=0x902387dda89a4bd5:0x9d76af04119c3702,Ecuador&gl=ec&ei=H9e2UNvTJ46C8ATyqIcwDQ&sqi=2&ved=0CCsQ8gEwAA> [Consulta. 07-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 18 Parroquias Rurales del Cantón Cuenca

1 Molleturo	9 Octavio Cordero Palacios	17 El Valle
2 Chaucha	10 Sidcay	18 Santa Ana
3 Sayausi	11 Llacao	19 Tarqui
4 Chiquintad	12 Ricaurte	20 Victoria del Portete
5 Checa	13 Cuenca	21 Cumbe
6 San Joaquín	14 Paccha	22 Quingeo
7 Baños	15 Nulti	
8 Sinincay	16 Turi	

Fuente: Ilustre Municipalidad de Cuenca, parroquias rurales [En línea]. Disponible en: <http://www.municipalidadcuenca.gov.ec/> [Consulta. 10-12-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 19 Parroquias Urbanas del Cantón Cuenca

1 San Sebastián	6 El Sagrario	11 Hermano Miguel
2 El Batán	7 San Blas	12 El Vecino
3 Yanuncay	8 Cañaribamba	13 Totoracocha
4 Bellavista	9 Sucre	14 Monay
5 Gil Ramírez Dávalos	10 Huayna Cápac	15 Machángara

Fuente: Alcaldía de Cuenca, División Política, Parroquias Urbanas [En línea]. Disponible en: www.cuenca.gov.ec/?q=page_divisionpolitica [Consulta. 07-12-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 20 Segmentación Demográfica Cantón Cuenca

GÉNERO	Nº DE HABITANTES	PORCENTAJE
FEMENINO	266.088	53%
MASCULINO	239.497	47%
TOTAL	505.585	100%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010. Población Económicamente Activa, Disponible en: Biblioteca del INEC Cuenca, Dirección: Av. México y Av. Las Américas, edificio Gobierno Zonal 6, planta baja (ex CREA). Telf.: 2883090, 2886462; ext. 105, 106, 201. [Consulta. 8-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 21 Variable Geográfica y Demográfica

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
GEOGRÁFICAS	Zona urbana de Cuenca, Cantón Cuenca, Provincia del Azuay.
DEMOGRÁFICAS	Edad: público actividad económica activo Género: hombres, mujeres. Nivel Socio – económico: medio y alto.

Fuente: Schiffman & Kanuk, Segmentación del Mercado, [En línea]. Disponible en:

<http://books.google.com.ec/books?id=Wqj9h1xqW->

<http://books.google.com.ec/books?id=Wqj9h1xqW-IC&printsec=frontcover&dq=Schiffman+%26+Kanuk+variables+segmento+del+mercado&hl=es&sa=X&ei=0DK4UKuOEOGe9QSWIYDQBA&sqi=2&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=Schiffman%20%26%20Kanuk%20variables%20segmento%20del%20mercado&f=false> [Consulta. 15-12-2011]

Elaborado por: John Coronel e Ivan Astudillo

Anexo 22 Población económicamente activa de Cuenca 2010

Población	Habitantes	P.E.A 39%
Urbana	333.686	130.138
Rural	171.899	
Total	505.585	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010. Población Económicamente Activa, Disponible en: Biblioteca del INEC Cuenca, Dirección: Av. México y Av. Las Américas, edificio Gobierno Zonal 6, planta baja (ex CREA). Telf.: 2883090, 2886462; ext. 105, 106, 201. [Consulta. 8-11-2011]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 23

Se ha considerado de la totalidad de habitantes de la Ciudad de Cuenca (505.585) solamente a la P.E.A urbana (Población Económicamente Activa) que equivale a 130.138 habitantes que correspondería al universo (N), para de allí calcular la muestra a encuestar. Z es el valor estándar para el 90% de nivel de confianza E es el margen de error nivel de heterogeneidad es 50%

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

n=	?	$n = \frac{2,7225 * 0,5 * 0,5 * 130.138}{(0,0025 * 130.137) + (2,7225 * 0,5 * 0,5)}$
N=	130.138	
Z=	1,65	
P=	50%	$n = \frac{88.574,496}{326,023}$
Q=	50%	
E=	5%	
Nivel de confianza=	90%	$n = 272$

Por lo tanto, se deben realizar **272 encuestas.**

Anexo 24

Calculadora de muestras online

http://www.netquest.com/panel_netquest/calculadora_muestras.php

Anexo 25**ENCUESTA PARA CONTRIBUYENTES**

“Plan estratégico para que un negocio funcione como microempresa, prestando servicios de asesoramiento tributario y contable, con cobertura para la Ciudad de Cuenca”.

Introducción: Somos estudiantes de la Universidad Técnica Particular de Loja, y las respuestas a la presente encuesta, servirá para la realización de una Tesis de Grado. La información franca y real es fundamental, para obtener resultados actualizados. Muchas gracias.

Marque una X en el casillero correspondiente:

1. Sexo Masculino Femenino**2. Edad** 20-30 31-40 41-50 51-60**3. ¿Qué tipo de contribuyente es usted?** Persona Natural Sociedades o Instituciones sin fines de lucro Contribuyentes especiales o grupos económicos**4. ¿Con qué frecuencia visita las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI)?** Mensualmente Trimestralmente Semestralmente Anualmente Nunca**5. ¿Durante los últimos seis meses, que tipo de gestión ha realizado en las oficinas del SRI? Marque la más importante.** Declaración de impuestos Asesoría para llenar formularios tributarios Trámites administrativos Devolución de impuestos Obtener o actualizar el RUC Otros**6. ¿En qué sector de Cuenca tiene su actividad económica?** Bellavista El vecino San Sebastián Totoracocha El Batán Machángara Otro -resto de la Ciudad**7. ¿Contrata usted algún servicio de asesoría tributaria?** Si No**8. ¿En caso de haber contestado afirmativamente la pregunta anterior, diga con qué frecuencia lo hace?** Mensualmente Trimestralmente Semestralmente Anualmente**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en dólares por este servicio?** 5 -10 11-20 21-30 31-40 40 o mas**10. Cuando requiere de los servicios de una persona o empresa que le asesore a cumplir sus obligaciones tributarias, estas están ubicadas en:** Las intermediaciones del SRI Cerca de mi negocio En otro sitio de la ciudad**11. ¿Qué requisito principalmente exige usted a una persona o una empresa que presta servicios de asesoría tributaria?** Se encarguen de todo el tramite Me den un servicio a domicilio Solo me asesoren**12. ¿Cree usted que la persona o empresa que actualmente le presta asesoría tributaria cuenta con el respaldo profesional y seriedad requerida?** Si No

Fecha _____ (f) Encuestador _____

Anexo 26

Datos de resultados de la encuesta

Sexo del encuestado

Opción	Frecuencia	%
Masculino	129	47%
Femenino	143	53%
Total de encuestados	272	100%

Edad del encuestado

Opción	Frecuencia	%
20 - 30 años	41	15%
31 -40 años	117	43%
41 -50 años	87	32%
51 -60 años	27	10%
Total de encuestados	272	100%

¿Qué tipo de contribuyente es usted?

Opción	Frecuencia	%
Persona Natural	246	90%
Sociedad o instituciones sin fines de lucro	5	2%
Contribuyentes especiales o grupos económicos	21	8%
Total de encuestados	272	100%

¿Con qué frecuencia visita las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI)?

Opción	Frecuencia	%
Mensualmente	74	27%
Trimestralmente	18	7%
Semestralmente	92	34%
Anualmente	79	29%
Nunca	9	3%
Total de encuestados	272	100%

¿Durante los últimos seis meses, que tipo de gestión ha realizado en las oficinas del SRI? Marque la más importante.

Opción	Frecuencia	%
Declaración de impuestos	123	45%
Asesoría para llenar formularios tributarios	11	4%
Tramites administrativos	38	14%
Devolución de impuestos	4	1%
Obtener o actualizar el RUC	13	5%
Otros	83	31%
Total de encuestados	272	100%

¿En qué sector del norte de Cuenca tiene su actividad económica?

Opción	Frecuencia	%
Bellavista	99	36%
El Vecino	24	9%
San Sebastián	26	10%
Totoracocha	36	13%
El Batán	17	6%
Machángara	41	15%
Resto de la Ciudad	29	11%
Total de encuestados	272	100%

¿Contrata usted algún servicio de asesoría tributaria?

Opción	Frecuencia	%
Si	267	98%
No	5	2%
Total de encuestados	272	100%

¿En caso de haber contestado afirmativamente la pregunta anterior, diga con qué frecuencia lo hace?

Opción	Frecuencia	%
Mensualmente	134	49%
Trimestralmente	0	0%
Semestralmente	52	19%
Anualmente	86	32%
Total de encuestados	272	100%

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en dólares por este servicio?

Opción	Frecuencia	%
5 -10 USD	22	8%
11 - 20 USD	131	48%
21 -30 USD	98	36%
31 - 40 USD	9	3%
40 USD o mas	12	4%
Total de encuestados	272	100%

Cuando requiere de los servicios de una persona o empresa que le asesore a cumplir sus obligaciones tributarias, estas deben estar ubicadas en:

Opción	Frecuencia	%
Las inmediaciones del SRI	19	7%
Cerca de mi negocio	26	10%
En otro sitio de la ciudad	227	83%
Total de encuestados	272	100%

¿Qué requisito principalmente exige usted a una persona o una empresa que presta servicios de asesoría tributaria?

Opción	Frecuencia	%
Se encarguen de todo el tramite	33	12%
Me den un servicio a domicilio	225	83%
Solo me asesoren	14	5%
Total de encuestados	272	100%

¿Cree usted que la persona o empresa que actualmente le presta asesoría tributaria cuenta con el respaldo profesional y seriedad requerida?

Opción	Frecuencia	%
Si	267	98%
No	5	2%
Total de encuestados	272	100%

Fuente: Encuestas a contribuyentes

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 27 Ubicación geográfica de la Parroquia Bellavista



Fuente: Ilustre Municipalidad de Cuenca, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cuenca [En línea]. Disponible en: <http://www.municipalidadcuenca.gov.ec/> [Consulta. 12-06-2012]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 28 Contribuyentes del Azuay

CONTRIBUYENTES ACTIVOS	CANTIDAD	%
CONTRIBUYENTES CANTON CUENCA	33.986	51,86
CONTRIBUYENTES CANTONES DE CUENCA	31.549	48,14
TOTAL PROVINCIA DEL AZUAY	65.535	100,00
PERSONAS Y EMPRESAS QUE SE DEDICAN A BRINDAR ASESORAMIENTO TRIBUTARIO Y CONTABLE (*)	729	
(*) OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS A LA CONTABILIDAD, AUDITORIA Y ASESORAMIENTO FISCAL		

Fuente: SRI.Cuenca;.Contribuyentes.activos.[En.línea].Disponible.en: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92> [Consulta. 04-10-2012]

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 29**Ejes estratégicos de distribución**

EJE ESTRATÉGICO	CLASIFICACION	APLICACION
VENTAJA COMPETITIVA	Enfoque	Segmentar el target que está enfocado al sector de servicios contables y tributarios, el mismo que está en crecimiento continuo para posicionarse en la mente del consumidor.
CRECIMIENTO	Intensivo	Posicionarse en la mente del cliente en el sector de servicios contables y tributarios a nivel local y regional con los clientes actuales, desarrollando una promoción del producto.
COMPETITIVIDAD	Especialista	Buscar pequeños mercados objetivos en donde se pueda actuar como líder especializándose en el servicio contable y tributario y en el target definido buscando rentabilidad y sustentabilidad.

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: John Coronel e Ivan Astudillo

Anexo 30 Costos de servicios que ofrece Quality frente a su competencia

Servicios	Número de trabajos al mes Quality	PRECIOS QUALITY	PRECIOS COMPETENCIA
Informe de Comisario e informe al Gerente	2	300,00	500,00
Aplicación de NIIFS	5	30,00	45,00
Informe a Superintendencia de Compañías	5	15,00	25,00
Declaración IVA	45	10,00	20,00
Declaración Retención en La Fuente	15	10,00	20,00
Relación de Dependencia	20	10,00	20,00
Anexo Transaccional	15	40,00	60,00
Elaboración y pago de nómina de personal.	2	10,00	20,00
Elaboración contratos de trabajo, actas de finiquito	3	10,00	20,00
Manejo portal del IESS	3	10,00	20,00
Declaración anual Impuesto a la Renta	45	15,00	30,00
Revisión y Control Contabilidad	3	50,00	80,00
Elaboración Contabilidad Empresa pequeña	5	100,00	150,00 a 250,00
Elaboración Contabilidad Empresa mediana	1	150,00	250,00 a 500,00
Elaboración Contabilidad Empresa grande	1	275,00	500,00 a 1000,00
Gastos personales	11	20,00	30,00
Declaración Patrimonial	2	20,00	30,00
REOC	2	10,00	25,00
Informe de Ingresos y Gastos	19	10,00	20,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 31
Detalle de Infraestructura y Equipos

Nº	Descripción	Precio	Total
1	Edificación para oficina	5.000,00	5.000,00
1	Terreno (si hay)	0,00	0,00
OBRAS CIVILES SUMAN			5.000,00
1	Gran Vitara Chevrolet 2012	23.490,00	23.490,00
VEHICULOS SUMAN			23.490,00
2	Estante	100,00	200,00
2	Estantes ajustables	70,00	140,00
2	Silla de espera	35,00	70,00
2	Basurero	20,00	40,00
2	Silla a gas de oficina	50,00	100,00
1	Sillón a gas	110,00	110,00
1	Escritorio	150,00	150,00
1	Estación de Trabajo	250,00	250,00
1	Mesa computadora	100,00	100,00
1	Archivero 3 gavetas	90,00	90,00
1	Biblioteca elevada	95,00	95,00
MUEBLES Y ENSERES SUMAN			1.345,00
1	Basurero	20,00	20,00
1	Botellón de agua	10,00	10,00
1	Extintor	50,00	50,00
1	Cafetera Oster	85,00	85,00
1	Minicomponente Aiwa	90,00	90,00
OTROS ACCESORIOS DE OFICINA SUMAN			255,00
2	Computadores marca Dell	725,00	1.450,00
1	Laptop marca Acer Aspire	1.200,00	1.200,00
1	Impresora multifunción Epson	135,00	135,00
1	Impresora láser Samsung ML 1660	110,00	110,00
2	Teléfono inalámbrico	60,00	120,00
5	Memory USB	17,00	85,00
3	SD Card	14,00	42,00
1	CD x 50	6,00	6,00
1	DVD x 25	4,00	4,00
CENTRO DE COMPUTO SUMAN			3.152,00
1	Escoba	4,00	4,00
1	Trapeador	4,00	4,00
1	Recogedor	3,00	3,00
1	Basurero grande	4,00	4,00
1	Jabón	3,00	3,00
3	Toalla	3,00	9,00
1	Gel antibacterial	5,00	5,00
3	Papel higiénico	3,00	9,00
UTILES DE LIMPIEZA SUMAN			41,00
9	Archivadores grandes x 2	3,50	31,50
4	Archivadores pequeños x 2	1,95	7,80
2	Blocks de facturas 100 x 1/4 OFC. P.Q	12,00	24,00
3	Caja de clips	1,25	3,75
2	Porta clips	1,15	2,30
1	Caja de mariposas	1,75	1,75
2	Caja de grapas	2,15	4,30
4	Resmas papel A4 75g/m2 x 500	3,27	13,08
2	Block notas	0,80	1,60
12	Esferográficos	1,26	15,12
12	Lápices	0,25	3,00
1	Sacapuntas de escritorio	13,00	13,00
1	Pizarra tinta liquida 0,80 x 0,60	45,00	45,00
1	Borrador tinta liquida	0,65	0,65

3	Marcadores borrables	1,62	4,86
4	Borradores	1,85	7,40
2	Grapadora	6,70	13,40
1	Saca grapas	2,75	2,75
2	Perforadora	8,60	17,20
1	Pizarra de corcho 0,40 x 0,60	16,00	16,00
1	Caja estoperoles pequeños	0,32	0,32
1	Sobre manila A4 x 100	20,00	20,00
1	Sobre oficio x 100	3,00	3,00
UTILES DE OFICINA SUMAN			251,78
TOTAL			33.534,78

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 32 Leyes Conexas

A continuación se detalla un resumen de los principales cambios tributarios de las últimas leyes y reglamentos vigentes en el Ecuador.

- o Ley Reformatoria para la equidad tributaria del Ecuador (3er Sup. R.O 242-3-S del 29/Dic/07)
- o Reglamento de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno – LORTI (Sup. R.O 337 del 15/May/08)
- o Ley Orgánica reformativa e interpretativa de la LORTI y LET (Sup. R.O 392 del 30/Jul/08)
- o Ley reformativa a la LORTI y LET (Sup. R.O. 497 del 30/Dic/08)
- o Ley reformativa a la LORTI y Ley de equidad tributaria (Sup. R.O 94 del 23/Dic/09)
- o Nuevo Reglamento de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno – LORTI h (Sup. R.O 209 del 08/Jun/10).
- o Reglamento de Comprobantes de venta y retención (R.O 247 del 30/Jul/10)
- o Ley reformativa a la Ley de Hidrocarburos y LORTI (Sup. R.O 247. Del 27/Jul/10)
- o Reformas a Reglamentos LORTI, Impuesto a la salida de divisas e impuesto a las tierras rurales (R.O 434 del 26 abr/11)

Anexo 33 INVERSIÓN INICIAL EN CAPITAL DE TRABAJO E INVERSIÓN INTANGIBLE

CONCEPTO	VALOR
Constitución de compañía	800,00
Registros varios	350,00
Desarrollo y registro de marca	400,00
SUB TOTAL INVERSIÓN LEGAL	1.550,00
Sistema gestión financiera/ operativa	1.500,00
Página Web	750,00
SUB TOTAL INVERSIÓN SOFTWARE	2.250,00
INVERSIÓN INICIAL EN CAPITAL DE TRABAJO	
CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR
Sueldos y beneficios del personal	1.307,04
Gastos generales	217,00
Varios	0,00
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	1.524,04
TOTAL	5.324,04

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 34

GASTOS DE SERVICIOS BASICOS MENSUALES			
Nº	Concepto	Costo	Total
1	Agua	12,00	12,00
1	Luz	80,00	80,00
1	Teléfono + Celular	80,00	80,00
1	Internet	45,00	45,00
SUMAN			217,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 35

GASTOS OPERATIVOS LEGALES	
CONCEPTO	VALOR
PATENTE MUNICIPAL	58,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS	12,00
MATRICULA COLEGIO DE CONTADORES	50,00
SUMAN	120,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 36

COSTOS OPERATIVOS DE ACCION ESTRATEGICA	
CONCEPTO	VALOR
CANALES DE COMUNICACIÓN	240,00
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	1.000,00
DOMINIO PORTAL WEB	0
SUMAN	1.240,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: John Coronel e Iván Astudillo

Anexo 37

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO																			
EN CIFRAS COMPLETAS US\$	CAPITAL SOCIAL			RESERVAS			INTEGRALES				ACUMULADOS						TOTAL PATRIMONIO		
	301	302	303	30401	30402	30501	30502	30503	30504	30601	30602	30603	30604	30605	30606	30607		30701	30702
SALDO AL FINAL DEL PERÍODO	400,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-250,00	0	0	0	0	0	0	-91,97	58,03
SALDO REEXPRESADO DEL PERÍODO INMEDIATO ANTERIOR ANTERIOR	400,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-250,00	0	0	0	0	0	0	0	150,00
SALDO DEL PERÍODO INMEDIATO ANTERIOR	400,00	P	P	P	P	P	P	P	P	P	-250,00	D	D	P	D	D	P		150,00
CAMBIOS EN POLÍTICAS CONTABLES:						P	P	P	P			D							0
CORRECCION DE ERRORES:						P	P	P	P			D							0
CAMBIOS DEL AÑO EN EL PATRIMONIO:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-91,97	-91,97
Aumento (disminución) de capital social	D																		0
Aportes para futuras capitalizaciones		D																	0
Prima por emisión primaria de acciones			P																0
Dividendos										N								N	0
Transferencia de Resultados a otras cuentas patrimoniales				P	P					N								N	0
Realización de la Reserva por Valuación de Activos Financieros Disponibles para la venta						N				P									0
Realización de la Reserva por Valuación de Propiedades, planta y equipo							N			P									0
Realización de la Reserva por Valuación de Activos Intangibles								N		P									0
Otros cambios (detallar)				D	D	D	D	D	D	D								D	D
Resultado Integral Total del Año (Ganancia o pérdida del ejercicio)																		P	-91,97

Anexo 38

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

Anexo 39

$$\text{Margen de Seguridad} = \frac{\text{Ventas Planificadas} - \text{PE}(\$)}{\text{Ventas Planificadas}}$$

Anexo 40 Cálculo de indicadores de evaluación del proyecto

Para evaluar la factibilidad de ejecutar el proyecto, se han aplicado 4 indicadores básicos: VAN, TIR, PRI y la relación de Beneficio a Costo B/C.

- **Valor Actual Neto VAN**, mide la rentabilidad de la inversión en valores absolutos, como una cantidad de dinero; esta cantidad resulta de la diferencia entre los ingresos y egresos actualizados a una cierta tasa de interés.
- **Tasa Interna de Retorno TIR**, mide el retorno que tendrá una inversión, es decir la cantidad ganada en proporción directa al capital invertido; es por concepto la tasa que hace que el VAN sea igual a cero.
- **Período de Recuperación de la Inversión**, mide el tiempo que se requiere para recuperar la inversión realizada para implementar el proyecto.
- **Relación de beneficio a costo (B/C)**, determina el ingreso en dólares que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto.

Para calcular el VAN, se actualizan los flujos de caja, por medio de la fórmula:

$$VA = \frac{VF}{(1+i)^n}$$

Donde:

VA = Valor presente del flujo de caja

VF = Valor futuro o estimado del flujo de caja

n = el año desde el cual se actualiza el flujo

i = tasa de descuento fijada para actualizar los flujos

Al disponer de los flujos actualizados VA_j , para calcular el VAN de aplica la fórmula:

$$VAN = -E_0 + \sum_{j=1}^n \frac{VA_j}{(1+i)^j}$$

E_0 = Inversión inicial total realizada para implementar el proyecto.

Para calcular la TIR, se utiliza el método de interpolación lineal, para lo cual se determinan dos tasas de descuento una menor y una mayor, de tal forma que ellas originen un VAN positivo y otro negativo, respectivamente; como por el TIR es la tasa que hace que el VAN es cero, para calcularlo se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = I_{menor} + \left(\frac{I_{MAYOR} - I_{menor}}{VAN_{I_{MAYOR}} - VAN_{I_{menor}}} \right) VAN_{I_{menor}}$$

Dónde:

I_{menor} = valor impuesto como tasa menor.

I_{MAYOR} = valor impuesto como tasa mayor.

$VAN_{I_{menor}}$ = VAN calculado con la tasa menor.

$VAN_{I_{MAYOR}}$ = VAN calculado con la tasa mayor.

TIR - tasa interna de retorno.

Anexo 41 Método del Valor Actual Neto (VAN)

El criterio de análisis y decisión respecto a este indicador es:

- $VAN > 0 \Rightarrow$ el proyecto es rentable y por lo tanto viable.
- $VAN = 0 \Rightarrow$ el proyecto es rentable y viable, porque ya está incorporada ganancia de la tasa de descuento.
- $VAN < 0 \Rightarrow$ el proyecto no es rentable y por lo tanto no debe ejecutarse.

Anexo 42 Método de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

El criterio de análisis y decisión respecto a este indicador es:

- $TIR > TMAR \Rightarrow$ el proyecto es rentable y por lo tanto viable.
- $TIR = TMAR \Rightarrow$ el proyecto es rentable y viable, porque ya está incorporada ganancia de la tasa de descuento.
- $TIR < TMAR \Rightarrow$ el proyecto no es rentable y por lo tanto no debe ejecutarse.