

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

### **1.1. ANTECEDENTES**

Como un intento de respuesta a las crisis globales financieras, los organismos multilaterales de Crédito, los creados en el marco de los pactos económicos mundiales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), las Naciones Unidas, en general, las autoridades de los llamados países desarrollados crearon el concepto de Nueva Arquitectura Financiera Internacional, cuyo propósito era brindar transparencia en el ámbito del manejo económico, con el apoyo de empresas que se dedicarían a la Asesoría en el espacio de la Auditoría, Contabilidad y Tributación.

A nivel mundial desde hace mucho tiempo se ha reconocido a la consultoría de microempresas en general como un servicio profesional de gran utilidad para ayudar a los directivos de las organizaciones a identificar y definir los principales problemas que los afectan, para alcanzar sus propósitos fundamentales, objetivos emanados de la misión, analizar las causas que lo provocan, verificando las raíces a modo de proyectar acciones para su perfeccionamiento ayudando a su posterior implementación. La labor actual del consultor como "agente de cambio", implica la transferencia de conocimientos, como también la capacitación del personal de las organizaciones, de forma implícita o explícita.

Hoy en día también el Ecuador cuenta con consultoras dedicadas a apoyar el manejo contable tributario de los microempresarios; pues no se tiene la necesidad de estar sujetos a contratar empresas del exterior para el desarrollo de las actividades contables como tributarias, además de haberse constituido en un costo exorbitante que únicamente las grandes empresas podían contratarlo; en vista de lo mencionado gracias al enfoque de estudiantes que tienen la necesidad de buscar su propio medio de trabajo a más del deseo de explotar sus conocimientos, ya existen consultoras que se dedican a esta operación.

Independientemente de ello; en la ciudad de Latacunga a través de la investigación estudiantil se podrá también contar con este tipo de entidades. La acción de la consultora y el enfoque que generalmente se utiliza tiene como finalidad apoyar intensa como temporalmente a las microempresas.

## **1.2. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA**

GRAN, Plaza y JAMES, Ilustrado en el Diccionario Enciclopédico señalan que: òLa gestión es la acción y efecto de gestionar o de administrar, es ganar, es hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera.ö

En otra concepción gestión es definida como el conjunto de actividades de dirección y administración de una empresa.

La gestión administrativa y financiera es uno de los temas más importantes a la hora de tener un negocio ya que de ello va depender el éxito o fracaso de la empresa. En los años hay mucha competencia por lo tanto hay que retroalimentarse en cuanto al tema.

La tarea de construir una sociedad económicamente aventajada; normas sociales mejoradas y un gobierno más eficaz, es el reto de la gestión administrativa moderna.

La supervisión de las empresas está en función de una administración efectiva; en gran medida la determinación como también la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales, políticos descansa en la competencia del administrador.

En situaciones complejas, donde se requiera un gran acopio de recursos materiales como humanos para llevar a cabo empresas de gran magnitud, la administración ocupa una importancia primordial para la realización de los objetivos.

Este hecho acontece en la administración pública ya que dado su importante papel en el desarrollo económico y social de un país cada vez más acentuada de actividades que anteriormente estaban relegadas al sector privado, las maquinarias

administrativas públicas se han constituido en la empresa más importante de un país.

En la esfera del esfuerzo colectivo donde la administración adquiere su significación más precisa y fundamental ya sea social, religiosa, política o económica, toda organización depende de ella para llevar a cabo sus fines.

TERRY, George explica que: «La administración es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar, controlar, para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos además de otros recursos.»

### **1.3. PROCESO ADMINISTRATIVO**

AGUILAR, Rosa en el trabajo de Administración de Empresas, [en línea], versa: «El proceso de administración se refiere a planear, organizar la estructura de órganos como de cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades.» <<http://www.promonegocios.net/administracion/procesoadministrativo>> [Consulta: 2 de diciembre del 2008, 17:30]

Se ha comprobado que la eficiencia de la entidad es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores; ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean lograr, muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo.

En su concepción más sencilla se puede definir el proceso administrativo como la administración en acción, o también como: El conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

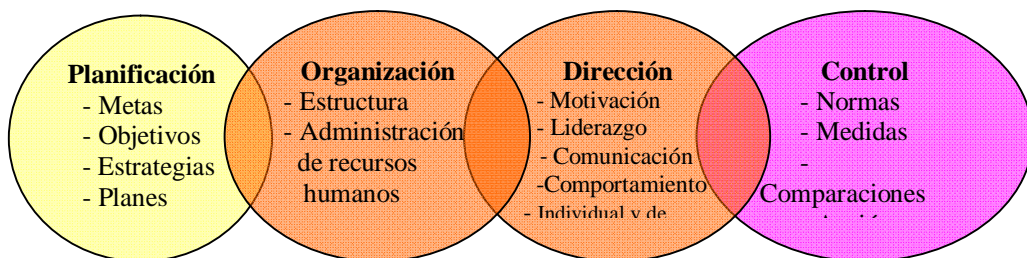
Cuando se administra cualquier empresa, existen dos fases: una estructural, en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos, y otra operativa, en la que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración.

A estas dos fases se les llama: mecánica y dinámica de la administración. Para este autor la mecánica administrativa es la parte teórica de la administración en la que se establece lo que debe hacerse, y la dinámica se refiere a cómo manejar el organismo social.

El proceso se da al mismo tiempo; es decir, el administrador realiza estas funciones simultáneamente, no son independientes, sino que están totalmente interrelacionados. Cuando una organización elabora un plan, debe ordenar su estructura para hacer posible la realización del mismo. Luego de la ejecución (o tal vez en forma simultánea) se controla que la realidad de la empresa no se aleje de la planificación, o en caso de hacerlo se busca comprender las causas de dicho alejamiento. Finalmente, del control realizado puede surgir una corrección en la planificación, lo que realimenta el proceso. En consenso la mayor parte de autores representan el proceso administrativo de la siguiente manera:

**Grafico No. 1**

**PROCESO ADMINISTRATIVO**



**Fuente:** STONER J., WANKEL C. Administración, Prentice-Hall, México, 1990.

La administración puede verse también como un proceso.

Según FAYOL, dicho proceso está compuesto por funciones básicas, las que a continuación se detallan:

### **1.3.1. Planeación**

Procedimiento para establecer objetivos y un curso de acción adecuado para lograrlos.

ABREU, Santiago de la Universidad Autónoma de Santo Domingo,[en línea], comenta: òPlanificar implica que los gerentes piensan con antelación en sus metas así como en sus acciones, basan sus actos en algún método, procedimiento o lógica, no en corazonadas. Los planes presentan los objetivos de la organización, establecen los procedimientos idóneos para alcanzarlos. Son la guía para que ésta obtenga y comprometa los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos.ö <santiagoabreu@hotmail.com> [Consulta: 2 de diciembre del 2008, 17:10]

Las tesis opinan que nada debe realizarse de forma empírica, al contrario todo se basa en planes, estudios además de proyecciones a corto y largo plazo, así de este modo se toman decisiones adecuadas al trabajo a realizar.

### **1.3.2. Organización**

Proceso para comprometer a dos o más personas que trabajan juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas.

Organizar es el proceso para ordenar así como distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la misma.

### **1.3.3. Dirección**

Función que consiste en dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea. En sí, tener el poder de convencimiento, persuasión ante la gente, además de la experiencia adherida al conocimiento profundo del trabajo a desempeñar.

### **1.3.4. Control**

Proceso para asegurar que las actividades reales se ajusten a las planificadas. El gerente debe estar seguro de los actos de los miembros de la organización que la conducen hacia las metas establecidas.

## **1.4. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

RUBIO, Pedro, en Wikipedia la Enciclopedia Libre, en el tema de Introducción a la Gestión Empresarial, [en línea], señala: òla administración de empresas, ciencia administrativa o simplemente administración, es una ciencia social que estudia la organización de las empresas, la manera cómo se gestionan los recursos, procesos así como también los resultados de sus actividades.ö [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) [diciembre del 2008, 16:30]

En pocas palabras se puede decir que administrar es planear, organizar, dirigir y controlar todos los recursos de un ente económico para alcanzar unos fines claramente determinados. Se apoya en otras ciencias como la economía, el derecho, la contabilidad para poder ejercer sus funciones.

La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones sean pequeñas, grandes lucrativas, no lucrativas, a las industrias manufactureras como a las de servicio.

### **1.4.1. Objetivos de la administración.**

1. Alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social.

*Eficacia.*- Cuando la empresa alcanza sus metas.

*Eficiencia.*- Cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.

2. Permitir a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
3. Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios.

### **1.4.2. Importancia de la administración.**

La administración es un órgano social específicamente encargado de hacer que los recursos sean productivos, refleja el espíritu esencial de la era moderna, es indispensable, esto explica por qué una vez fundada creció con tanta rapidez y tan poca oposición.

La administración busca el logro de objetivos a través de las personas, mediante técnicas dentro de una organización. Ella es el subsistema clave interno de un sistema organizacional. Comprende a toda organización y es fuerza vital que enlaza todos los demás subsistemas.

## **1.5. PROYECTOS**

Todo proyecto de inversión genera efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles. Estos últimos rebasan con mucho las posibilidades de su medición monetaria y sin embargo no considerarlos resulta

pernicioso por lo que representan en los estados de ánimo como la definitiva satisfacción de la población beneficiaria o perjudicada.

### **1.5.1. Proyecto de inversión**

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

### **1.5.2. Tipos de proyectos de inversión**

Tenemos los siguientes:

#### ***1.5.2.1. Proyecto de inversión privado***

Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios de la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generará el proyecto.

### **1.5.2.2. Proyecto de inversión pública o social**

Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminos evolutivos estarán referidos al termino de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

### **1.5.3. El proyecto está formado por tres estudios principales**

**Cuadro #.1**

#### **UN PROYECTO ESTÁ FORMADO POR TRES ESTUDIOS PRINCIPALES**

<b>PROYECTO DE INVERSIÓN</b>		
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>

**Fuente:** CIRCULO DE LECTORES (1991). Curso Básico de Administración. Editorial Norma. Colombia.

#### **1.5.3.1. Estudio de mercado**

El estudio de mercado determina cada uno de los agentes que participan en el mercado y que influirán en las decisiones a tomar. Así mismo, posibilita la obtención de información acerca del consumidor, sus necesidades, características; de modo que se pueda establecer los servicios, estrategias proyecciones de ventas y técnicas de servicio.

#### **1.5.3.2. Estructura de mercado**

Según SAMUELSON, en el libro de Fundamentos Económicos, duodécima edición, menciona: "Los mercados están divididos en dos tipos, los consumidores reales y los potenciales del producto que se va a ofertar. Los mercados son creaciones humanas y por lo tanto, imperfectos. Por eso se pueden modificar en función de sus fuerzas internas. Los mercados tienen reglas e incluso es posible para las empresas adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos.ö

El mercado está formado por distintos tipos de usuarios empresariales, como son:

- ✓ **Empresas para producir otros bienes y servicios:** ðCuando se adquiere de una empresa la materia prima necesaria para poder producir exhibir o enseñar los bienes o servicio a elaborar.
- ✓ **Para revender a otros usuarios empresariales o bien a los consumidores finales:** Cuando se dedica a la venta de un producto ya existe a los consumidores.
- ✓ **Para realizar las actividades de la organización:** Mc GRAW HILL, Stanton, en los Fundamentos de Marketing, edición 11, dice que es la: ðCompra de materiales complementarios para una actividad o servicio."

Las tesisistas creen que en el mercado empresarial nos encontramos con productos o servicios para el consumidor sean estas personas naturales o organizaciones, debemos mencionar que el consumidor promedio desconoce la existencia de este mercado; por ello tiende a subestimar la importancia de contar con empresas que les brinden asesoramiento en problemas tributarios que actualmente se presentan debido al estricto control que ejerce el Servicio de Rentas Internas.

Como lo sugiere SAMUELSON, en el libro de Fundamentos de Economía, duodécima edición:

- ✓ **Competencia perfecta:** ðUn mercado puramente competitivo es aquel en el cual la fijación del precio y el nivel de producción son consecuencia de las fuerzas impersonales de la oferta y la demanda, y no de las acciones individuales de oferta y demanda. Los economistas se refieren a una empresa individual en un mercado perfectamente competitivo como una entidad adoptadora de precios. La oferta y la demanda del mercado se definen como características separadas y diferentes, que se interaccionan para determinar la combinación precio-cantidad ofertada o demandada que representa el punto de equilibrio del mercado.

- ✓ **Monopolio:** Monopolista viene de la palabra griega mono, que significa uno y polista que significa vendedor. Actualmente los monopolios exclusivos son raros, en el caso de los servicios locales con monopolios por licencia (teléfono, gas, agua y electricidad) existe realmente un único vendedor de un servicio que no tiene ningún sustituto cercano.
  
- ✓ **Oligopolio:** Oligopolista significa pocos vendedores, existen dos tipos el oligopolista puede ser uno de los pocos vendedores que producen un producto idéntico (o casi idéntico), o el segundo tipo de oligopolio es el caso de unos pocos vendedores que venden productos diferenciados (en lugar de idénticos).
  
- ✓ **Competencia imperfecta:** Una empresa es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria. Las empresas concurrentes no actúan como precio-aceptantes, sino como precio-oferentes, puesto que, de alguna forma, imponen los precios que rigen en el mercado. Recuérdese que la característica fundamental de la competencia perfecta es que, debido a la diversidad de empresas participantes, ninguna tiene capacidad para incidir sobre los precios, de forma que actúan como precio-aceptantes.ö

Las tesis manifiestan de los antecedentes anteriormente mencionados podemos decir que la empresa de servicios tributarioófinanciero cumple con las características que se mencionan en la estructura de competencia perfecta, debido a que tanto la oferta como la demanda crecen al mismo tiempo y que existe la posibilidad de participar en este mercado; pero no es menos cierto que debemos tomar en cuenta que la oferta actualmente presentan una gran variedad de servicios. El servicio que se ofrece es homogéneo ya que todas las empresas pretenden solucionar problemas relacionados con tributos; además existe la libre entrada y salida de las empresas debido a que esto es una decisión independiente tanto del oferente como del demandante.

### ***1.5.3.3. Identificación del servicio***

En la Enciclopedia del Management, editorial Océano: "Se puede definir al servicio como cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra para satisfacer sus necesidades, esta actividad es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de algo. Producir un servicio puede o no requerir el uso de bienes tangibles; sin embargo cuando se requiere ese uso, no hay ninguna transferencia de título (propiedad permanente) asociada a estos bienes tangibles."

Se debe tener en claro que el servicio que se va a prestar involucra la asesoría tributaria-financiera y también la interacción con el cliente, para conocer sus necesidades y establecer estrategias de solución para las mismas, como valor agregado al servicio.

Las tesis creen que la empresa de asesoramiento Tributario ó Financiero sitúa sus servicios a todas las microempresas que se ubican en el sector comercial e industrial, sean estas de personas naturales o sociedades que estén localizadas dentro de los parámetros urbanos de la ciudad de Latacunga. Los servicios que la empresa proyecta prestar son:

#### ***1.5.3.3.1. Asesoría tributaria.***

Se orientada a hacer conocer a los contribuyentes las disposiciones tributarias vigentes en el país, con la finalidad de que cada norma de las leyes y reglamentos tributarios sean aplicados correctamente, para así cumplir con las obligaciones pertinentes de conformidad con lo establecido por el Servicio de Rentas Internas. La empresa consultora será responsable totalmente de las declaraciones fiscales.

#### ***1.5.3.3.2. Servicio financiero.***

Entregará asistencia y ayuda proporcionada a través de profesionales competentes en todo cuanto se refiere a la organización de los registros contables en función de las transacciones y operaciones que realiza el ente productivo traducidos en términos monetarios dentro de su actividad económica, es decir la implementación o mejoramiento del sistema contable.

Actualmente se determinan campos especializados en esta área de acuerdo al objetivo que se va a cumplir en cada caso, de tal manera se a enuncia los tipos de contabilidad que se pueden aplicar:

**Contabilidad comercial.-** Se utiliza en aquellas empresas que realizan operaciones de compra y venta de productos sin realizar modificaciones sustanciales; estas, colocan en los mercados productos, naturales, semi-elaborados o terminados a mayor precio del comprado, con la finalidad de tener una utilidad.

**Contabilidad de costos industriales.-** Tiene como objetivo registrar los costos de producción, como son, la materia prima, mano de obra y gastos de fabricación, para determinar el costo unitario del producto.

**Contabilidad de servicios.-** Determina los costos operativos en los que incurre la empresa o persona al proporcionar un servicio para satisfacer las necesidades de la colectividad, sea esta en alimentación, educación, recreación, transporte, salud, y otras actividades.

Para la prestación de estos servicios, se planifica las actividades que se realizan a fin de satisfacer las necesidades de información de cualquier empresa se realiza los siguientes procesos:

- ✓ Recopilar y clasificar la información.
- ✓ Codificar y elaborar el plan de cuentas.
- ✓ Contabilizar y registrar las transacciones.
- ✓ Procesar la información.
- ✓ Emitir Estados Financieros.

## **1.6. CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO**

Los servicios citados anteriormente tienen las siguientes características:

- ✓ **Intangibilidad.-** El servicio es algo que los clientes no pueden probar antes de comprarlo.

- ✓ **Inseparabilidad.-** Los servicios rara vez pueden separarse de su creador vendedor.
- ✓ **Heterogeneidad.-** Es imposible que una empresa de servicios, o incluso una empresa individual, pueda estandarizar su producción.
- ✓ **Variabilidad.-** La calidad del servicio depende de quién lo proporcione como, cuando y en donde.

Las tesis manifiestan que la empresa de asesoramiento Tributario ó Financiero, entregará un servicio intangible por no poder verificar el producto antes de su compra, ya que al realizar el proceso que va desde la venta hacia el pago de los impuestos se obtienen los resultados del servicio ofrecido, es inseparable ya que el personal que facilita el servicio tiene que tener un contacto permanente con el cliente pero no debe alejarse totalmente de la empresa por que esta da el respaldo de todas las actividades a realizarse.

Según Samuelson la satisfacción del cliente se mide mediante cinco dimensiones, y estas son:

- ✓ **Confianza:** La capacidad de dar lo que se promete, darlo de manera confiable y sin errores.
- ✓ **Profesionalismo:** El nivel de conocimiento, cortesía del personal y su capacidad de inspirar confianza y seguridad.
- ✓ **Tangibles:** Las instalaciones físicas, el equipo y la presentación de los empleados.
- ✓ **Empatía:** El nivel de interés y de atención personal que ofrecen los empleados.
- ✓ **Respuesta:** La disposición de ayudar a los clientes y de darles servicio rápidamente.

### **1.6.1. Clasificación por su uso y por su efecto**

- ✓ De consumo final,
- ✓ De consumo intermedio, y
- ✓ De capital.

Al analizar las características de las tres alternativas antes mencionadas, encontramos que la empresa de servicio Tributario ó Financiero se localiza en las empresas de consumo final; porque está orientada a prestar sus servicios a

microempresas de distintas actividades productivas, en la ciudad de Latacunga, a más de esto no se requieren de una transformación previa por la característica del servicio personalizado y especializado.

#### ***1.6.1.1. Efecto del servicio:***

Cuando un contribuyente se disponga a contratar el servicio de asesoría Tributaria financiera, obtendrá diversos beneficios en todas las áreas de la empresa; por ejemplo, se disminuirá los gastos por pago de multas, por declaraciones erróneamente presentadas en periodos anteriores, se dará solución a los problemas jurídicos que se presenten en las distintas áreas, para de esta manera lograr la plena satisfacción del cliente brindado un servicio de calidad.

### **1.6.2. Productos sustitutos o complementarios**

#### ***1.6.2.1. Servicios sustitutos:***

Los impuestos no tienen sustitutos porque son únicos tanto en su forma como en su fondo, ya que forman parte de una ley donde se estipulan sus características y ventajas, que son solo validas en el Ecuador, pero la prestación del servicio que va a ofrecer tiene sustitutos ya que esta empresa no participa solo en el mercado y existen varias empresas que brindan los mismos servicios.

Por eso se debe tener en cuenta que no son solo las empresas de asesoría tributaria las que ofrecen estos servicios, sino también los estudios jurídicos y las empresas de asesoría contable y de consultoría.

#### ***1.6.2.2. Servicios complementarios:***

CHAIN NASSIR, Sapag, en la Preparación y Evaluación de Proyectos: *“Son aquellos que se consumen en forma conjunta, y, por lo tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumente la cantidad consumida de otro y viceversa.”*

La empresa de servicios tributarios ofrecerá como servicios complementarios los siguientes:

- ✓ Cursos de capacitación.
- ✓ Cursos de actualización tributaria.
- ✓ Asesoría legal en constitución de empresas.

### **1.6.3. Investigación de mercado**

En la Enciclopedia del Management, editorial Océano se alude: "La investigación de mercados es la obtención, interpretación y comunicación de información orientada a las decisiones, la cual se empleará en todas las fases del proceso estratégico de marketing."

### **1.6.4. Objetivos del estudio de mercado**

- ✓ Identificar los componentes, características y procesos habituales del mercado de servicios de asesoría Tributario y Financiero.
- ✓ Determinar las características de los clientes potenciales identificando las necesidades y deseos a ser cubiertos por la empresa.
- ✓ Estimar el valor a pagar por parte de los potenciales clientes por un servicio diferenciado que se pretende ofrecer.
- ✓ Determinar el grado de satisfacción que la competencia brinda al cliente.

### **1.6.5. Segmentación del mercado**

La segmentación del mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños homogéneos. Cuando se segmenta lo primero que se identifica es la necesidad del cliente dentro de un submercado, estos segmentos individuales permiten un uso eficiente de los recursos.

A veces los mercados son segmentados de forma intuitiva, es decir un empresario confía en su conocimiento y experiencia.

#### **a) Identificar la corriente y potencial deseado que existen en un mercado:**

El sector microempresarial de Latacunga no posee un correcto proceso de declaración de los tributos, y la mayoría de microempresas poseen muchos inconvenientes en la elaboración de los estados financieros; de tal manera que se reconoce al sector como un corriente potencial consumidor del servicio que se pretende brindar.

#### **b) Identificar las características que distinguen a los segmentos:**

La característica principal de este segmento es la falta de conocimiento en los procesos tributarios, y financiero.

### **c) Determinar quién tiene cada necesidad:**

Este paso sirve para estimar la demanda de nuestros servicios, de modo que este pronóstico nos permita escoger el segmento más beneficioso.

Una vez identificado el mercado es necesario seleccionar el criterio de segmentación, y nuestro criterio de segmentación del mercado meta es por el tipo de actividad productiva que se desarrolla en la ciudad, y se encuentran legalmente registradas en el Ilustre Municipio de Latacunga.

Las tesis concluyen que no cabe duda, de que la segmentación del mercado es una de las principales herramientas estratégicas de la mercadotecnia, cuyo objetivo consiste en identificar y determinar aquellos grupos con ciertas características homogéneas (segmentos) hacia los cuales la empresa pueda dirigir sus esfuerzos y recursos (de mercadotecnia) para obtener resultados rentables.

Para ello, es de vital importancia que las empresa y organizaciones realicen una buena segmentación del mercado, eligiendo aquellos segmentos que cumplan los requisitos básicos (ser medibles, accesibles, sustanciales y diferenciales). De esta manera, las empresas y organizaciones gozarán de los beneficios de una buena segmentación del mercado que van desde mejorar su imagen al mostrar congruencia con el concepto de mercadotecnia hasta ser más competitivos en el mercado meta.

### **1.6.6. Oferta**

Al conjunto de productos y servicios que tiene la gente a su disposición, se le llama oferta, lo cual es muy importante conocer, porque también nos ayuda a definir qué vender, dónde vender, a qué precio vender, cuánto vender y cómo vender; el análisis de la oferta nos permite precisar:

- ✓ ¿Qué servicios y productos se están ofreciendo?
- ✓ ¿A quiénes se están ofreciendo?
- ✓ ¿Es mayor la oferta o la demanda?

- ✓ ¿En qué épocas se venden los productos y servicios que se ofrecen?
- ✓ ¿A qué precio se venden esos productos o servicios?
- ✓ ¿Quién ofrece esos productos o servicios?
- ✓ ¿Cuáles productos sustitutos se venden?
- ✓ ¿Cuáles formas de comercialización se usan en cada una de esas etapas?
- ✓ ¿Cuál es la mejor forma de comercialización de nuestro producto o servicio?
- ✓ ¿Habrá clientes suficientes para nuestro producto y el de la competencia?
- ✓ ¿De qué depende que podamos competir?
- ✓ ¿Quiénes son nuestra competencia?
- ✓ ¿Cuáles son sus características? servicios que promocionan, antigüedad de operación, tarifas y políticas de venta, ubicación, planes de acción, servicios que ofrece, imagen que proyecta?

### **1.6.7. Demanda:**

Esto nos sirve de base para pronosticar cuál parte de la demanda futura será cubierta por nuestro proyecto y cómo planear que los clientes de la competencia nos compren a nosotros. Puesto que no somos los únicos en producir este producto o brindamos este servicio, hay otros haciendo lo mismo, lo cual significa que estamos en competencia con ellos por los mismos clientes. Puntualizando lo siguiente:

- ✓ ¿Cuál es el mercado potencial al que le podemos vender?
- ✓ ¿Cuál es el grado de satisfacción que brinda el producto comprado?
- ✓ ¿Qué toma en cuenta la gente para elegir un producto?

- ✓ ¿Por qué un producto se vende más que otro?
- ✓ ¿Dónde viven nuestros posibles clientes?
- ✓ ¿Qué ingresos tienen?
- ✓ ¿Cómo podrían conocer nuestro producto?
- ✓ ¿Qué debemos hacer para que consuman más nuestro producto o servicio?

### **1.6.8. Demanda insatisfecha:**

Es aquella Demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

#### ***1.6.8.1. Una vez que hayamos definido la oferta y la demanda de productos y servicios, ¿qué nos interesa definir?***

- a. ¿Qué características debe tener nuestro servicio?
- b. ¿Cómo podemos diferenciarnos de los otros productos o servicios que se ofrecen?
- c. ¿Cuál es nuestro mercado meta?
- d. ¿A qué precios nos comprará?
- e. ¿Dónde comprará?
- f. ¿Por cuáles medios de comercialización comprará?
- g. ¿El mercado se comporta siempre igual o hay variantes?
- h. ¿Cuáles son los principales factores que influyen en ese comportamiento del mercado?
- i. ¿Hasta dónde podemos establecer alianzas con la competencia?

### ***1.6.8.2. Pronóstico de la demanda futura***

Pronosticar es el arte de estimar la demanda futura anticipando lo que probablemente harán los consumidores en un conjunto de circunstancias futuras. Muy pocos productos o servicios se prestan a una fácil pronosticación, y aquellos por lo que hacen por lo general incluyen un producto con ventas consistentes o en crecimiento, en una situación competitiva estable. Sin embargo, la mayoría de los mercados no tienen una demanda total o por compañía estable, de manera que el pronóstico se convierte en un factor clave para el éxito de las empresas.

Para KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary en el libro Marketing Versión para Latinoamérica de la editorial Pearson Prentice Hall décimo primera edición: "Las compañías suelen utilizar un procedimiento de tres etapas para calcular un pronóstico de ventas. Primero, las empresas realizan un pronóstico ambiental, seguido de un pronóstico de la industria y de un pronóstico de ventas de la compañía. El pronóstico ambiental requiere proyectar la inflación, el desempleo, las tasas de interés, el gasto y ahorro de los consumidores, la inversión productiva, los gastos del gobierno, las exportaciones netas y otros sucesos del entorno que son importantes para la compañía." Apéndice 2, A-15.

En base a ello se determina las técnicas comunes para el pronóstico de ventas:

<b>Con base en:</b>	<b>Métodos:</b>
Lo que la gente dice	Encuestas de intenciones de los consumidores Resumen de opiniones de la fuerza de ventas Opinión de expertos
Lo que la gente hace	Mercados de prueba
Lo que la gente ha hecho	Análisis de ventas previas Indicadores adelantados

### ***1.6.8.3. Tipos de pronóstico.***

Según GÓMEZ CEJA, Guillermo (1994) en su libro Planeación y Organización de Empresas. Mc Graw Hill Interamericana. México, escribe: "Es posible articular la diversidad de métodos e instrumentos para el pronóstico atendiendo a ciertos criterios."

- a. En primer lugar se les puede clasificar atendiendo a la diferencia entre métodos cuantitativos y métodos cualitativos. Entre los primeros se cuentan la →extrapolación y el pronóstico de →tendencias (a estos se les considera pronóstico en el sentido estricto del término). Entre los segundos, también denominados ñintuitivosö, se cuentan, por ejemplo, el →método Delphi y las →técnicas de escenario.
- b. En segundo lugar, los métodos de pronóstico pueden clasificarse según tipos de informaciones a obtener: si simplemente se trata de describir un estado futuro podrán emplearse métodos descriptivos ócomo el pronóstico de tendencias-; en cambio, si se quiere predecir otros factores y elementos del estado futuro, además de describir ese estado habrá que indagar qué factores o procesos condicionarán o provocarán esa situación, y entonces deberá emplearse algún método de exploración. Este los métodos de exploración cuantitativa se cuentan el pronóstico de statu-quo y →los modelos de simulación.
- c. Métodos para la preparación de decisiones de planificación: aquí hay que atender ante todo a los instrumentos que facilitan la comunicación entre los equipos y responsables de toma de decisiones de planificación, a los métodos para mejora de la ñparticipaciónö (de clientes, proveedores, socios, etc. en la empresa; de ciudadanos en procesos de la Administración; de afectados en otros planes como hospitales, enseñanza etc.).

Al pronosticar o calcular a cuánto ascenderán nuestras futuras ventas, podemos calcular cuánto será nuestra producción (cuántos productos necesitaremos producir), a cuánto ascenderán nuestros costos, qué cantidad de personal necesitaremos contratar, a cuánto ascenderá nuestra rentabilidad, etc.

Y de ese modo, lograr un mejor control, una mayor coordinación, minimizar riesgos, y todas las otras ventajas que conlleva una buena planificación.

## **1.7. ESTUDIO TÉCNICO**

El objetivo del estudio técnico es diseñar cómo se producirá aquel servicio que se va a prestar. Sea a través de una idea que se va a investigar cómo se hace con un producto o servicio. En el estudio técnico se define:

- ¿Dónde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto?
- ¿Dónde obtener los materiales o materia prima?
- ¿Qué máquinas y procesos usar?
- ¿Qué servicio de internet contratar?
- ¿Qué personal es necesario para llevar a cabo este proyecto?
- ¿En este estudio, se describe qué proceso se va a usar, y cuánto costará todo esto?

Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto o servicio del proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo realizable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

### **1.7.1. Puntos clave que se utilizarán en estudio técnico.**

- ✓ Ingeniería básica.
- ✓ Tamaño óptimo de la planta.
- ✓ Localización de la planta.
- ✓ Distribución de la planta.

✓ Análisis de la inversión.

El estudio técnico de la ingeniería de proyectos de inversión cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo.

Un proyecto de inversión debe mostrar, en su estudio técnico, las diferentes alternativas para la elaboración o producción del bien o servicio, de tal manera que se identifiquen los procesos y métodos necesarios para su realización, de ahí se desprende la necesidad de maquinaria y equipo propio para la producción, así como mano de obra calificada para lograr los objetivos de operación del producto, la organización de los espacios para su implementación, la identificación de los proveedores y acreedores que proporcionen los materiales y herramientas necesarias para desarrollar el producto de manera óptima, así como establecer un análisis de la estrategia a seguir para administrar la capacidad del proceso para satisfacer la demanda durante el horizonte de planeación. Con ello se tiene una base para determinar costos de producción, los costos de maquinaria y con los de mano de obra.

En la evaluación de proyectos se realiza en un primer momento el estudio de mercado donde se muestran las tendencias de la demanda, a partir de la identificación de las necesidades de los clientes reales y potenciales, la oferta real y proyectada del producto o servicio, así como la comercialización y la determinación de los precios de venta; a partir de estos elementos el siguiente momento es realizar el análisis del estudio técnico el cual proporciona información cuantitativa para determinar el monto de la inversión y los costos de operación necesarios para su desarrollo.

El Estudio Técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio.

BACA (2001), menciona: "En resumen, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto."

Elementos que constituyen un estudio técnico del análisis y evaluación de los proyectos de inversión:

### **1.7.2. Los objetivos:**

Son parte fundamental del estudio técnico por lo cual deben ser claros y precisos, a continuación se muestran los siguientes:

- ✓ Verificar si el producto o servicio a ofrecer se puede llevar a cabo; si se cuenta con la materia prima adecuada, los equipos y herramientas necesarias e instalaciones óptimas para su producción. Por lo que el estudio debe contener:
- ✓ Ingeniería básica: Descripción detallada del producto, incluyendo sus especificaciones, así como la descripción del proceso de manufacturación.
- ✓ Determinación del tamaño de la planta tomando en cuenta la demanda, la materia prima requerida, la maquinaria y equipo de producción, la capacidad instalada, incluyendo especificaciones de origen, cotizaciones, fechas de entrega y formas de pago.
- ✓ Localización de la planta, incluyendo un estudio de la macro y micro localización para identificar las ventajas y desventajas del mismo.
- ✓ Diseño de la distribución de la planta.
- ✓ Estimación de los costos de construcción de los edificios y mejoras al terreno.
- ✓ Estimación de los costos en los que se incurrirán para llevar a cabo la habilitación de la producción o comercialización del producto.

### **1.7.3. Ingeniería básica**

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

- ✓ **Descripción del producto:** La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos) que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación. En el caso de empresas de servicio, también se tiene que describir detalladamente en qué consiste dicho servicio.
- ✓

- ✓ **Descripción del proceso:** Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado. En él se pueden incluir tiempos y requerimientos y para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación.

### ***1.7.3.1. Determinación del tamaño óptimo del proyecto***

En este elemento del estudio técnico se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien por ello se debe tomar en cuenta la demanda y de esta manera determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

A continuación se muestran los factores que pueden apoyar a la determinación del tamaño óptimo del proyecto.

#### ***1.7.3.1.1. Localización y recursos***

Es el lugar en donde va a estar ubicada la oficina de la Consultora de Asesoramiento Contable y Tributario; en cuanto a los recursos son los que se utilizarán a lo largo de la creación de la misma.

#### ***1.7.3.1.2. Base legal***

Según el Banco Mundial, [en línea], iniciar un negocio en Ecuador requiere cumplir con 14 trámites, que incluyen desde un certificado de depósitos en el banco hasta registros en la Superintendencia de Compañías, SRI, Cámara de Comercio, Registro Mercantil, Seguridad Social, Ministerio de Trabajo y Municipio, entre otros.

Para realizar estos 14 trámites un empresario se demora en promedio 69 días hábiles, y el costo asciende a US\$ 2.200.ö <[www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org).> [Consultado: diciembre del 2008: 17:00]

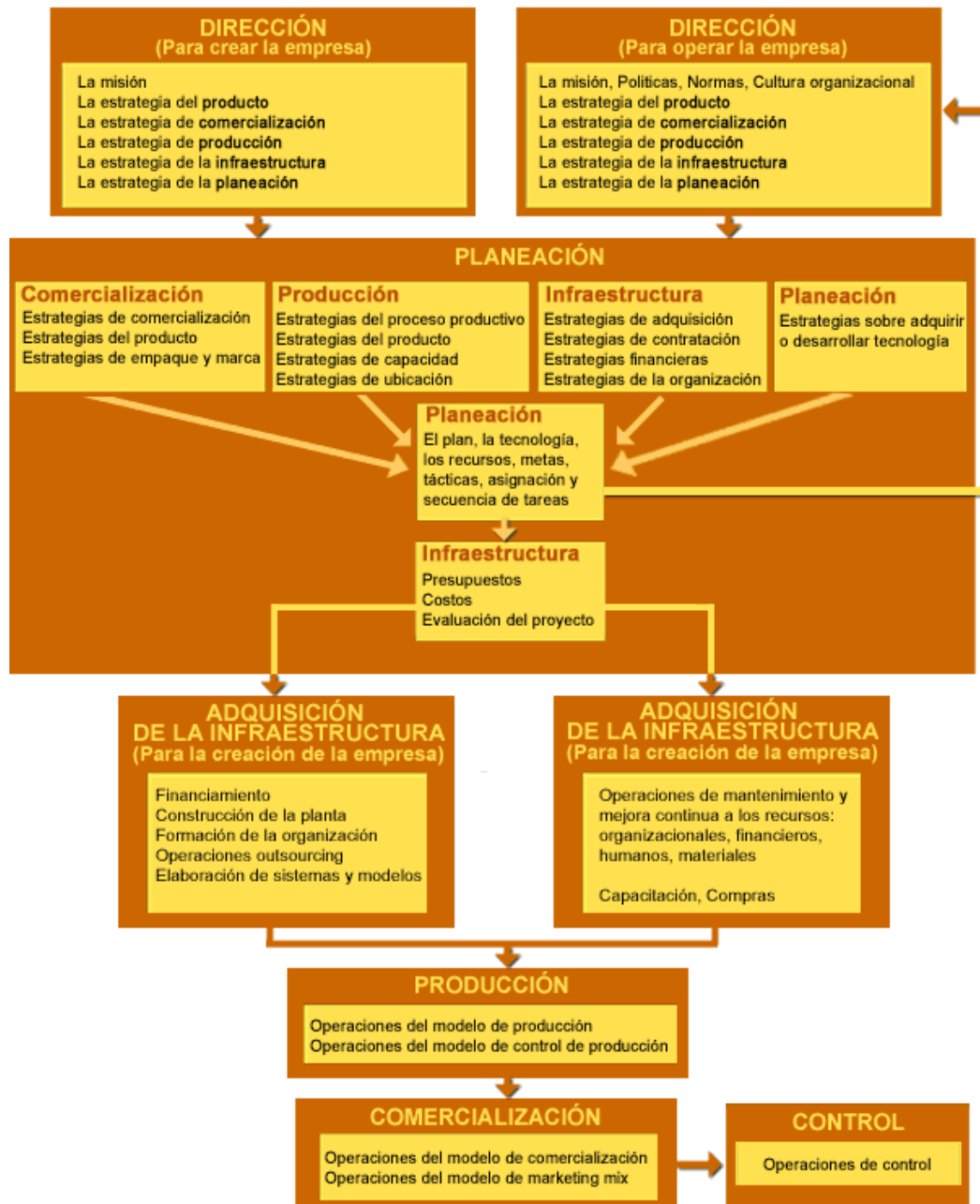
Fuentes locales indican que los procesos de constitución de empresas en Ecuador han mejorado consistentemente. ðEl tiempo promedio para constituir una empresa a través de los mecanismos de Ventanilla Única (VU) de las Cámara de Comercio

de y del Centro de Atención al Usuario de la Superintendencia de Compañías (SC), es de 30 días como máximo y 15 en promedio.

### 1.7.3.1.3. Esquema administrativo

#### Esquema #. 1

## LA OPERACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO



Fuente: <http://www.e-mexico.gob.mx/work/Cursos/administracion/artra/proadm/elprocad/procesoadmin.htm#esqpro>

## **1.8. ESTUDIO FINANCIERO**

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?.. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ingresos, inversión, gastos. ¿Qué salieron de los estudios anteriores? Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe acaparar más clientes, comprar máquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios, opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" además si es necesario encontrar otra idea de inversión.

### **1.8.1. ¿Cómo hacer las proyecciones financieras?**

La proyección financiera es un cálculo de cómo será la situación futura de la economía del proyecto. Es uno de los aspectos más importantes del estudio de factibilidad, pues nos dirá si el proyecto será sostenible económicamente y de ahí sabremos cuántas serán las utilidades o ganancias esperadas:

#### ***1.8.1.1. Cálculo de la rentabilidad de la inversión.***

Con la información acerca del monto de la inversión requerida y los flujos que genera el proyecto durante su vida útil se procede a calcular su rendimiento.

Período de recuperación de la inversión: consiste en determinar el número de períodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial. Para el ejemplo y suponiendo que cada período corresponde a un año, la inversión inicial se recuperara en aproximadamente 2.14 años.

### ***1.8.1.2. Cálculo del valor presente o actual neto***

Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos.

Si los beneficios actualizados son mayores que los costos actualizados, significa que la rentabilidad del proyecto es mayor que la tasa de descuento, se dice por tanto, que "es conveniente invertir" en esa alternativa.

Luego: Para obtener el "Valor Actual Neto" de un proyecto se debe considerar obligatoriamente una "Tasa de Descuento" (\*) que equivale a la tasa alternativa de interés de invertir el dinero en otro proyecto o medio de inversión. Si se designa como  $V_{Fn}$  al flujo neto de un período " $n$ ", (positivo o negativo), y se representa a la tasa de actualización o tasa de descuento por " $i$ " (interés), entonces el Valor Actual Neto (al año cero) del período " $n$ " es igual a:

$$VAN = \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

## **1.9. CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS**

Se tienen los siguientes:

### **1.9.1. Etapa de pre inversión**

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de este, en caso de llevarse a cabo.

En la fase de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos como financieros. Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, por el grado de confianza de los estudios mencionados.

#### ***1.9.1.1. Fases en la etapa de pre inversión***

La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases. Se entiende así las siguientes:

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

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

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

COLOMA, F., Evaluación social de proyectos de inversión, Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia, (1991) se cita: "La selección de los mejores proyectos de inversión, es decir, los de mayor bondad relativa y hacia los cuales debe destinarse preferentemente los recursos disponibles constituyen un proceso por fases." <andromeda\_vzl746@hotmail.com> [Consultada: 2 de diciembre del 2008, 18:00]

Se entiende así las siguientes:

- ✓ ***Generación y análisis de la idea del proyecto.***- La generación de una idea de proyecto de inversión surge como consecuencia de las necesidades insatisfechas, de políticas, de la existencia de otros proyectos en estudios o en ejecución, se requiere complementación mediante acciones en campos distintos, de políticas de acción institucional, de inventario de recursos naturales.

En el planteamiento y análisis del problema corresponde definir la necesidad que se pretende satisfacer o se trata de resolver, establecer su magnitud, establecer a quienes afectan las deficiencias detectadas (grupos, sectores, regiones o a totalidad del país). Es necesario indicar los criterios que han permitido descubrir la existencia del problema, verificando la confiabilidad además de la pertinencia de la información utilizada. De tal análisis surgirá la especificación precisa del bien que desea o el servicio que se pretende dar.

Asimismo en esta etapa, corresponde identificar las alternativas básicas de solución del problema, de acuerdo con los objetivos predeterminados. Respecto a la idea de proyecto definida en su primera instancia, es posible

adoptar diversas decisiones, tales como abandonarla, postergar su estudio, o profundizarlo.

- ✓ ***Estudio del nivel de perfil.***- En esta fase corresponde estudiar todos los antecedentes que permitan formar juicio respecto a la conveniencia y factibilidad técnico - económico de llevar a cabo la idea del proyecto. En la evaluación se deben determinar y explicitar los beneficios, costos del proyecto para lo cual se requiere definir previa así como precisamente la situación "sin proyecto", es decir, prever qué sucederá en el horizonte de evaluación si no se ejecuta el proyecto.

El perfil permite, en primer lugar, analizar su viabilidad técnica de las alternativas propuestas, descartando las que no son factibles técnicamente. En los proyectos que involucran inversiones pequeñas y cuyo perfil muestra la conveniencia de su implementación, cabe avanzar directamente al diseño o anteproyecto de ingeniería de detalle.

En suma del estudio del perfil permite adoptar alguna de las siguientes decisiones:

Profundizar el estudio en los aspectos del proyecto que lo requieran. Para facilitar esta profundización conviene formular claramente los términos de referencia.

Ejecutar el proyecto con los antecedentes disponibles en esta fase, o sin ellos, siempre que se haya llegado a un grado aceptable de certidumbre respecto a la conveniencia de materializarlo. Abandonar definitivamente la idea si el perfil es desfavorable a ella.

## CAPITULO II

### 2. *Breve Reseña Histórica*

En vista de la creciente demanda del mercado por servicios especializados en esta área y por ende, la necesidad de flexibilizar las operaciones, y en concordancia con la naturaleza de la actividad consultora, resultó idónea la creación de una empresa con autonomía, financiera, tributaria y con personería jurídica propia, que además de servir como instrumentos en la implantación de la política de generación de ingresos, para los nuevos profesionales y aportando al crecimiento del país.

La empresa de asesoramiento Tributario ó Financiero, sociedad Anónima será constituida el 10 de diciembre de 2012, en la ciudad de Latacunga con la accionista principales María Fernanda Vinueza y Soraya Verónica Zapata Jácome, prestaran servicios de asesoría, consultoría y adiestramiento a empresas públicas y privadas en general.

La empresa de asesoramiento Tributario ó Financiero SA. Está en capacidad de brindar asesoramiento adiestramiento y consultoría en materia relativa a asuntos financieros y tributarios, con la finalidad de elaborar, análisis financieros de la empresa además realizar declaraciones y coordinar otros estudios de auditorías y exámenes de estados financieros, y todo aquello que este dentro de las actividades de asesoramiento y capacitación.

#### ➤ **Misión**

La empresa de asesoramiento Tributario ó Financiero S.A. es una compañía privada, cuya misión está dirigida a ofrecer los servicios de, Asesoría y Consultoría financiera en la ciudad de Latacunga y en todo el territorio nacional de la República del Ecuador.

Su razón esencial es contribuir con el buen manejo de los recursos financieros y tributarios de las empresas pues son el pilar fundamental para el sustento del área administrativa, de producción y de recursos humanos, ya que a través del buen

manejo de estos recursos podemos mantener la solvencia económica de la empresa asegurando el buen vivir del personal que labora en estas entidades , al estimular la excelencia, financiera y tributaria en beneficio de los actores involucrados y del país.

#### ➤ **Visión**

Los servicios de asesoría, consultoría financiera y tributaria serán reconocidos en la provincia de Cotopaxi, o en la región y en el país, por entregar información correcta, oportuna y eficaz en el análisis financieros de las empresas que se estén evaluando, además de entregar las declaraciones tributarias de las mismas a tiempo, para esto contaremos con los mejores profesionales de la provincia y el país con una alta experiencia académica y profesional.

Cada uno de nuestros trabajadores, así como los miembros de la empresa siempre estarán en constante capacitación sobre las nuevas reformas tributarias, y sobre las nuevas herramientas financieras aplicables para un excelente manejo de las empresas de los sectores públicos y privados.

#### ➤ **Metodología y Técnicas**

La metodología de la investigación es una herramienta que facilita la tarea de investigación a través de un conjunto de pasos sistemáticos y métodos de investigación apropiados, los cuales se aplicarán según lo que se requiera en el estudio.

**Método Deductivo.** Aquel que partiendo del estudio de una ley o teoría universal consigue dar respuesta a fenómenos o hechos concretos.

**Método Inductivo.** Este método va de lo particular a lo específico o a un principio general.

Para recolectar la información se hace necesario de herramientas como las entrevistas, encuestas y otras en las que incluimos el tipo de información primaria y secundaria.

### **Fuentes primarias**

Entrega datos de primera mano, obtenidos para atender a una necesidad concreta de investigación. Están dadas por información disponible de la empresa como revistas, folletos, información de productos y servicios, etc.

Para obtener las fuentes primarias es necesario estar en contacto con el usuario o consumidor del producto, por esto para obtener información es necesario entrar en contacto directo lo cual se hace a través de tres formas:

1. Observación la cual se hace al acudir donde están los usuarios y observar su conducta.
2. Experimentación obtener información directa del usuario aplicando y observando cambios de conducta, por ejemplo cambios en la presentación de un producto y observar la reacción del comprador, el método experimental trata de descubrir relaciones causa- efecto, en este método el observador puede controlar y observar las variables que desee.
3. Acercamiento y observación directa con el usuario, la evaluación de un producto o servicio nuevo determina que le gusta al usuario consumir y cuales son los problemas actuales que hay en el ofrecimiento de los productos similares, para esto la mejor forma de saberlo es preguntar directamente a los interesados por medio de un cuestionario.

Esto se lo puede hacer a través de correo, teléfono o entrevistas personales.

### **Encuesta por correo.**

Es el formato de preguntas que se envía por correo y se solicita a los destinatarios su remisión una vez completados.

<b>Ventajas</b>	{	Costo reducido por no haber desplazamiento.
		Rapidez de realización.

**Desventajas**

- Escasa representatividad de la realidad de las preguntas recibidas
- Las respuestas no son emitidas exclusivamente por los sujetos de Investigación.

**Encuestas telefónicas.**

Se hace las encuestas a través de llamada telefónicas.

**Ventajas**

- Rapidez de realización.
- Facilidad de hacerlas en cualquier parte

**Desventajas**

- Respuestas erróneas.

**Encuesta Personal.**

Es la más utilizada, se la hace a través de una entrevista entre el encuestador y la persona encuestada.

En la investigación de mercado se va ha utilizar, el método de sondeo de opinión, puesto que los resultados al realizar este tipo de encuestas son muy exactos y beneficiosos para poder adoptar una decisión más acertada y segura.

**Ventajas**

- Se aclaran las dudas y respuestas en el acto.
- Se juzgan a la persona y se segmenta sus datos personales.
- La muestra queda perfectamente definida

**Desventajas**

- Costos elevados
- La aplicación y duración
- El riesgo de la influencia en la respuesta, por parte del entrevistador.

**Fuentes secundarias**

Es información ya existente que encontramos en bibliotecas, oficinas de censo, internet, fuentes de alguna empresa, que reprocesen en segunda mano, opiniones de profesionales, clientes, etc.

## 2.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la población indica el total del mercado a ser investigado, en el presente proyecto se tomará como universo las microempresas de Latacunga, que se encuentran legalmente registradas en la base de datos del Ilustre Municipio de Latacunga, que son alrededor de 4311 actividades productivas, detalladas en el ANEXO No.1

La muestra consiste en tomar una parte del universo o población que va a ser estudiado, para facilitar la investigación, ya que por falta de tiempo, presupuesto, logística, infraestructura y recursos es imposible estudiar a la totalidad.

Existen varias tipos de muestras entre estas tenemos las fundamentales que son:

- ✓ Muestras probabilísticas
- ✓ Muestras no probabilísticas

La diferencia principal entre las dos muestras radica en que el muestreo probabilístico hace factible determinar el margen de error, mientras que el no probabilístico no acepta la posibilidad de un margen de error. Fuente: Nociones de Metodología de Investigación Científica, Lic. Francisco Leiva Zea, Pag.26

Las muestras probabilísticas, se basa en el universo donde la probabilidad de ser parte de la muestra es posible, de esta manera la ventaja de que cualquier microempresa que este dentro de los rangos establecidos sea escogida.

Las principales muestras probabilísticas son:

- **Muestras aleatorias.**- Se busca al azar de la totalidad del universo, sin consideraciones de ninguna clase.

La fórmula para determinar el tamaño es:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} PQN}{\varepsilon^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

**De donde:**

n = Total necesario de la muestra (5575)

$Z_{\alpha/2}$  = Margen de confiabilidad (Si la confianza es del 95%,  $Z = 1,96$ )

- P = Probabilidad esperada (en este caso 70% = 0.7)
- Q = 1 ó p Probabilidad de que el evento no ocurra (1 ó 0.7 = 0.3)
- $\mathcal{E}$  = Precisión (en este caso deseamos un 5%)
- N = Tamaño de la población.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.7)(0.3)(4311)}{(0.05)^2(4311-1) + (1.96)^2(0.7)(0.3)} = 300.30$$

$$n = 300.$$

- **Muestras estratificadas.**- Son tomadas de diversos estratos en que se ha dividido el universo o población.

En la investigación de mercados del proyecto se empleará el muestreo estratificado donde se ha dividido al universo en estratos, en los cuales se realizarán las respectivas encuestas a varias microempresas que están registradas en el Ilustre Municipio de Latacunga, determinadas de una forma aleatoria.

## 2.2. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar una correcta investigación de mercados se deben emplear diferentes técnicas, entre las más importantes tenemos la siguiente:

### 2.2.1. La encuesta

Según el Lic. Francisco Leiva Zea, en el libro *Nociones de Metodología de Investigación Científica*, en la pág. 32 menciona: "Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales le interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario."

Para evaluar la factibilidad de crear la empresa de servicios tributario-financiero se determinó empleando el método de investigación a través de las encuestas, ya que con esto se reúne toda la información necesaria directamente de las personas que nos interesa conocer, de esta forma el cuestionario a ser aplicado, está dirigido a las microempresas del sector comercial e industrial de la ciudad de

Latacunga que se encuentran registradas en el Ilustre Municipio de Latacunga.  
Ver ANEXO 5.

### 2.2.2. Análisis e interpretación de resultados.

#### 1. ¿Quién se encarga de su contabilidad?

**Tabla #. 1**

#### PERSONA ENCARGADA DEL CONTROL CONTABLE

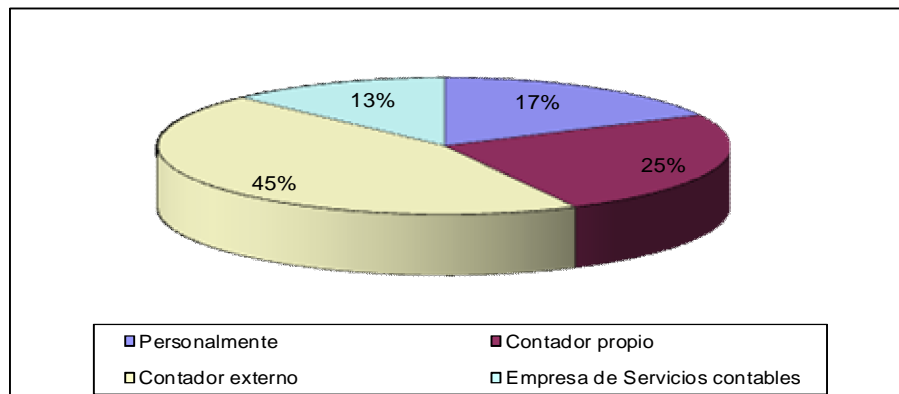
<b>VARIABLE: Persona encargada del control contable</b>		
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Personalmente	53	17,67%
Contador propio	75	25,00%
Contador externo	135	45,00%
Servicios contables	37	12,33%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Gráfico #. 2**

#### PERSONA ENCARGADA DEL CONTROL CONTABLE



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Se observa que 135 personas representando el 45% de los encuestados cuentan con un contador externo, los 75 individuos representados por 25% tienen un contador interno, el 18% elabora sus declaraciones en forma personal y el 13% contratan empresas que ofrecen servicios tributarios. En estos últimos rubros encontramos el mercado objetivo. Que se encuentra entre el 18% y el 13% de los encuestados.

## 2. ¿Grado de satisfacción del servicio?

Tabla #. 2

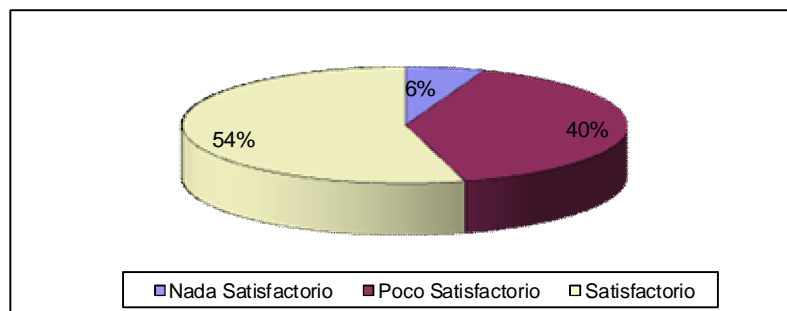
### GRADO DE SATISFACCIÓN CONTABLE

VARIABLE: Grado de satisfacción contable		
	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Nada Satisfactorio	12	6%
Poco Satisfactorio	84	40%
Satisfactorio	114	54%
TOTAL	210	100%

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 3

### GRADO DE SATISFACCIÓN CONTABLE



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Satisfacción con el servicio:** Se debe mencionar que solo las personas que contestaban que disponían de un contador externo o empresa de servicios de contabilidad daban una calificación al servicio obtenido de estas 210 negocios, el 54% estaba satisfecho, esto quiere decir que no poseían mayor problema con su contabilidad empero se debe tomar en cuenta que un 40% se encuentra poco satisfecho es ahí donde podemos encontrar deficiencias que deben ser cubiertas con un servicio completo, y el 6% nada satisfactorio.

3. ¿Cuál es la frecuencia del servicio que recibe?

Tabla #. 3

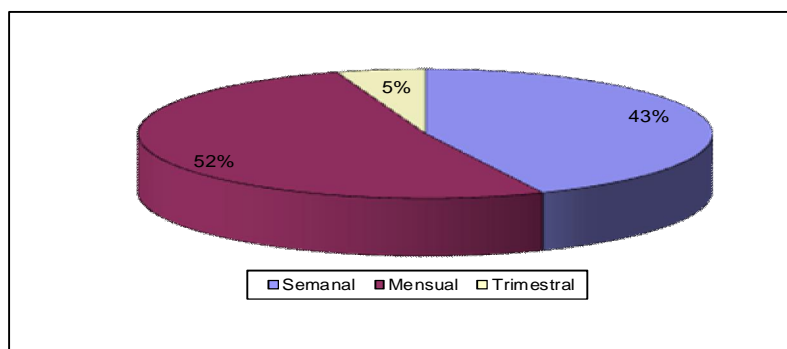
FRECUENCIA DEL SERVICIO

VARIABLE: Frecuencia del servicio		
	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Semanal	130	43%
Mensual	155	52%
Trimestral	15	5%
TOTAL	300	100%

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Grafico #. 4

FRECUENCIA DEL SERVICIO



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Frecuencia del servicio que recibe:** El servicio de contabilidad es imprescindible en una negocio ya que si no existiría el control sobre los ingresos sería imposible pagar deudas o presupuestar gastos, es por eso que el servicio de contabilidad periódico o semanal alcanza un porcentaje del 43% sobre los negocios que poseen un contador externo o contratan un servicio de contabilidad, el 52% de negocios requieren del servicio en forma mensual, y apenas un 5% de manera trimestral.

4. ¿Quién es la persona encargada de realizar los reportes de impuestos en su empresa?

Tabla #. 4

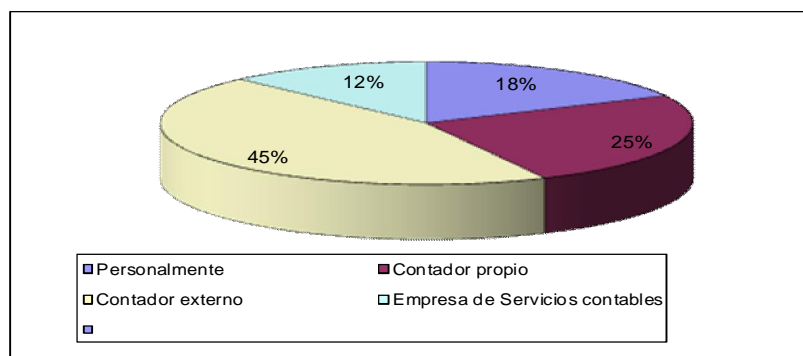
**PERSONA ENCARGADA DEL CONTROL TRIBUTARIO**

<b>VARIABLE: Persona encargada del control tributario.</b>		
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Personalmente	53	18%
Contador propio	75	25%
Contador externo	135	45%
Empresa de Servicios contables	37	12%
<b>TOTAL</b>	<b>300,0</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 5

**PERSONA ENCARGADA DEL CONTROL TRIBUTARIO**



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Quien se encarga del asesoramiento tributario:** Al realizar esta pregunta verificamos que el 18% se encarga de este trabajo personalmente, el 25% de negocios con contados propio, el 45% que realizan la contabilidad con un contador externo, y el 12% utiliza los servicios de una empresa especializada, de esta manera nos damos cuenta que hay un mercado no cubierto por la falta de conocimiento de que existen empresas que pueden otorgar un servicio completo en esta rama.

5. En caso de que la respuesta anterior sea una empresa de servicios de asesoramiento indique el grado de satisfacción

Tabla #. 5

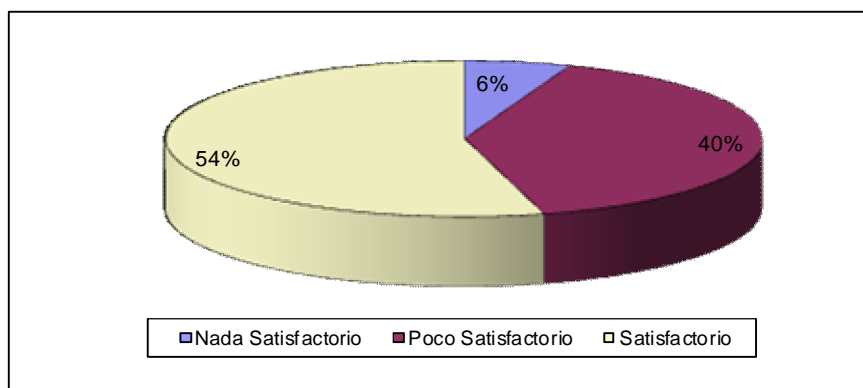
**GRADO DE SATISFACCIÓN TRIBUTARIO**

<b>VARIABLE: Grado de satisfacción tributario</b>		
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Nada Satisfactorio	12	6%
Poco Satisfactorio	84	40%
Satisfactorio	114	54%
<b>TOTAL</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 6

**GRADO DE SATISFACCIÓN TRIBUTARIO**



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Satisfacción con el servicio:** Las personas que contestaban tenían un contador externo o empresa de servicios de contabilidad daban una calificación al servicio obtenido de estas 210 negocios, el 54% estaba satisfecho, esto quiere decir que no poseían mayor problema con su contabilidad pero se debe tomar en cuenta que un 40% se encuentra poco satisfecho., es ahí donde encontramos deficiencias que deben ser cubiertas con un servicio completo, y el 6% nada satisfactorio.

6. ¿Cuál es la frecuencia del servicio que recibe?

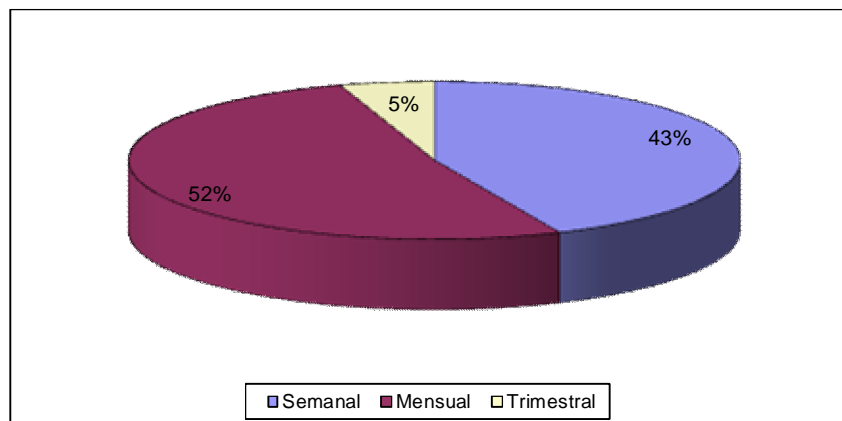
Tabla #. 6

FRECUENCIA DEL SERVICIO

VARIABLE: Frecuencia del servicio		
	FRECUENCIA	PORCENTAJES
Semanal	130	43%
Mensual	155	52%
Trimestral	15	5%
TOTAL	300	100%

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 7  
FRECUENCIA DEL SERVICIO



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

El servicio de contabilidad es imprescindible en un negocio ya que si no existiría el control sobre los ingresos sería imposible pagar deudas o presupuestar gastos, es por eso que el servicio de contabilidad periódico o semanal alcanza un porcentaje del 43% sobre los negocios que poseen un contador externo o contratan un servicio de contabilidad, el 52% de negocios requieren del servicio en forma mensual, y apenas un 5% de manera trimestral.

7. ¿Ha tenido alguna vez problemas con el servicio de rentas internas?

Tabla #. 7

**¿HA TENIDO ALGUNA VEZ PROBLEMAS CON EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS!**

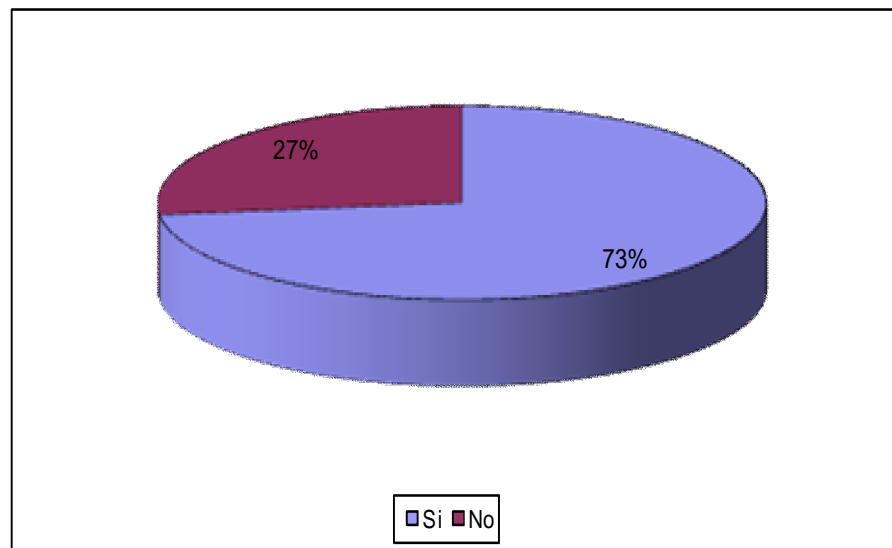
<b>VARIABLE: ¿Ha tenido alguna vez problemas con el servicio de Rentas Internas</b>		
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Si	219	73%
No	81	27%
TOTAL	300	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 8

**¿HA TENIDO ALGUNA VEZ PROBLEMAS CON EL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS!**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Las 219 muestras representadas por el 75% de las empresas han tenido alguna vez problemas con el Servicio de Rentas Internas, debido a que un mal registro en cualquiera del proceso de la empresa salta al momento de realizar nuestras declaraciones, no es menos cierto que un correcto proceso, evita problemas es por eso existe un porcentaje pequeño que nunca ha tenido problemas.

8. Indique el tipo de problema que ha tenido

Tabla #. 8

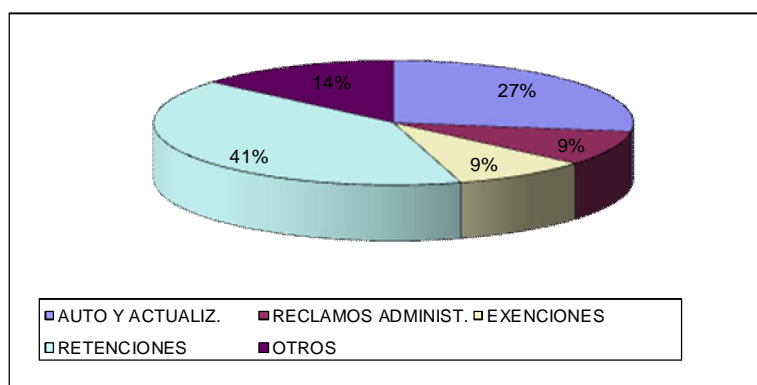
TIPO DE PROBLEMAS

VARIABLE: Tipo de problemas:		
	FRECUENCIA	PORCENTAJES
ACTUALIZACIÓN	82	27%
RECLAMOS ADMINISTRATIVOS	27	9%
EXENCIONES	27	9%
RETENCIONES	123	41%
OTROS	41	14%
	300	

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 9

PERSONA ENCARGADA DEL CONTROL TRIBUTARIO



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Los problemas más notorios son las retenciones con 123 encuestados representando el 41% debido a que una declaración mal realizada acarreará consecuencias como la revisión del proceso de registro en cada contabilidad y no es menos cierto que al ser agente de retención como persona natural la información se cruzará al momento de conciliar pagos de los impuestos, con el 27% como reclamos administrativos con el 14% otros problemas conllevan a soluciones con personas capacitadas, sin embargo no todas procuran resolver los problemas lo antes posible estos que no se conviertan en problemas de índole legal de mayor grado. Las exenciones tienen el 9%, con errores en la facturación por eso la revisión de las facturas que nos entregan los proveedores, para el pago el pago de los impuestos ya que las autorizaciones que debemos revisar en las facturas si no están vigentes no son válidas y se presenta una declaración errónea.

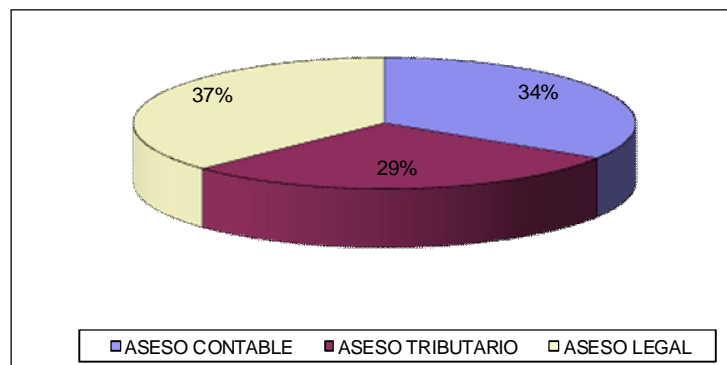
9. Indique el nivel de satisfacción de los servicios que actualmente le brindan

**Tabla #. 9**  
**GRADO DE SATISFACCIÓN**

	SATISFACTORIO	POCO SATISFACCTORIO	NADA SATISFACTORIO	PORCENTAJE
ASESO CONTABLE	0	53	0	34%
ASESO TRIBUTARIO	0	45	0	29%
ASESO LEGAL	8	0	50	37%
TOTAL	5%	63%	32%	100%

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Gráfico #. 10**  
**GRADO DE SATISFACCIÓN**



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Nivel de satisfacción de los servicios que actualmente recibe:** Satisfacción completa por los servicios solo se manifestó en el área contable ya que como hemos estado analizando el área tributaria y legal se ha dejado de lado y es ahí cuando aparecen las inconformidades.

10. ¿Desearía adquirir el servicio Tributario financiero?

Tabla #. 10

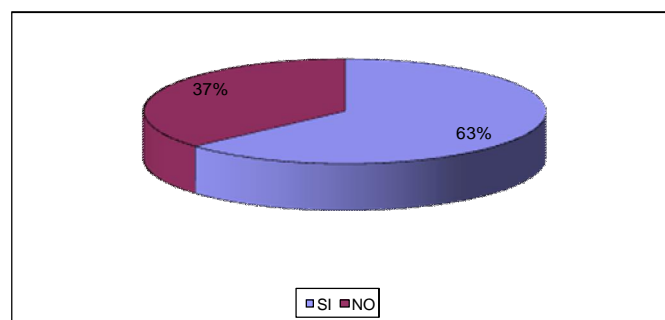
NECESIDAD DEL SERVICIO

PREGUNTA 10	F. ABSOLUTOS	F RELATIVAS
SI	190	63%
NO	110	37%
TOTAL	300	100%

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 11

NECESIDAD DEL SERVICIO



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

El 63% de los encuestados manifiesta su necesidad de contratar una empresa que preste un servicio de asesoramiento tributario ó contable ya que como hemos estado analizando son muchos los problemas que se tienen con esta entidad de control por la falta de un asesoramiento oportuno.

Se debe mencionar también que es este porcentaje de consumidores constituye nuestra demanda a la que debemos satisfacer ya que son ellos los que se sienten inconformes con el servicio que actualmente cuentan.

11. Señale los aspectos que usted consideraría primordiales en el momento de contratar una empresa que brinde asesoramiento contable, tributario y legal.

Tabla #. 11

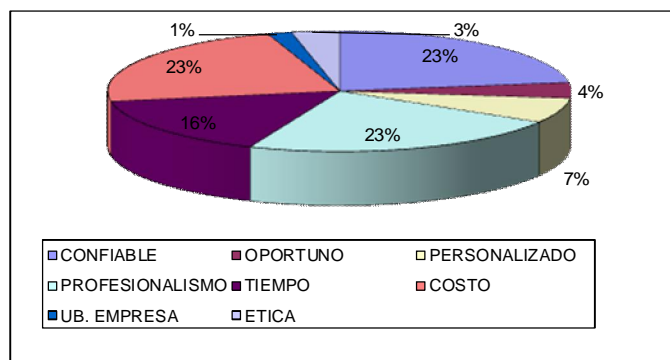
**GRADO DE CONFIABILIDAD**

PREGUNTA 11	FRECUENCIA	PORCENTAJES
CONFIABLE	68	23%
OPORTUNO	13	4%
PERSONALIZADO	20	7%
PROFESIONALISMO	68	23%
TIEMPO	48	16%
COSTO	68	23%
UB. EMPRESA	5	2%
ETICA	10	3%
TOTAL	300	100%

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 12

**GRADO DE CONFIABILIDAD**



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Los servicios que se toma en cuenta para la prestación del servicio son los que brinden al cliente la confianza suficiente, servicio personalizado, el profesionalismo y la confiabilidad constituyen los valores primordiales a ser comunicados a nuestros potenciales clientes, el costo constituye una determinante primordial al momento de la selección de la empresa calificada para el servicio, la ubicación del cliente, el prestigio como calidad.

12. ¿Qué servicios complementarios desearía que le ofrezcan?

Tabla #. 12

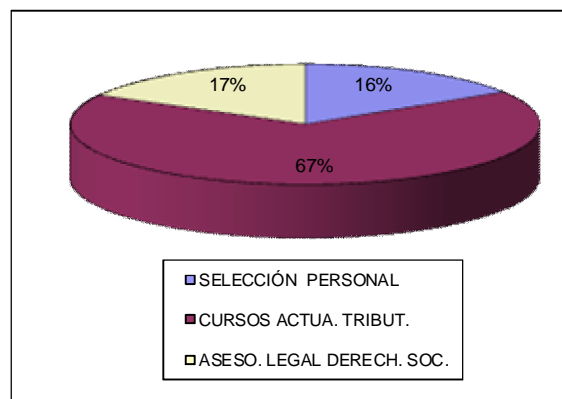
SERVICIOS ADICIONALES

VARIABLE: Servicios adicionales:		
	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SELECCIÓN PERSONAL	48	16%
CURSOS ACTUA. TRIBUT.	200	67%
ASESO. LEGAL DERECH. SOC.	52	17%
TOTAL	300	100%

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Gráfico #. 13

SERVICIOS ADICIONALES



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Servicios adicionales:** Las empresas desean encontrar un servicio completo al momento de contratar una empresa es por eso que esta pregunta nos da la pauta para determinar que tanto la asesoría legal como los cursos de actualización constituyen también la capacitación, servicios adicionales que serán necesarios promocionar al momento de conocer al potencial cliente.

13. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por recibir el servicio de asesoría contable -tributario?

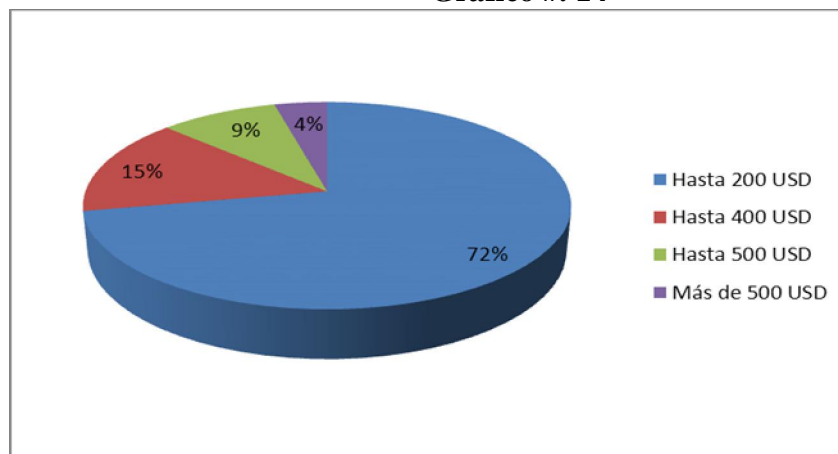
**Tabla #. 13**

**VALOR A PAGAR POR EL SERVICIO**

<b>VARIABLE: Valor a pagar por el servicio</b>		
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Hasta 200 USD	216	72%
Hasta 400 USD	45	15%
Hasta 500 USD	27	9%
Más de 500 USD	12	4%
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Gráfico #. 14**



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

De la investigación hemos obtenido que el 72% de la población encuestada está dispuesta a pagar hasta 200 USD por el servicio de accesorio contable tributario, el 15% está dispuesto a pagar 400USD, el 9% está dispuesto a pagar hasta 500 USD y apenas un 4 % podría pagar más de 500 USD.

## **CONCLUSIONES:**

La metodología aplicada en la investigación se basó en la encuesta de la cual hemos podido concluir.

- Al aplicar la metodología de la investigación nos encontramos con la necesidad de crear una consultora de asesoría financiera - tributaria, debido a las falencias encontradas en la aplicación de las leyes tributarias y al desconocimiento del buen manejo de las finanzas, dadas por las empresas existentes en la ciudad.
- Uno de los parámetros fundamentales que nos ha indicado la factibilidad para crear la empresa de asesoría es que la mayoría de la población encuestada requiere de los servicios financieros-tributarios externos por la facilidad de no tener trabajadores en relación de dependencia.
- El mercado potencial que hemos encontrado es bastante amplio debido al nivel de insatisfacción existente en Latacunga es lo que hace factible la realización del proyecto.

## **RECOMENDACIONES:**

- Se recomienda la creación de la consultora financiera- tributaria, para la capacitación y el buen manejo de las actividades financieras, en los negocios pequeños, medianos, y grandes, de una manera eficaz y eficiente.
- Al ser consultores externos tenemos la facilidad de tener varias empresas a nuestro cargo con lo que podemos ver que los ingresos que vamos a tener serán mayores que los de un trabajador dependiente.
- El mercado meta que se va cubrir nos brinda un segmento muy atractivo, debido al desconocimiento de las demás empresas consultoras en la parte tributaria- financiera, por lo cual debemos capacitarnos día a día para dar un servicio de calidad y eficiencia.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO**

Para determinar el tamaño del negocio se debe tomar en cuenta el mercado y el objetivo de ventas que se proyectará para los siguientes años, los factores determinantes del tamaño son: disponibilidad de personal, equipamiento, materiales, recursos financieros e instalaciones y principalmente la demanda.

Un correcto equipamiento tanto de personal como de tecnología influirá en el tamaño de la empresa, xyz que la inversión adecuada proporcionará mayor satisfacción del cliente incrementado rentabilidad y disminuyendo el gasto.

La empresa debe contar con un software (paquetes contables), que permita respaldar el trabajo y ofrecer calidad en todo el proceso del servicio, es así que la adquisición de paquetes de contabilidad proporcionará un apoyo en todas las áreas de la empresa.

##### **3.1.1. Factores determinantes del tamaño**

Para determinar el tamaño de la unidad económica de prestación de servicios profesionales se consideró los indicadores: mercado, tecnología ó equipos, financiamiento, equipamiento y la organización.

###### **3.1.1.1. *El mercado***

Al analizar el mercado, la competencia directa e indirecta, se estimó que existe una demanda potencial atractiva significativa de 4311 usuarios de éstos servicios profesionales.

De ésta demanda el 63% de la población está dispuesta a contratar un nuevo servicio de Asesoría Tributario ó Financiero; es decir 2637 empresas. A estos segmentos de mercado que se ingresará lo llamaremos un òescenario probableö.

### **3.1.1.1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Analizar la demanda tiene como fin identificar el mercado, sus necesidades, características y deseos con relación al servicio que se va a brindar de modo que podamos estimar ventas, ingresos y beneficios a obtener del mercado en que vamos a laborar, además se obtendrá todo tipo de información básica para la toma de decisiones con relación a las próximas estrategias a seguir y para nuestro estudio la demanda estará considerada en base a los consumidores del servicio de asesoramiento tributario ó financiero.

#### **3.1.1.1.1 Factores que afectan a la demanda**

Según EMERY E, David en los Principios de la Economía se indica que hay algunos factores que afectan a la demanda de un producto o servicio, entre estos tenemos:

**Precios de otros Bienes.-** EMERY E. David en el libro Principios de Economía dice: òRespecto a los productos sustitutos: La demanda de un producto aumenta, cuando el precio de su producto sustituto aumenta; por el contrario, la demanda de un producto disminuye, cuando el precio de su producto sustituto disminuye. Respecto a los productos complementarios: Si sube el precio de un producto, sube el precio de subproducto complementario y disminuye la demanda de los dos productos; en cambio, si baja el precio de un producto, baja el precio de su producto complementario y aumenta la demanda de los dos productos.

Este factor afecta al servicio que ofrecerá la empresa de asesoramiento, porque si los sueldos, o los precios de los servicios sustitutos dados por los contadores externos o los contadores internos, empleados en las organizaciones que los contrataron se incrementan, aumentara la demanda de servicios de la empresa de asesoramiento o por el contrario, se reducirá la demanda si disminuye los honorarios o los precios de estos servicios sustitutos.

## Comportamiento histórico de la demanda

La información que se posee sobre la demanda histórica viene dada en número de microempresas y personas naturales registradas en el Ilustre municipio de Latacunga, en el año 2006 existió un total de 3621, el año 2007 existieron 3925, y en el año 2008 tenemos 4311 actividades económicas, según ANEXO No.2.

## Proyección de la demanda

Una vez determinada la demanda histórica es necesario realizar la proyección de la misma con el objeto de conocer el número de consumidores futuros del servicio de asesoramiento tributario ó contable. Luego de realizar cálculos con varios métodos para la proyección de la demanda futura se utilizará el Método Causal de las tasas de crecimiento como el más óptimo para este proyecto.

Para poder obtener la tasa de crecimiento primero clasificamos a las actividades económicas de nuestra demanda actual que fueron constituidas en el año 2008 con 386 empresas y en el año 2007 con 304 empresas.

De este modo obtenemos los datos para poder aplicar la fórmula de la tasa de crecimiento para las actividades económicas con la siguiente fórmula:

$$TC = \sqrt[n-1]{(UV / VA)} - 1$$

### En donde:

TC = Tasa de Crecimiento

UV = Ultimo Valor (4311)

VA = Valor Anterior (3621)

n = Tamaño de la muestra (3 ó 1 = 2)

### Reemplazando:

$$\begin{aligned} TC &= \sqrt[3-1]{(4311/3621)} - 1 \\ TC &= \sqrt[2]{1.19055} - 1 \\ TC &= 0.09112 \\ TC &= 9.11\% \end{aligned}$$

Al aplicar la fórmula de la tasa de crecimiento nos da como resultado 0.09112 equivalente al 9.11%.

Es así que la demanda proyectada para los siguientes períodos es como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro #.2**

**PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO PARA LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

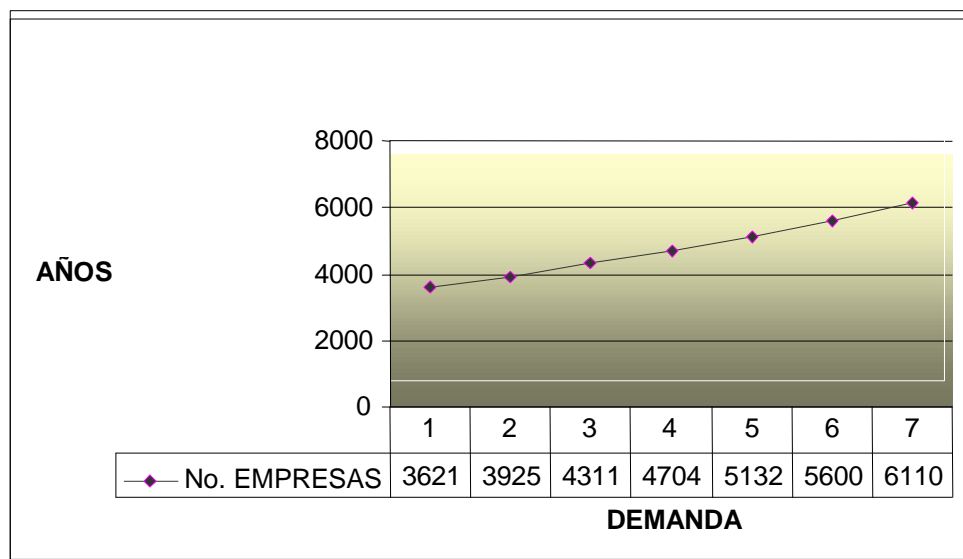
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>
2009	3621
2010	3925
2011	4311
2012	4704
2013	5132
2014	5600
2015	6110

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**GRÁFICO #. 15**

**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

### **3.1.1.1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta de servicios de consultoría contable y tributaria, son la cantidad de empresas consultoras o profesionales que ofrezcan dichos servicios.

El análisis de la oferta determina la cantidad de empresas oferentes que proveen servicios similares a las diferentes empresas demandantes de este servicio.

Para el análisis de la oferta se ha dividido en dos grupos:

- ✓ Empresas constituidas legalmente. (principal competidor).
- ✓ Profesionales contables independientes.

La oferta en relación con el número de oferentes puede clasificarse en:

- ✓ Oferta competitiva o de mercado libre
- ✓ Oferta Oligopólica
- ✓ Oferta Monopólica

A través de la investigación de mercado realizada al sector de Asesoría Tributario ó Contable en la ciudad de Latacunga se observó que hay una oferta de servicios ñoligopólicañ, ya que existen pocas empresas oferentes con su mercado definido hacia un determinado grupo o sector.

#### **3.1.1.1.2.1 Factores que afectan a la oferta**

El principal factor que afecta la oferta es la economía del País, mientras mejor este, los profesionales tendrán una mejor capacidad económica para poder emprender sus propias empresas.

Además es importante destacar la cantidad de profesionales en Administración de Empresas y Contabilidad que se gradúan cada año ellos son los posibles candidatos que formar este tipo de empresas.

El factor tecnológico es otro factor importante en el mercado de servicios para estas empresas, ya que el desarrollo y mejoramiento de los sistemas están generando una competencia de precios, ya que es de fácil acceso para las empresas, por esto ya no solicitan los servicios de análisis financieros, sino que preferirán adquirir los sistemas y realizar estas actividades por cuenta propia.

Se analizara los precios de la competencia, ya que estos ejercen influencia en la empresa, ya que si estos son bajos el precio que se establezca será igual o menor, sin descuidar la calidad del servicio, a la vez se debe ofrecer un valor agregado que permita generar un posicionamiento a corto plazo.

#### **3.1.1.1.2.2 Comportamiento histórico de la oferta**

Según la información obtenida en la Superintendencia de Compañías son 13 las empresas que prestan exclusivamente servicios tributarios y financieros en la ciudad de Latacunga, según ANEXO 3. También es importante considerar a la competencia indirecta, la misma que está conformada por todos los profesionales contables que prestan sus servicios en forma independiente, sean estos Contadores Públicos Autorizados (C.P.A) y Contadores Bachilleres Autorizados (C.B.A) que pueden avalizar con su firma los Estados Financieros y las declaraciones de impuestos respectivamente.

Según datos proporcionados por el Colegio de Contadores de COTOPAXI, se encuentran actualmente afiliados a este gremio 124 afiliados contadores, ANEXO No. 4.

Se realizó una investigación en varias empresas para saber el tipo de servicio que prestan, y se concluyó que muy pocas prestan sus servicios financieros para pequeñas empresas o personas naturales. Además se identificó que algunas de estas empresas tienen costos muy altos para que su servicio sea accesible para las pequeñas empresas y menos para las personas naturales.

La investigación de mercado, dio a conocer que son pocas las empresas que ofrecen en la actualidad el servicio de Asesoría Tributaria ó Financiera, pero hay varias empresas que prestan servicios contables, y estarían dispuestos a incluir en sus paquetes de servicios la Asesoría Financiera.

### 3.1.1.1.2.3 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se han considerado la unión de las empresas constituidas legalmente y las personas naturales que brindan el servicio de asesoría. Las 13 empresas que representan la competencia directa y a los 104 contadores autorizados (CPA) y (CBA).

De este modo tenemos que el servicio de asesoría creadas en el año 2005 fueron de 4, en el año 2006 fueron de 69, en el año 2007 fueron 9. Con estos datos podemos obtener la siguiente información:

**Cuadro #. 3**

#### OFERTA HISTÓRICA

AÑOS	EMPRESAS	CONTAD.	TOTAL.OFERTA
2006	4	103	107
2007	6	109	115
2008	9	115	124

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Una vez obtenida está información podemos aplicar la fórmula de la tasa de crecimiento:

$$TC = \sqrt[n-1]{(UV / VA)} - 1$$

**En donde:**

TC = Tasa de Crecimiento

UV = Último Valor (124)

VA = Valor Anterior (107)

n = Tamaño de la muestra (3 ó 1 = 2)

**Reemplazamos:**

$$\begin{aligned} TC &= \sqrt[3-1]{(124/107)} - 1 \\ TC &= \sqrt[2]{1.158878} - 1 \\ TC &= 0.076512 \\ TC &= 7.65\% \end{aligned}$$

Así una vez aplicada la fórmula nos da una Tasa de Crecimiento del 0.076512 equivalente al 7.65%. Quedando nuestra oferta para los próximos años así:

**Cuadro #. 4**

**PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS**

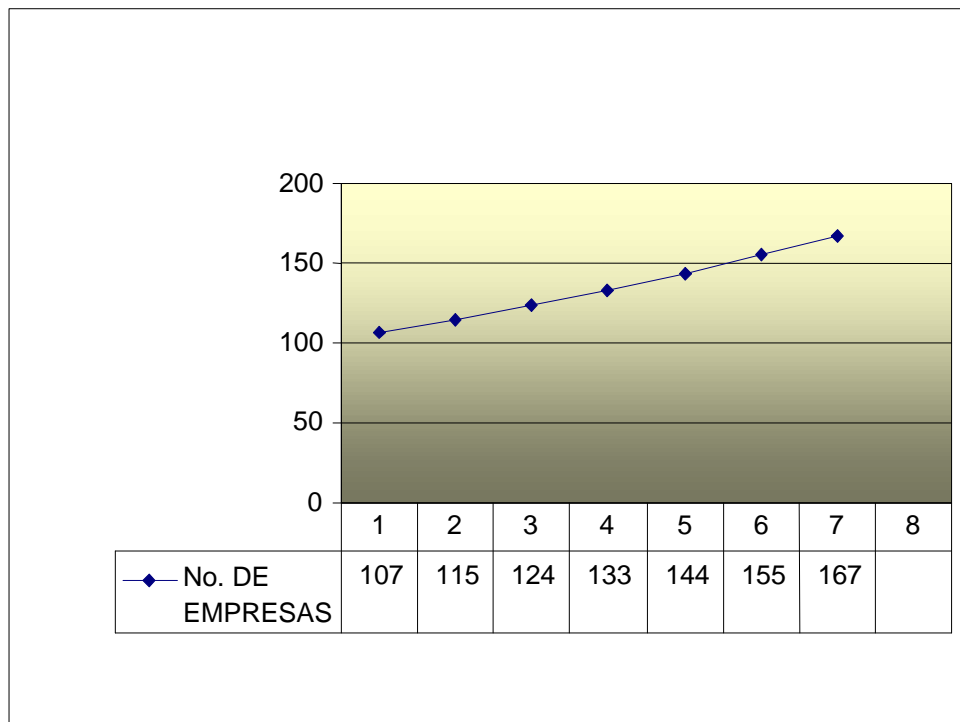
AÑOS	OFERTA
2009	107
2010	115
2011	124
2012	133
2013	144

**Fuente:** Ilustre Municipio de Latacunga.

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Gráfico #. 16**

**PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA**



**Elaborado:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

### 3.1.1.1.3 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

Al relacionar la demanda con la oferta proyectada de los servicios de asesoría tributariaó financiero, podemos determinar la demanda insatisfecha en la ciudad de Latacunga.

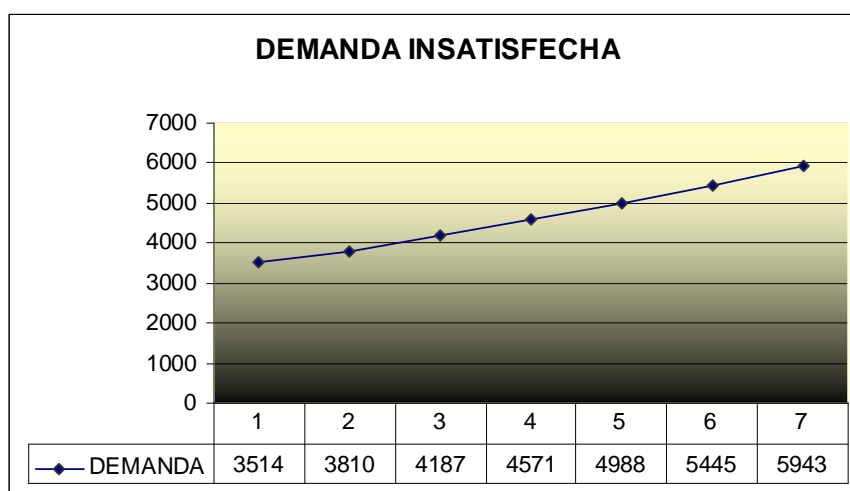
**Cuadro #. 5**

#### DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	PROYECCION DEMANDA	PROYECCION OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	3621	107	3514
2010	3925	115	3810
2011	4311	124	4187
2012	4704	133	4571
2013	5132	144	4988
2014	5600	155	5445
2015	6110	167	5943

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Gráfico #. 17**



**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

De acuerdo a la tasa de crecimiento de la demanda tiene una tendencia creciente del 9.11% anualmente, esto se debe a la necesidad de un mejor servicio y al incremento del número de usuarios que realizan actividades económicas.

En segundo término, se conoce que la oferta también sufrió la misma tendencia ascendente en un 7.65% en su comportamiento como la demanda, sólo que de manera general en menor grado que ésta.

Con los datos de las proyecciones realizadas hasta el año 2016, se ve un crecimiento en la demanda que rebasa la oferta ya que el número de usuarios que requiere el servicio es alto; así la demanda insatisfecha prolongada, se le llamará demanda potencial insatisfecha para esos años.

Por las razones antes mencionadas y de acuerdo a la investigación realizada, la nueva unidad productiva (proyecto) será la entidad que capte y satisfaga un porcentaje de los requerimientos de la demanda insatisfecha

### **3.1.1.1.3.1 Tamaño del mercado**

#### ***Al año 2009***

La demanda actual de este proyecto corresponde al 63% de 4187 empresas, que de acuerdo a la investigación de mercado (encuesta) en la pregunta No.10 respondió que SI estaría dispuesto a contratar un servicio de asesoría tributaria ó financiera de calidad. Que nos da un mercado actual de 2637 empresas.

#### ***Al futuro***

El mercado futuro corresponde al 63% de la demanda proyectada, así:

**Cuadro #. 6**

<b>AÑO</b>	<b>MERCADO FUTURO</b>
2010	2879
2011	3142
2012	3430
2013	3744

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

#### ***Actual***

De acuerdo a los resultados presentados en el CUADRO No. 4 existen 4187 empresas insatisfechas. Para poder definir el mercado con el cual iniciaremos las actividades nos guiaremos en las entrevistas que se realizó a varias empresas ofertantes de nuestro servicio, las mismas que cuantificaron el número de clientes pequeños que atienden con su capacidad actual instalada, la respuesta fue de

aproximadamente de 23 a 28 empresas. Lo que no implica que este sea el total de sus clientes pues su principal objetivo son los capitales fuertes.

Para ser conservadores tomaremos como 28 la cantidad de empresas pequeñas atendidas por cada ofertante para el cierre del 2009, lo que nos daría un total de  $(28 \text{ empresas} * 124 \text{ oferentes}) = 3472$  empresas atendidas. ***Esto nos da una demanda insatisfecha por la no atención de 715 empresas.***

Adicionalmente influye la cantidad de empresas que no se encuentran satisfechos con el servicio que reciben. Tomando como referencia la respuesta que nos dieron a la pregunta No. 9 de la encuesta de Mercado, el 29% estaba poco satisfactorio con el servicio. De igual forma para ser conservadores tomaremos un porcentaje del 15% del total de empresas atendidas  $(3836 * 15\%)$ , ***teniendo un resultado de 575 empresas.***

Por las razones antes mencionadas y de acuerdo a la investigación realizada, la nueva unidad productiva (proyecto) arrancará con porcentaje mínimo de 378 empresas para satisfacer los requerimientos de la demanda insatisfecha.

### **3.1.1.1.4 COMERCIALIZACIÓN**

#### **3.1.1.1.4.1 Políticas de precios**

El precio como variable de decisión comercial, constituye un elemento crítico en la estrategia de marketing, ya que supone de alguna forma, la síntesis de la política comercial de la empresa.

Aunque las empresas pueden fijar sus precios teniendo en cuenta una serie de elementos tales como: costos, rentabilidad esperada, el mercado, entre otros. La fijación de precios resulta complicada cuando se tiene que establecer un precio por primera vez, en términos prácticos al introducir un producto o servicio nuevo en el mercado el precio que se fije debe ser similar al de competencia: debido a que las interrelaciones entre competidores son elevadas, y determinan el precio que se conoce como precio de mercado, que sirve como elemento de referencia común.

Para este estudio, se utilizará el precio de mercado, el cual puede llamarse precio referencial o imitativo, utilizando para su estimación la información obtenida en la investigación de mercados.

La empresa de Asesoría Tributario ó Financiero será una firma oferente de un servicio personalizado para nuestros clientes, con características de calidad y eficiencia, la estrategia de precios para el caso de cada cliente se orientará a un análisis por cada uno, de manera que se pueda identificar la carga de horas que tendrá este cliente para la Compañía, la tarifa corresponderá a horas efectivas, 100% productivas, es decir aplicamos una valoración al tiempo real incurrido.

### **Estrategias de comercialización**

La estrategia de comercialización se dirige al mercado consumidor de la ciudad de Latacunga. La empresa usará la estrategia de "Diferenciación", misma que tiene por objeto diferenciar los servicios de la empresa con la finalidad de crear algo que se considere único en el medio. La diferenciación protege de la competencia en la medida en que vincula a los compradores con la marca o con la empresa, y reduce de ese modo la sensibilidad a los precios.

Es por esto nuestro principal interés de involucrarnos en el negocio y las necesidades de nuestros clientes, a tal punto de sacrificar la utilidad de los primeros meses, pero con el claro objetivo de que con nuestra ayuda el cliente tendrá un crecimiento constante y de este modo no necesitemos incurrir demasiado tiempo en el cliente y el precio por nuestro servicio siga siendo el mismo.

Dentro de las estrategias de comercialización tenemos el desarrollo de una presentación corta y completa para ser presentada a nuestros primeros posibles clientes, y luego poder aumentar nuestra cadena de clientes principalmente con referencias de nuestros ya clientes. Lo que implica que la mejor forma de vender nuestro producto va ha ser con nuestro propio trabajo.

Se procederá a elaborar la página Web de la empresa para realizar contactos, asesorías y ventas a través del Internet.

### **3.1.1.2. Tecnología ó equipos**

Los procesos operativos que necesita la empresa, no exigen grandes espacios físicos para los equipos que usa, el equipo básico consta de; computadoras e implementos de capacitación como: proyectores, pantalla y otros equipos de oficina de menor importancia, por lo tanto no será necesario un espacio físico relevante para la empresa. La tecnología se basa en sistemas operativos relacionados a los productos de salida y que son manipulados a través de programas de computación (paquetes contables).

### **3.1.1.3. Financiamiento**

El financiamiento se ha planificado con el uso de fuentes externas, tales como el crédito de una entidad bancaria, y capitalización de los socios o accionistas, quienes aportaran aproximadamente el 50%, según los presupuestos de inversión lo exijan.

### **3.1.1.4. Equipamiento**

En lo referente a la adquisición principalmente de sistemas operativos, lenguajes de programación que constituyen la columna que sostendrá los programas de gestión integral de la empresa, el cual se detallará en lo posterior.

### **3.1.1.5. Organización**

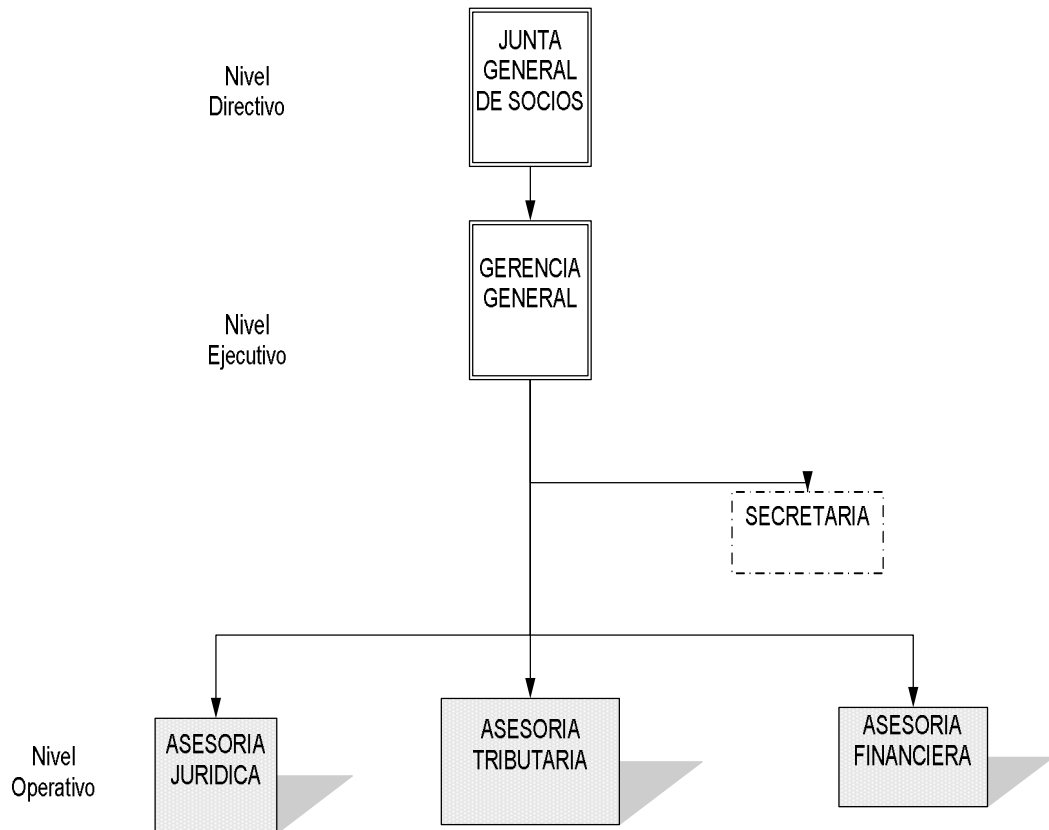
En lo referente a la organización, se basará en esquemas convencionales estructurados para que las actividades administrativas ó operativas sean productivas. Este marco estable permitirá alcanzar las metas de la organización.

Se utilizará diversas técnicas de selección de personal, incluyendo pruebas, verificaciones de referencias, para que den validez y confiabilidad a los diferentes puestos de trabajo que tendrá la empresa. Existe en Latacunga un buen mercado de profesionales para ocupar estos puestos dentro de la misma.

La empresa contará con el siguiente organigrama estructural:

## Esquema #. 2

### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



#### 3.1.1.5.2. Junta general de socios

**Función:** Es responsable de la gestión y resultados globales de la empresa; Definir estrategias y políticas de la entidad; y, Planificar controlar y evaluar las acciones de la empresa.

#### 3.1.1.5.3. Gerencia general

**Función:** Cumplir y hacer cumplir la política y las resoluciones adoptadas por la Junta de Socios; Dirigir la planificación institucional conforme a los lineamiento de la Junta; Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial; Presentar los planes y presupuestos anuales, los informes financieros, el informe de actividades y los informes de ejecución presupuestaria; Administrar los bienes y fondos de la

empresa; Ejecutar actos, celebrar contratos, autorizar gastos e inversiones; Nombrar, contratar o remover personal; y, Dictar normas e instructivos relacionados con el funcionamiento de la empresa.

#### **3.1.1.5.4. Asesoría legal**

*Función.-* Apoyar al Gerente en la representación legal, jurídica y extrajurídica de la organización. Representar en cualquier trámite jurídico a los clientes. Tramitar con el Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías e Instituto de Seguridad Social, Cámara de Comercio Y Registro Mercantil.

#### **✓ Tributario - financiero**

*Función.-* Apoyar a cada uno de los clientes de la empresa, elaborar los Estados financieros y declaraciones tributarias. Contactarse con los clientes; negociación directa con los clientes; realizar compra de insumos; y atender comentarios, quejas o preferencias.

### **3.2. NORMATIVA LEGAL**

La empresa de asesoramiento Tributario ó Financiero se va a constituir como una persona jurídica y con la característica de ser Compañía de Responsabilidad Limitada.

Es Compañía de Responsabilidad Limitada, porque, según el Art. 5 de la Ley de Consultorías, las compañías consultoras nacionales sólo pueden constituirse como compañías en nombre colectivo o de responsabilidad limitada. Estas compañías deberán establecer en sus estatutos, como su objeto social, la prestación de uno o varios de los siguientes servicios: identificación, planificación, elaboración o evaluación de proyectos de desarrollo en sus niveles de prefactibilidad, factibilidad, diseño u operación; además, la supervisión, fiscalización y evaluación de proyectos, así como servicios de asesoría y asistencia técnica, elaboración de estudios económicos, financieros, de organización, administración, tributación, auditoría e investigación.

La compañía deberá constituirse con un mínimo de tres accionistas y un máximo de 15 accionistas, estos podrán ser familiares e hijos emancipados, pero no, cónyuges. El capital suscrito mínimo deberá ser de \$400.00 dólares, las aportaciones pueden ser en numerario o en especies y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. La razón social es una denominación objetiva o de fantasía y deberá ser aprobada por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

Los pasos que se debe seguir para lograr la personería jurídica son:

**A) Inscribirse en la superintendencia de compañías**

1. Reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías.
2. Presentar ante la Superintendencia de Compañías la Minuta de Escritura Pública que contenga el contrato sustitutivo, estatuto social y la integración de capital.
3. Depositar en la cuenta de integración, el capital en numerario suscrito y pagado.
4. Otorgamiento de la Escritura Pública de Constitución de la Compañía y sus estatutos.
5. Entregar una solicitud de aprobación de la constitución de la compañía, dirigida a la Superintendencia de Compañías.
6. Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
7. Protocolización de la resolución aprobatoria.
8. Publicación en el periódico de mayor circulación de la localidad, el extracto de la escritura.
9. Inscripción en el Registro Mercantil.
10. Inscripción en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías.
11. Obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas, presentando los formularios correspondientes.

12. Designación de los administradores de la compañía por la junta general y su inscripción en el Registro Mercantil.

13. Autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser utilizados.

Los requisitos que se necesitará en los trámites de la Superintendencia de Compañías son:

- ✓ La Escritura Pública
- ✓ Capital Numerario suscrito y pagado
- ✓ Solicitud de aprobación de la constitución de la compañía.
- ✓ Publicación en el periódico de mayor circulación.
- ✓ Inscripción en el Registro Mercantil.
- ✓ Afiliación a la Cámara de Comercio.
- ✓ Obtener el Registro Único de Contribuyentes

#### **B) Inscribirse en el registro mercantil.**

Presentar los documentos necesarios; para finalmente obtener la Inscripción.

Los documentos necesarios para obtener la Inscripción el Registro Mercantil son:

- ✓ La Escritura Pública protocolizada, y
- ✓ La Resolución de la Superintendencia de Compañías

#### **C) Afiliarse a la cámara de comercio de Latacunga**

Se entregará una serie de documentos, para luego obtener la afiliación a la CCR, el carnet de socio, el diploma y la póliza del fondo mortuario.

Los documentos que se entregarán serán:

- ✓ La inscripción en el Registro Mercantil
- ✓ Fotocopias de las Escrituras de Constitución de la empresa.
- ✓ Resolución emitida por la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Cédula de Identidad.

- ✓ Pagar la cuota de inscripción a la CCR

**D) Obtener el registro único de contribuyentes en el servicio de rentas internas**

Presentar al Servicio de Rentas Internas SRI los formularios necesarios para la obtención del RUC.

Los documentos necesarios son:

- ✓ Formulario O1A
- ✓ Formulario O1B
- ✓ Copia de la Cédula de Identidad del representante legal.
- ✓ Nombramiento del representante legal, inscrita en el Registro Mercantil (copia certificada)
- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución
- ✓ Registro de sociedades
- ✓ Carta de agua, luz y teléfono (original y copia)
- ✓ Carta de autorización a la persona que tramite, firmando por el representante legal.

**E) Para ser calificada como una empresa consultora, se debe cumplir con los siguientes pasos de la ley de consultoría.**

- 1) Formar parte de la Asociación de Compañías Consultoras del Ecuador.
- 2) Inscribirse en el Registro de Consultoría.
- 3) Integrarse al Comité de Consultoría.
- 4) Afiliarse al Fondo de Consultoría.

## **F) Sacar los patentes municipales**

Es indispensable presentar las patentes a Municipio de Latacunga y para esto necesitamos los siguientes documentos:

Los documentos son:

- ✓ Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía
- ✓ Copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías
- ✓ Cédula de Identidad del propietario del negocio.
- ✓ Formulario de inscripción.

## **3.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

Se pretende encontrar la ubicación más conveniente y ventajosa para el proyecto; la que contribuya en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo. La técnica recomienda hablar de Macrolocalización y Microlocalización en la elaboración de proyectos grandes, para este caso se hará referencia a la localización del proyecto y se analizarán los factores que influyen en la selección de la misma. Tanto en el aspecto Macro como Micro.

### **3.3.1. Macro localización**

Se encargará de los sectores posibles donde se ubicará la empresa es la ciudad de Latacunga.

#### **3.3.1.1. Selección de la localización óptima**

Para la selección, se utilizó el método de la medida de preferencia de localización (MPL), será en donde se combinan los factores de localización objetivos y subjetivos correspondientes a cada opción (ciudad) de localización que satisfagan la operatividad de la empresa en su entorno ambiental.

Los factores de localización considerados fueron:

- ✓ Objetivos: Personal, Profesionales calificados, transporte, cercanía a las Instituciones relacionadas con el SRI
- ✓ Subjetivos: condiciones de vida y sociales de la población.

**Cuadro #. 7**

**CALIFICACIÓN SUBJETIVA DE FACTORES DE LOCALIZACIÓN**

Localización	Factores de Localización				Puntaje Total
	Objetivos			Subjetivos	
	Personal	Transporte	Cercanía Mercado.	Condición de vida	
Centro	8	9	9	8	34
Norte	7	8	8	8	31
Sur	6	6	7	7	26

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

La calificación se uso subjetivamente en una escala de 1 a 10 para cada uno de los indicadores (personal, transporte, cercanía al mercado, condición de vida)

El puntaje más alto es de 34 del Cuadro No. 8 y corresponde al sector centro de la ciudad de Latacunga, con 31 puntos la parte norte de la ciudad que sería la segunda opción y con 26 el sector Parque Industrial Latacunga., porque los factores que se han tomado en cuenta para esta matriz han obtenido la calificación más alta.

La parte centro de la ciudad de Latacunga reúne las condiciones más altas que las otras dos opciones, en los últimos años ha tenido un significativo crecimiento económico ó social en el orden del 28.5% (datos obtenidos del Plan estratégico de

Latacunga año 2008) lo que ha significado un crecimiento empresarial y microempresarial de las áreas comerciales y urbanísticas del centro de la ciudad.

### **3.3.1.2. *Justificación de la selección***

Se justifica la localización de la empresa ñen la zona centro de Latacunga debido a los siguientes factores locacionales:

**a) Medios y costos de transporte.-** En torno al transporte, la ubicación de la empresa no se orienta a los insumos por su naturaleza operativa (prestación de servicios profesionales), sino hacia los segmentos o nichos de mercado que se encuentran concentradas la mayoría de microempresas, pues se encuentra el 97.40% de los clientes potenciales por lo que los costos de transporte tanto para usuarios como para la empresa serán bajos, no significativos. Es decir que es allí donde se encuentran la mayor parte de clientes potenciales quienes no incurrirán en mayores costos en cuanto al transporte.

**b) Disponibilidad de profesionales.-** Este factor locacional es positivo, por cuanto existen profesionales en las áreas técnicas que requiere la empresa. Los profesionales disponen de grados académicos de tercer y cuarto nivel, por tanto el mercado profesional, da viabilidad sustentada para implementar el proyecto en la ciudad de Latacunga.

**c) Cercanía al mercado.-** Por tener Latacunga un mercado potencial de aproximadamente 4311 actividades económicas, que se localizan en un 97.40% en el sector centro con micro negocios y el 2.60% en rural, lo que permitirá una eficaz distribución, tener acceso a la información y pueden los clientes recibir inspección y supervisión de los profesionales de la empresa.

**d) Factores del entorno.-** Existe confiabilidad de los sistemas de apoyo como servicios básicos: agua, teléfono, electrificación, buenos sistemas de mercado laboral, empresas de servicios de toda índole (privados, públicos); actitud positiva de la comunidad económica.

### 3.3.1.3. *Micro localización*

*Selección del emplazamiento óptimo de la empresa.-* Para seleccionar el sitio ideal donde se instalará la empresa se utilizó el método cualitativo, a una serie de factores considerados relevantes para la localización, como son: disposición espacial comercial, costo de arriendos, infraestructura, cercanía al mercado.

#### **MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA DE ASESORÍA TRIBUTARIO ó FINANCIEROö POR MÉTODO** cuantitativa de los sectores:

- ✓ Sector SRI(A), sector Municipio (B) y sector bancario (C).
- ✓ Calificación en escala de 1 a 10.
- ✓ Peso asignado: Valores subjetivos que sumados den 1.00
- ✓ Calificación ponderada = Peso asignado por Calificación

**Cuadro #. 8**

#### **CUALITATIVO POR PUNTOS**

Factor relevante	Peso asignado	A		B		C	
		Calif	Calif. Ponderada	Calif.	Calif. Ponderada	Calif	Calif. Ponderada
Disposición espacial ó comercial	0.40	9	3.60	8	3.20	8	3.20
Costo de arriendos	0.30	8	2.40	7	2.10	7	2.10
Infraestructura	0.10	9	0.90	8	0.80	7	0.70
Cercanía al mercado financiero	0.20	9	1.80	8	1.60	8	1.60
Total	1.00		8.70		7.70		7.60

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

El sector SRI (A) es de mayor puntaje ponderado con 8.70, el sector Municipio (B) con 7.70 y el sector Bancario (C) con 7.60. El puntaje se obtuvo jerarquizando los factores locacionales considerados más relevantes.

El emplazamiento consideró, otros factores locacionales:

✓ **Arriendo del local.-** Los arriendos del sector céntrico de Latacunga, en edificios que poseen ambientes para oficinas oscila en 200 ó 400 dólares / mes para áreas de 40 ó 80 metros cuadrados. Se tiene previsto que se instalará la empresa en el edificio òXYZö en la calle Av: Amazonas y 5 de Junio con un costo de 150 dólares mensuales y 45 metros cuadrados de área.

✓ **Inversiones fijas de emplazamiento.-** los costos de las inversiones preoperativas de emplazamiento serán por los siguientes conceptos:

**Cuadro #. 9**

**INVERSIONES DE EMPLAZAMIENTO**

<b>Concepto</b>	<b>Monto estimado</b>
Estudio de factibilidad	200
Gastos de constitución de la empresa	300
Gastos de puesta en marcha del local	2150
<b>Total</b>	<b>\$2.650</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

El monto estimado de activos fijo diferido del emplazamiento es de 2.650 dólares con los rubros consolidados que se presentan en el Cuadro No. 8.

### **3.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

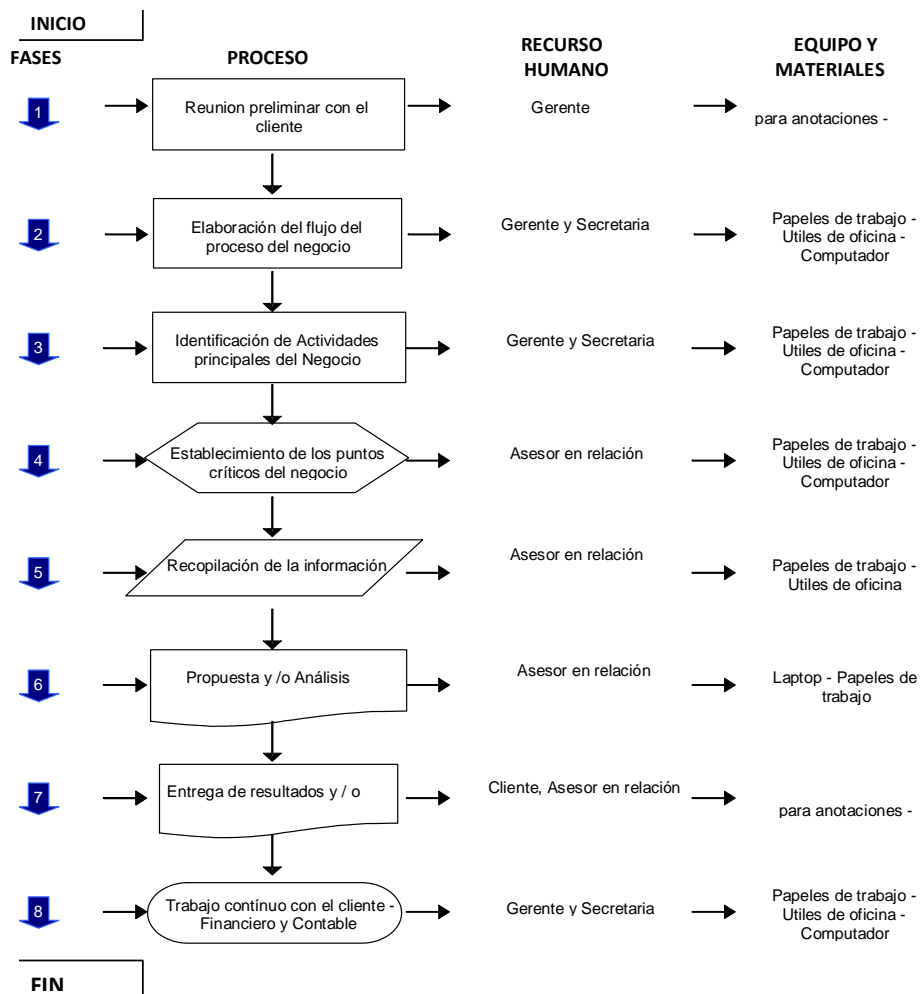
La ingeniería del proyecto centra sus actividades en los aspectos de compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos, que permitan la operación de la empresa para la prestación de servicios. Fuente: Preparación y Evaluación de Proyectos, Eco Edilberto Meneses, Tercera Edición.

El objetivo de la ingeniería de proyecto es resolver todo lo referente a la instalación, distribución y funcionamiento de la oficina. Desde la descripción del proceso hasta la instalación del equipo, se determina la distribución óptima para la oficina hasta la estructura de organización que habrá de tener la oficina. Fuente: Elaboración y Evaluación de Proyectos, Gabriel Baca Urbina.

### 3.4.1. Diagrama de flujo de proceso

Permite tener más detalles en representación gráfica de las diferentes actividades, con el uso de símbolos internacionales.

**Gráfico #. 18**  
**DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO**



### **3.4.2. Proceso del servicio**

**INICIO:** Contacto con el cliente

#### ***3.4.2.1. Reunión preliminar con el cliente***

Una vez realizada la reunión de presentación de la firma ante el cliente, indicándole los beneficios de adquirir nuestro servicio, se procederá a una reunión con el dueño o gerente de la empresa para definir la cantidad de actividades y montos que realiza de un modo bastante general para así definir el costo mensual de nuestros servicio, y en caso de tributación se determinará de igual forma el costo dependiendo de la necesidad.

#### ***3.4.2.2. Flujo del proceso del negocio***

En la primera reunión de trabajo, el Asesor en relación junto con la secretaria y el cliente identificará el flujo del proceso del negocio, ya que constituye la principal base para tener éxito en el trabajo con nuestro cliente.

#### ***3.4.2.3. Identificación de las actividades principales que se realizan para el funcionamiento normal de la empresa.***

Una vez llegado al acuerdo se solicitará a los clientes los documentos originales por el lapso de uno a tres días para que la firma consultora elabore un detalle. El cliente podrá comunicarse por vía telefónica, Internet, o fax en caso de cualquier asunto urgente.

Se realizará todas las revisiones necesarias a la información para poder obtener una certeza razonable sobre la veracidad de la información tributaria y contable obtenida, además de igualar esta información en el sistema contable al mes que estemos en curso.

#### ***3.4.2.4. Establecimiento de los puntos críticos del negocio***

Los clientes recibirán reportes mensuales o periódicos los seis primeros días de cada mes, para que realicen las respectivas revisiones y conozcan la situación económica financiera de sus empresas. También, podrán recibir un informe anual del flujo de efectivo el cual les permita identificar la calidad de información contenida en sus Estados de Resultados y Balances Generales. Y, obtendrán un

mejor entendimiento sobre las políticas operativas, de inversión y financiación que les convendría.

En el caso de tributación, se procederá a la declaración por medio de formulario o vía Internet en los días señalados que son las fechas máximas para la declaración y pago, hay que recordar que se puede declarar desde el primer día de cada mes o según el noveno dígito del RUC y en el caso el impuesto a la renta desde el primero de febrero de cada año, en el caso de las personas naturales se declarará y pagará en Marzo y en el caso de las sociedades en Abril.

#### **3.4.2.5. *Recopilación de la información contable***

Una vez que se tengan los documento detallados necesarios, se procederá a realizar los registros de datos a través de un programa de contabilidad Peachtree Premium Accounting for Distribution el mismo que al realizar los respectivos asientos emite reporte IVA, Renta , Retenciones, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, conciliaciones bancarias, mismas que se generan una vez cruzada la información.

#### **3.4.2.6. *Análisis financiero de los balances contables***

Una vez realizada la declaración de los impuestos se procederá a entregar un libro de ingresos y egresos a nuestros clientes y los respectivos comprobantes de la declaración.

Se realizará un análisis financiero de los balances, identificando: índices financieros, márgenes de venta, relación de gastos sobre los ingresos, relación de gastos sobre la utilidad o pérdida del período analizado, entre otros, que nos ayuden a identificar las fortalezas y debilidades financieras del negocio.

#### **3.4.2.7. *Recomendación de posibles medidas a implantar***

Una vez identificadas las fortalezas y debilidades financieras del negocio se procederá a recomendar a nuestro cliente los procesos o modificaciones que se deberán implementar para: sacar provecho a las fortalezas del negocio y eliminar o disminuir el impacto de las debilidades para poder obtener mayor rentabilidad en el negocio.

**FIN**

Terminado todo este proceso inicial que se llevará a cabo en el primer mes de trabajo, se procederá a realizar ya un trabajo continuo con el cliente declarando sus impuestos en la fecha estipulada y llevando mensualmente la contabilidad y realizando trimestralmente el análisis financiero ayudándole de este modo en el crecimiento de su negocio.

**Cuadro #. 10**  
**PROGRAMA MENSUAL DE PRODUCCIÓN SERVICIO (TRIBUTARIO-FINANCIERO)**

Mes	No de negocios	Precio promedio	Ventas en dólares
Enero	10	130.00	1300.00
Febrero	15	130.00	1950.00
Marzo	20	130.00	2600.00
Abril	25	130.00	3250.00
Mayo	28	130.00	3640.00
Junio	31	130.00	4030.00
Julio	34	130.00	4420.00
Agosto	37	130.00	4810.00
Septiembre	40	130.00	5200.00
Octubre	43	130.00	5590.00
Noviembre	46	130.00	5980.00
Diciembre	49	130.00	6370.00
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>1560.00</b>	<b>49140.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

En el Cuadro No. 9 se puede observar que se pretende arrancar con apenas 10 negocios, a un precio de \$ 130, este valor se sustenta en los servicios que la empresa ofrecerá:

- ✓ Servicios Contables
- ✓ Declaraciones tributarias: (Impuesto en la Renta e IVA)

Para iniciar, del segundo al cuarto mes se pretende un incremento de 5 negocios por mes, y del quinto al doceavo mes un incremento de los 3 negocios al mes, con el precio de servicio constante, cabe indicar que el precio se ha estimado tomando en cuenta que es el promedio más bajo del que ofertan negocios similares.

### 3.4.3. Distribución de ambientes

Los ambientes necesarios para que exista una; integración total, mínimas distancias de recorrido, uso adecuado de los espacios, seguridad y bienestar para los empleados son:

**Cuadro #. 11**

#### DISTRIBUCIÓN DE AMBIENTES

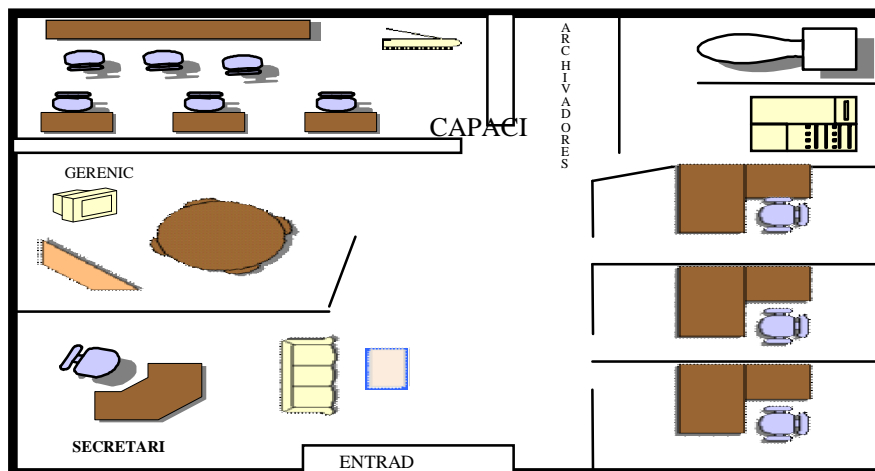
Ambiente	Área aproximada m2
Secretaria	3.00
Sala de espera	5.00
Gerencia	8.00
Asesoría trib, fina, legal	10.00
Capacitación	10.00
Accesos	4.50
Baterías sanitarias	3.00
<b>Total</b>	<b>43.50</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Esquema #. 3**

#### DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

El área que tendrá la empresa será de 45.50m<sup>2</sup> con los ambientes que describe en el Cuadro No. 10, los cuales son independientes y tienen flexibilidad para reajustarlos fácilmente a los cambios que sean requeridos.

### 3.4.4. Requerimiento de recurso humano

Hace referencia a todo el personal que necesitará el proyecto. Es necesario asegurarse que se cuente no sólo con el suficiente personal, sino que también, el personal sea calificado. La empresa contará con personal altamente capacitado que se desempeñara en las distintas áreas de servicio, es así que el equipo de trabajo estará formado por un Gerente General, un abogado, un contador, una secretaria y un mensajero.

En el mercado local se puede encontrar personal calificado con experiencia, lo cual no constituye un limitante para el tamaño del proyecto, y se puede contratar el personal necesario para desempeñar el trabajo en la empresa de asesoramiento.

El Recurso Humano con el cuál la Empresa iniciará sus actividades es:

#### Cuadro #. 12

#### RECURSOS HUMANOS

##### ENERO A DICIEMBRE

PERSONAL	SUELDO BÁSICO	BONIFICACIONES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1 Gerente General	400.00	127.77	527.77	6333.24
1 Secretaria	200.00	70.13	270.13	3241.56
1 Contador CPA	300.00	98.95	398.95	4787.40
1 Contador CBA	250.00	84.54	334.54	4014.48
1 Asesor tributario	250.00	84.54	334.54	4014.48
1 Mensajero ó tramitador	200.00	7.13	207.13	2485.56
<b>TOTAL</b>	<b>1600.00</b>	<b>473.06</b>	<b>2073.06</b>	<b>24876.72</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

## Equipos e instalaciones

Para poder desarrollar todo el trabajo inicial de identificación del negocio, ofreciendo un servicio completo y eficiente se utilizará sobre todo equipos y maquinarias con su respectiva instalación siendo estos los siguientes:

**Cuadro #. 13**

### **EQUIPOS E INSTALACIONES**

<b>Or</b>	<b>Detalle</b>	<b>Ca</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>	<b>Total Inv.</b>
<b>Programas y Sistemas de Computación</b>					
1	Programa de Contabilidad AS-400	1	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	
2	Licencia Profesional de Windows	1	\$ 180.00	\$ 180.00	<b>\$ 1,930.00</b>
<b>Equipos de Computación</b>					
1	Computadora: Corel 2 Duo 2.2 GHZ, Procesador 2.200 Mhz, 2GB DVD RW, disco duro 320, etc.	4	\$ 869.00	\$ 3,476.00	
2	Impresoras Epson LX ó 300.	2	\$ 230.00	\$ 460.00	
3	Impresoras Samsung Laser 1640ML	3	\$ 156.00	\$ 468.00	<b>\$ 4,404.00</b>
<b>Equipos de Oficina</b>					
1	Proyector Infocus	3	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	
2	Calculadoras Casio fx 350 TL	2	\$ 35.00	\$ 70.00	
3	Fax con contestador Panasonic FT-71LA	1	\$ 259.00	\$ 259.00	
4	Teléfonos inalámbricos GE 29195	1	\$ 49.00	\$ 49.00	
5	Teléfonos convencionales	3	\$ 39.00	\$ 117.00	<b>\$ 2,995.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

### **3.4.5. Suministros de oficina**

Para el proyecto en cuestión, los insumos requeridos serán los suministros de oficina, tales como: Papelería, elementos de oficina, CDs y disquetes, papel Membretado, etc.

Es indispensable tener siempre en nuestro stock de papelería los formularios:

- ✓ Formulario 101 Declaración del impuesto a la renta de sociedades.
- ✓ Formulario 102 Declaración de impuesto a la renta personas naturales y sucesiones indivisas.
- ✓ Formulario 103 Declaración de retenciones en la fuente del impuesto a la renta.
- ✓ Formulario 104 Declaración del impuesto al valor agregado (IVA).
- ✓ Formulario 105 Declaración del impuesto a los consumos especiales.
- ✓ Formulario 106 Anticipo de impuesto a la renta e impuestos especiales.
- ✓ Formulario 106-A Pago de deudas y multas tributarias.
- ✓ Formulario 107 Comprobante de retención en la fuente del impuesto a la renta por ingresos de trabajo en relación de dependencia.
- ✓ Formulario 01-A Inscripción y actualización registro único de contribuyentes RUC sociedades sector privado y público.

- ✓ Formulario 01 ó B Inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades sector privado y público.

**Cuadro #. 14**

**SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>OR</b>	<b>Detalle</b>	<b>C.</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
1	Formularios (varios)	500	1.5	750.00
2	Esferos	60	0.3	18.00
3	Lapiceros	60	0.25	15.00
4	Resma de papel A4	24	1.5	36.00
5	Carpetas	200	0.2	40.00
6	Hojas membretadas	300	0.05	15.00
7	Sobres	300	0.04	12.00
8	Sellos (varios concepto)	6	10	60.00
9	CD Regrabable	200	0.1	20.00
10	Grapadoras	8	1.5	12.00
11	Perforadoras	8	1.5	12.00
12	Cinta de impresora	18	6	108.00
13	Toner	3	15	45.00
14	Archivadores A4	100	0.6	60.00
15	Facturas con tres copias papel químico	5	7	35.00
16	Notas de Venta	5	7	35.00
17	Comprobantes de Retenciones	5	7	35.00
18	Notas de Crédito	5	5	25.00
19	Notas de Débito	5	5	25.00
20	Comprobantes de Ingreso	5	5	25.00
21	Comprobantes de Egreso	5	5	25.00
	<b>TOTAL</b>			<b>1408.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

En la elaboración de las facturas, nota de venta, comprobantes de retención, notas de crédito, débito y comprobantes de ingreso y egreso es de 5 libretines de 100c/u, es decir 500 por cada requerimiento.

Los insumos del CUADRO No.13 se podrán adquirir en el mercado local sin ninguna dificultad por la presencia de varios proveedores los cuales nos ofrecerán créditos convenientes para adquirir sus productos. Este factor no constituye ningún limitante para el tamaño del proyecto, debido a la facilidad para adquirir el producto, así como el plazo y la forma de pago.

### **Cuadro N° 15**

#### **MOBILIARIO DE OFICINA**

<b>Or</b>	<b>Detalle</b>	<b>Ca</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>	<b>Total Inv.</b>
1	Juego de estar	1	\$ 490.00	\$ 490.00	
2	Escritorios y sillas giratorias	4	\$ 580.00	\$ 2,320.00	
3	Archivero horizontal	4	\$ 190.00	\$ 760.00	
4	Archivero vertical	4	\$ 110.00	\$ 440.00	
5	Accesorios de escritorio auxiliares	4	\$ 28.00	\$ 112.00	
6	Rótulo	1	\$ 200.00	\$ 200.00	<b>\$ 4,322.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

#### **3.4.6. Gastos de puesta en marcha**

Los gastos de puesta en marcha son necesarios considerando el emplazamiento y Loy ó out de la empresa corresponden a la ubicación de paneles divisorios de madera según los ambientes diseñados. Los costos de los rubros consolidados son:

## Cuadro #. 16

### GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

<b>Rubros consolidados</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
Revestimiento de paredes, chafeados, pintadas	M2	360	2.10	756.00
Conexión de cableado para sistema computarizado	M	50	8.10	405.00
Puerta de ingreso de vidrio y aluminio	U	1	239.00	239.00
Paneles divisorios de madera y forrados con tela damasco	M2	25	30.00	750.00
<b>Total</b>				<b>\$2.150.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

El costo de los gastos de puesta en marcha es de \$2.150 y corresponde a los rubros que presenta el cuadro No. 15 que son los necesarios para adecuar el local donde funcionará la organización.

### 3.4.7. Estimación de los costos de inversión

#### **Inversión total estimada de activos fijos ó diferidos preoperativos**

Una vez que se ha determinado los costos en tecnología, muebles, suministros de oficina y mano de obra debemos obtener un total de los costos de inversión de manera que tengamos una perspectiva global del monto que debemos tener para comenzar a trabajar con todos los instrumentos necesarios.

#### **Características de las inversiones:**

Se orientan hacia el futuro, lo cual implica trabajar en base a pronósticos de comportamiento.

Ocurren en escenarios económicos dinámicos, sometidos a las influencias de inflación, devaluación, recesión.

- Por lo general se plantea a largo plazo, especialmente en sectores económicos donde el proyecto es de larga maduración.
- Los efectos de las inversiones son duraderos e irreversibles.

### **CONCLUSIONES:**

- En el estudio técnico que se realizó en la ciudad de Latacunga, se determina que existe una gran demanda insatisfecha de 4187 negocios, que se proyecta a crecer puesto que cada año se incrementa el 9.11% de actividades económicas con necesidades de servicio tributario y financiero:
- El 63% de las empresas en la ciudad de Latacunga tienen la necesidad de contratar una empresa que preste un servicio de asesoramiento Tributario y Financiero a quienes tengan experiencia y conocimiento en el tema tributario; ya que las empresas que actualmente prestan este servicio no cumplen con algunas de las expectativas.
- Los precios que pagan las empresas por el servicio de asesoramiento tributario y financiero son elevados, por esta razón los usuarios tienen la disposición de contratar con otra empresa que brinde un mejor servicio y a un menor precio.
- Las empresas que requieren el servicio de asesoría tributaria y financiera están de acuerdo a que se tenga una empresa ubicada físicamente en el sector donde se encuentra el SRI y los Bancos; es decir la empresa se ubicará en el edificio XY en la Av. Amazonas 5-121 y 5 de Junio, lugar que presenta las mejores condiciones para el desenvolvimiento de la oficina de servicios.
- El proyecto posee las condiciones humanas, equipo electrónico, mobiliario, legalización para la operación de la empresa.

## **RECOMENDACIONES:**

- Se recomienda cubrir el mercado de la ciudad de Latacunga, con la asesoría financiera tributaria siendo el mercado meta el 10% de la demanda insatisfecha teniendo como clientes 418 negocios y encargándonos del crecimiento económico de cada año que es del 9.11% de actividades económicas con necesidades de servicio tributario y financiero.
- Se recomienda tener personal con experiencia y conocimiento en el tema tributario; ya que las empresas que actualmente prestan este servicio no cumplen con algunas de las expectativas.
- Recomendamos tener precios competitivos para los usuarios que se dispongan a contratar con la empresa brindándoles un mejor servicio de calidad, a un precio justo.
- La localización será en el lugar más idóneo y evaluado en este estudio
- Es recomendable que se posea las mejores condiciones humanas, equipo electrónico, mobiliario, y que se encuentre legalizada la empresa.

## **CAPITULO IV**

### **4. ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero pretende establecer la forma con la que se va a abajar el capital disponible así como la inversión y el manejo de dinero correspondiente para cada período de trabajo, se debe mencionar que lo primero que se debe determinar es la inversión inicial y este dependerá de los activos diferidos en los que incurramos (Patentes, gastos de constitución, trámites legales, etc.) activos fijos (muebles y equipos de oficina) y capital de trabajo con el que se desea contar.

#### **Objetivo**

Evaluar la situación financiera del proyecto de prefactibilidad de la empresa de servicios de asesoramiento Tributario ó Financiero de manera que se puedan establecer ingresos y egresos que se generan durante todo el proceso y en base a estos resultados tomar las decisiones más acertadas para beneficio de la empresa.

#### **4.1. Presupuesto**

Presupuesto es determinar anticipadamente los ingresos y los egresos, para un período de tiempo determinado, de una corporación o empresa.

Para el presente proyecto los ingresos provendrán del servicio Tributario y financiero que se brindará a las microempresas de la ciudad, siendo este producto del precio del servicio por la cantidad de servicios que la empresa esté en capacidad de generar. Del mismo modo para generar estos ingresos se incurre en cierto número de gastos de manera que hagan posible la generación del servicio; a continuación se realizará una clasificación detallada de cada uno de los rubros que intervienen en los presupuestos.

##### **4.1.1. Presupuesto de inversión**

Una inversión puede estar destinada para la adquisición de activos fijos, gastos pre-operativos, capital de trabajo o para una combinación de estos rubros.

Dentro de las inversiones fijas Preoperativas se incluyen las siguientes partidas.

**Cuadro #. 17**

**ESTIMACIÓN DE LOS COSTOS DE INVERSIÓN**

<b>Nombre</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Programas y Sistemas de Computación	1,930.00	9.06%
Equipos de computación	4,404.00	20.67%
Equipos de oficina	2,995.00	14.06%
Muebles y enseres	4,122.00	19.35%
Rotulo	200.00	0.94%
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
Estudio de Factibilidad	200.00	0.94%
Gastos de constitución	300.00	1.41%
Gastos de puesta en marcha	2,150.00	10.09%
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Sueldos	4,146.12	19.46%
Suministros de oficina	234.67	1.10%
Servicios Básicos	260.00	1.22%
Publicidad	65.00	0.31%
Arriendos	300.00	1.41%
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>21,306.79</b>	<b>100.00%</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

La inversión total del proyecto en su etapa preoperativa es de \$21.306,79 de los cuales le corresponden a programas y sistemas de computación el 9.06%; el equipos de computación el 20,67%; al equipo de oficina el 14,06%; al mobiliario de oficina el 19,33%; al rótulo el 0,94%; a los estudios de factibilidad el 0,94%; a los gastos de constitución el 1,41%; en gastos de puesta en marcha (obras de adecuación del local) el 10,09%.

Los desembolsos correspondientes al capital de trabajo llevan el 23,50%; el pago al personal (19,46%), tiene un promedio de \$2073.06 mensuales. Los costos estimados de salario son referenciales en función al mercado profesional de la ciudad de Latacunga.

#### 4.1.1.1. *Inversión en activos fijos*

Los activos fijos constituyen aquellos bienes permanentes y/o derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas. Son aquellos bienes tangibles, necesarios para la operación.

##### *A. Equipos electrónicos*

Para nuestro proyecto los equipos electrónicos son la base fundamental, ya que constituyen los elementos imprescindibles para poder ejecutar el servicio, puesto que en la actualidad nuestro trabajo se basa en el conocimiento y dominio de paquetes contables, para efectuar los cálculos requeridos en cuanto a lo financiero y lo tributario que la empresa requiere.

**Cuadro #. 18**  
**INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

<b>Or</b>	<b>Detalle</b>	<b>Ca</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>	<b>Total Inv.</b>
<b>Programas y Sistemas de Computación</b>					
1	Programa de Contabilidad PeachTree	1	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00	
2	Licencia Profesional de Windows	1	\$ 180.00	\$ 180.00	<b>\$ 1,930.00</b>
<b>Equipos de Computación</b>					
1	Computadora: Corel 2 Duo 2.2 GHZ, Procesador 2.200 Mhz, 2GB DVD RW, disco duro 320, etc.	4	\$ 869.00	\$ 3,476.00	
2	Impresoras Epson LX ó 300.	2	\$ 230.00	\$ 460.00	
3	Impresoras Samsung 1610 ML	3	\$ 156.00	\$ 468.00	<b>\$ 4,404.00</b>
<b>Equipos de Oficina</b>					
1	Proyector Infocus	3	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	
2	Calculadoras Casio fx 350 TL	2	\$ 35.00	\$ 70.00	
3	Fax con contestador Panasonic FT-71LA	1	\$ 259.00	\$ 259.00	
4	Teléfonos inalámbricos GE 29195	1	\$ 49.00	\$ 49.00	
5	Teléfonos convencionales	3	\$ 39.00	\$ 117.00	<b>\$ 2,995.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

## B. Muebles de Oficina

### Cuadro #. 19

#### INVERSIÓN EN MUEBLES DE OFICINA

Or	Detalle	Ca	Precio U.	Total	Total Inv.
1	Juego de estar	1	\$ 490.00	\$ 490.00	
2	Escritorios y sillas giratorias	4	\$ 580.00	\$ 2,320.00	
3	Archivero horizontal	4	\$ 190.00	\$ 760.00	
4	Archivero vertical	4	\$ 110.00	\$ 440.00	
5	Accesorios de escritorio auxiliares	4	\$ 28.00	\$ 112.00	<b>\$ 4,122.00</b>
6	Rótulo	1	\$ 200.00	\$ 200.00	<b>\$ 200.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Hay que tomar en cuenta que existe un costo por todo lo que es publicidad visible es decir rótulos que se colocaran en las ventanas, puertas y entrada al edificio en el cartel de oficinas, dicho valor aproximadamente alcanza los \$200 USD. Trabajo que llevara a cabo el diseñador de los muebles.

#### **4.1.1.2. Activos diferidos**

Los activos diferidos son gastos que se realizan antes de que el proyecto empiece a producir. Son aquellos bienes que no se pueden ver, pero sí valorarlos. Asociados a los activos fijos se realizan las inversiones en activos diferidos, que constituyen intangibles susceptibles de amortizar.

Según estas características debemos analizar el estudio de factibilidad, los gastos de constitución, y los gastos de poner en marcha el negocio.

##### **a) Estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad se refiere a disminuir el nivel de incertidumbre (riesgo) que implica todo proceso investigativo. Llegando a obtener la posibilidad y la conveniencia de llevar a cabo el proyecto.

##### **b) Gastos de constitución**

Los gastos de constitución abarcan aquellos todo lo que se va a pagar por gastos judiciales, honorarios abogados y tramitadores, las publicaciones que exigen sea en un periódico local, gastos notariales, inscripción de todos los documentos en cada una de las instituciones.

### c) Gastos de puesta en marcha

Estos gastos constituyen todos aquellos incurridos en lo que es el funcionamiento de la oficina; es decir los arreglos, adecuaciones e instalaciones de los valores de puesta en marcha del negocio, aproximadamente se gastará \$ 2,150.00.

Una vez establecidos cada uno de los gastos que constituyen los activos diferidos se presenta el siguiente cuadro.

**Cuadro #. 20**

### **PRESUPUESTO DE ACTIVOS DIFERIDOS**

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
<b>Ord</b>	<b>Nombre Activo Diferido</b>	<b>Valor</b>
a)	Estudios de factibilidad	200
b)	Gastos de constitución	300
c)	Gastos de puesta en marcha	2150
	<b>Total</b>	<b>2650</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

#### **4.1.1.3. Capital de trabajo**

El Capital de Trabajo constituye la inversión inicial para comenzar con las actividades de la empresa durante el primer mes de su funcionamiento, ya que a partir del segundo se pueden utilizar los ingresos provenientes de las operaciones realizadas, esto permitirá el pago de sueldos, suministros, materiales, servicios básicos, publicidad y arriendos.

En el proyecto, de acuerdo a los ingresos por ventas previstos, se necesitará capital de trabajo para dos meses por cuanto los honorarios por servicios prestados a las empresas se facturan en la modalidad de ñmes vencidoö, los clientes pagarán al final del mes o a fin del servicio.

- **Arriendos.-** Este gasto constituye el pago mensual de arrendar una oficina confortable, con todos los servicios básicos, este valor asciende a USD 150.00, mensuales.
- **Publicidad.-** Los gastos en publicidad abarcan un sin número de puntos como son: los gastos de tarjeta de presentación por \$75,00; la impresión de dípticos,

este servicio tiene un costo de \$15,00 USD; anuncios en la revista \$40,00 y por anunciar en la Radio Fórmula 3 FM. La de más sintonía en el centro de la ciudad \$ 60,00, y por la creación de la Página Web \$200,00.

**Cuadro #. 21**

**CAPITAL DE TRABAJO**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>SEGUNDO MES</b>
Sueldos	4146.12
Suministros de oficina	234.67
Servicios Básicos	260.00
Publicidad	65.00
Arriendos	300.00
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>5005.79</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**4.1.2. Cronograma de inversiones**

Se elaborará un cronograma de inversiones previo a la operación, que identifique los montos para invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto; y durante la operación, en caso de existir ampliaciones o reemplazo de activos. El cronograma se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro #. 22

## CUADRO DE INVERSIONES

Nombre	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Preoperativo	2009	2010	2011	2012	2013
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Programas y Sistemas de Computación	1,930.00					\$ 1,930.00
Equipos de computación	4,404.00					4,404.00
Equipos de oficina	2,995.00					
Muebles y enseres	4,122.00					
Rotulo	200.00					
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Estudio de Factibilidad	200.00					
Gastos de constitución	300.00					
Gastos de puesta en marcha	2,150.00					
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>						
Sueldos	4,146.12					
Suministros de oficina	234.67					
Servicios Básicos	260.00					
Publicidad	65.00					
Arriendos	300.00					
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	21,306.79					\$ 6,334.00
<b>FINANCIAMIENTO</b>						
Capital social	11,306.79					
Crédito	10,000.00					
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>21,306.79</b>					<b>\$ 6,334.00</b>

Elaborado por: María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Como podemos observar para el año 0 se inicia la actividad preoperacional donde se provee a la empresa de los activos. Documentos legales, equipamiento electrónico mobiliario, de tal forma que la oficina pueda operar, con los elementos indispensables que el negocio requiere para el desenvolvimiento de sus actividades, como se trata de una empresa de servicios tenemos que para el año 1, 2, y 3 no debemos invertir en activos a excepción que el año cuatro que necesitamos reponer los equipos electrónicos, pues según la LRTI, la vida útil es de tres años, para lo cual se estima un valor semejante como base para la futura inversión.

#### **4.1.3. Presupuesto de operación**

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

##### ***4.1.3.1. Presupuesto de ingresos***

Los ingresos del negocio se sustentan en la venta de los servicios. De acuerdo a lo que se identificó en capítulos anteriores nuestros posibles clientes estarían dispuestos a pagar por nuestro servicio un valor aproximado de USD 130 por mes, con esta base se elaboró el siguiente cuadro de ventas estimadas para el primer año de preoperación.

**Cuadro #. 23**  
**INGRESOS MENSUAL PARA EL PRIMER AÑO DE**  
**PREOPERACION**

<b>Mes</b>	<b>No de negocios</b>	<b>Precio promedio</b>	<b>Ventas en \$</b>
Enero	10	130.00	1300.00
Febrero	15	130.00	1950.00
Marzo	20	130.00	2600.00
Abril	25	130.00	3250.00
Mayo	28	130.00	3640.00
Junio	31	130.00	4030.00
Julio	34	130.00	4420.00
Agosto	37	130.00	4810.00
Septiembre	40	130.00	5200.00
Octubre	43	130.00	5590.00
Noviembre	46	130.00	5980.00
Diciembre	49	130.00	6370.00
<b>TOTAL</b>	<b>378</b>	<b>1560.00</b>	<b>49140.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata,  
investigadoras

**Cuadro #. 24**  
**PROYECCIÓN DE LAS VENTAS**

<b>Años</b>	<b>% Crec.</b>	<b>Promedio</b>	<b>Ventas</b>	<b>Empresas</b>
2009		32	49,140.00	378
2010	5%	34	52,416.00	402
2011	5%	35	55,036.80	413
2012	5%	37	57,788.64	437
2013	5%	39	60,678.07	461

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica  
Zapata, investigadoras

#### **4.1.3.2. Presupuesto de egresos**

Son los egresos efectuados por las utilidades necesarias y efectivas de bienes y/o servicios que la empresa debe efectuar para cumplir las actividades de la misma. O también, constituyen todos aquellos costos y gastos que se realizan periódicamente para asegurar el funcionamiento de una empresa a lo largo del horizonte de planeamiento.

El proyecto posee una vida útil según lo que los capitalistas convengan mientras haya reposición de la inversión, modernización de los equipos, actualización profesional y eficiencia en el servicio, para nuestros cálculos vamos a tomar una proyección de 5 años en donde podemos visualizar los indicadores financieros que nos van a permitir tomar una decisión.

#### **Cuadro #. 25**

#### **PRESUPUESTO DE EGRESOS**

<b>OR.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Gastos Administrativos</b>		<b>32,173.22</b>
1	Sueldos	24,876.72
2	Suministros de oficina	1,408.00
3	Servicios Básicos	1,560.00
4	Arriendos	1,800.00
5	Depreciación	1,998.50
6	Amortización	530.00
<b>Gasto de Ventas</b>		<b>390.00</b>
1	Propaganda y Publicidad	390.00
<b>Gastos Generales</b>		<b>170.00</b>
1	Patentes Municipales	170.00
<b>Gastos Financieros</b>		<b>1297.65</b>
1	Intereses	1297.65
	<b>TOTAL</b>	<b>34,030.87</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata investigadoras

**Sueldos y Salarios.**- Involucra los gastos de planilla (sueldos y honorarios) que se les pagara durante un año basado en el contrato a ser firmado, valores detallados en el Capítulo II, cuadro No. 11.

**Cuadro #. 26**

**CUADRO DE SUELDOS Y BONIFICACIONES**

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDO BÁSICO</b>	<b>BONIFICACIONES</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
1 Gerente General	400,00	127,77	527,77	6333,24
1 Secretaria	200,00	70,13	270,13	3241,56
1 Contador CPA	300,00	98,95	398,95	4787,4
1 Contador CBA	250,00	84,54	334,54	4014,48
1 Asesor tributario	250,00	84,54	334,54	4014,48
1 Mensajero ó tramitador	200,00	7,13	207,13	2485,56
<b>TOTAL</b>	<b>1600,00</b>	<b>473,06</b>	<b>2073,06</b>	<b>24876,72</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Para el pago de nómina se toma en cuenta las siguientes observaciones:

**Beneficios Sociales.**- Comprende los pagos que la empresa debe efectuar por concepto de leyes y beneficios sociales. Algunos de estos beneficios son:

- ✓ Décimo Tercer Sueldo.- Se calcula desde el 1ro de Diciembre del año anterior al 30 de Noviembre del presente año, y se paga hasta el 24 de Diciembre.
- ✓ Décimo Cuarto Sueldo.- Se calcula desde el 1ro de Septiembre del año anterior al 31 de Agosto del presente año, y se paga el 30 de Septiembre.
- ✓ Fondos de Reserva.- Se calcula desde el 1ro de Julio del año anterior al 30 de Junio del presente año, y se paga el 30 de Septiembre. Solo recibirán los trabajadores que hayan prestado sus servicios a un mismo empleador por un período superior a un año.

*Suministros de oficina.*- Son todos los materiales de oficina que se requieren para poder ofrecer el servicio completo y mejorado.

**Cuadro #. 27**

**SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>OR</b>	<b>Detalle</b>	<b>C.</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Total</b>
1	Formularios (varios)	500	1.5	750.00
2	Esferos	60	0.3	18.00
3	Lapiceros	60	0.25	15.00
4	Resma de papel A4	24	1.5	36.00
5	Carpetas	200	0.2	40.00
6	Hojas membretadas	300	0.05	15.00
7	Sobres	300	0.04	12.00
8	Sellos (varios concepto)	6	10	60.00
9	CD Regrabable	200	0.1	20.00
10	Grapadoras	8	1.5	12.00
11	Perforadoras	8	1.5	12.00
12	Cinta de impresora	18	6	108.00
13	Toner	3	15	45.00
14	Archivadores A4	100	0.6	60.00
15	Facturas con tres copias papel químico	5	7	35.00
16	Notas de Venta	5	7	35.00
17	Comprobantes de Retenciones	5	7	35.00
18	Notas de Crédito	5	5	25.00
19	Notas de Débito	5	5	25.00
20	Comprobantes de Ingreso	5	5	25.00
21	Comprobantes de Egreso	5	5	25.00
	<b>TOTAL</b>			<b>1408.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

*Servicios básicos.*- Se cancelará el precio de los servicios de Energía Eléctrica, Teléfono e Internet; el servicios de Agua Potable está incluido en el arriendo.

**Cuadro #. 28**

**SERVICIOS BÁSICOS**

<b>Ord</b>	<b>Concepto</b>	<b>Cant.</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>Pago Mens.</b>	<b>Total Anual</b>
<b>Energía Eléctrica</b>		<b>KWH</b>			
1	Energía Eléctrica	65.28	0.46	30.00	360.00
<b>Teléfono</b>					
1	Consumo telefónico			50.00	600.00
<b>Internet</b>					
1	Internet Banda Ancha			50.00	600.00
<b>Total</b>				130.00	<b>1,560.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

- ✓ Se estima que el Pago de energía eléctrica es de \$30.00 mensual, con un consumo de 65.28 KWH a un costo de \$0.46 cada KWH, según investigación de oficinas similares.
- ✓ De igual forma el pago de telefonía se estima un valor de \$50.00, siendo la pensión básica de \$6.20 la llamada local que es la única que se utilizaría cuyo costo es de \$0.01 el minuto, de allí se calcularía el valor de los impuestos como ICE e IVA que nos dará el valor total.
- ✓ Para el Internet se contratará el servicio de Banda Ancha y tendrá un costo de \$50,00 al mes.

**Arriendo.-** La empresa alquilará un local para prestar sus servicios, el valor de arriendo es de \$150 al mes, incluido el valor de agua potable. Lo que al año significa un valor de \$ 1,800.00.

**Cuadro #. 29**

**ARRIENDO**

<b>Ord</b>	<b>Concepto</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo Mes</b>	<b>Total Anual</b>
1	Oficina	12.00	150.00	1,800.00

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Propaganda y publicidad.**- Se realizará tarjetas de presentación para hacer conocer la existencia de la empresa, de igual forma se entregaran dísticos con los servicios que se ofrecerá, se anunciará dos veces por años en la revista OPINION, y se dará difusión los doce mes del año en la radio de mayor cobertura de sintonía en el centro del país, es RADIO LATACUNGA FM, se creará la Página Web.

**Cuadro #. 30**

**PROPAGANDA Y PUBLICIDAD**

<b>Ord.</b>	<b>Concepto</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo Unit</b>	<b>Total Anual</b>
1	Tarjetas de Presentación	300	0.25	75.00
2	Dísticos	150	0.10	15.00
3	Anuncios en la Revista	2	20.00	40.00
4	Anuncios en la radio	12	5.00	60.00
5	Creación Página Web	1	200.00	200.00
	<b>Total</b>			<b>390.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Patentes y licencias.**- Los gastos por patentes y licencias son todos aquellos valores que tenemos que cancelar para ejercer un trabajo completamente lícito, es por eso que el pago por concepto de patentes municipales, permisos de funcionamiento municipales, son trámites obligatorios previos al funcionamiento de cualquier actividad económica en la ciudad, para el proyecto según la investigación realizada se tiene que pagar un valor de \$170.00 para la obtención del permiso.

**Cuadro #. 31**

**PATENTES Y LICENCIAS**

<b>ORD</b>	<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>VALOR</b>
1	Patentes y licencias	\$170.00

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Depreciaciones.-** En esta cuenta de gasto se debitarán los valores estimados que se hayan obtenido por el desgaste de los activos fijos tangibles.

El Método utilizado es el Método legal sugerido por la LRTI

VA Valor actual

VR Valor residual

% Porcentaje de depreciación de acuerdo a las LRTI

Depreciación:

(VA ó VR)\* %

### Cuadro #. 32

#### DEPRECIACIONES

Ord.	Concepto	Valor	Vida Útil	Deprec Mens	Deprec Anual
1	Programas y sistemas	1,930.00	5	32.17	386.00
2	Equipos de Computación	4,404.00	5	73.40	880.80
3	Equipos de Oficina	2,995.00	10	24.96	299.50
4	Muebles y Enseres	4,122.00	10	34.35	412.20
5	Rótulo	200.00	10	1.67	20.00
	<b>Total</b>	<b>13,651.00</b>		<b>166.54</b>	<b>1,998.50</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Amortizaciones.-** Está relacionada con los activos diferidos que deben cargarse al gasto en 5 años.

### Cuadro #. 33

#### AMORTIZACIONES

Ord	Concepto	Valor	Amort.	Amort.Mens	Amort.Anual
1	Estudios de factibilidad	200	5	3.33	40
2	Gatos de Constitución	300	5	5.00	60
3	Gastos de puesta en marcha	2150	5	35.83	430
	<b>Total</b>	<b>2650</b>		<b>44.17</b>	<b>530.00</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Gastos Financieros.-** En lo que concierne a créditos bancarios, el servicio de consultoría va a realizar un préstamo en el Banco del Pichincha debido a que se tiene ciertas facilidades en obtener dicho préstamo en esta entidad, estos valores corresponden a la cuota que se tendrá que pagar de forma mensual.

#### ***4.1.3.3. Estructura de financiamiento***

La empresa cuenta con dos fuentes básicas para el financiamiento de los recursos:

***Las fuentes propias:*** Que constituyen los aportes de los accionistas, las utilidades generadas y retenidas en la empresa. Este tipo de recursos no tiene fecha específica de devolución y no generan por su utilización un costo (intereses).

***Las fuentes externas:*** Constituidas por entidades ajenas a la empresa que confían sus recursos y son de dos clases: proveedores de bienes o servicios e Instituciones del sistema Financiero.

El financiamiento que se va a establecer en el proyecto cuenta con dos fuentes de recursos económicos o financiamiento. Primero, las fuentes propias de financiamiento y Segundo, las fuentes externas. Las fuentes propias constituyen básicamente los aportes de los socios, quienes en conjunto aportaran un total de \$ 11.306,79 USD, que se encuentra distribuido de la siguiente manera:

**Cuadro #. 34**

**ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DE SOCIOS**

<b>Socios</b>	<b>Monto aportado</b>	<b>% Aportación</b>
María Fernanda Vinueza García.	6,031.82	53.35%
Soraya Verónica Zapata Jácome.	2,500.00	22.11%
Fabián Romero	2,774.97	24.54%
<b>TOTAL</b>	<b>11,306.79</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

De igual forma se ha planificado el uso de fuentes externas de financiamiento, tales como el crédito de una entidad bancaria, para el proyecto hemos acudido al Banco del Pichincha, entidad en la que se puede conseguir el crédito con facilidad. El préstamo será de \$ 10.000.00 USD a 24 meses plazo, al 12% de interés anual, pagadero mensualmente el interés y la parte proporcional del capital.

#### 4.1.3.4. Tabla de amortización préstamo

La fuente de financiamiento externo es de 10.000.00 dólares los cuales son pagados de forma mensual a continuación se presenta el cuadro de amortización de la deuda contraída con la entidad financiera.

$$R = \frac{A}{\frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}} \qquad R = \frac{10.000}{\frac{1 - (1 + 0.01)^{-24}}{0.01}}$$

**Cuadro #. 35**

**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

Período	Cap. Insoluto	Interés	Cuota o	Cap. Pagado	Saldo
	Inicial	Vencido	Pago	por cuota /fija	Insoluto
0	10000,00				10000,00
1	10000,00	100,00	470,73	370,73	9629,3
2	9629,27	96,29	470,73	374,44	9254,8
3	9254,83	92,55	470,73	378,18	8876,7
4	8876,65	88,77	470,73	381,96	8494,7
5	8494,69	84,95	470,73	385,78	8108,9
6	8108,90	81,09	470,73	389,64	7719,3
7	7719,26	77,19	470,73	393,54	7325,7
8	7325,73	73,26	470,73	397,47	6928,3
9	6928,25	69,28	470,73	401,45	6526,8
10	6526,81	65,27	470,73	405,46	6121,3
11	6121,34	61,21	470,73	409,52	5711,8
12	5711,83	57,12	470,73	413,61	5298,2
13	5298,22	52,98	470,73	417,75	4880,5
14	4880,47	48,80	470,73	421,93	4458,5
15	4458,54	44,59	470,73	426,14	4032,4
16	4032,40	40,32	470,73	430,41	3602,0
17	3601,99	36,02	470,73	434,71	3167,3
18	3167,28	31,67	470,73	439,06	2728,2
19	2728,22	27,28	470,73	443,45	2284,8
20	2284,78	22,85	470,73	447,88	1836,9
21	1836,89	18,37	470,73	452,36	1384,5
22	1384,53	13,85	470,73	456,88	927,6
23	927,65	9,28	470,73	461,45	466,2
24	466,20	4,66	470,73	466,07	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>1297,65</b>	<b>11297,52</b>	<b>10.000,00</b>	

Elaborado por: María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

## **4.2. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADO**

Los Estados Financieros se requieren, principalmente, para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico. Constituyen una herramienta necesaria para conocer el comportamiento de la empresa y de igual forma para tomar decisiones financieras o económicas en un período determinado, por tal motivo, dicha información debe ser confiable. Como Elaborar un Proyecto de Inversión, Clifor Daniel Sosa de la Cruz; Preparación y Evaluación de proyectos, 3era Edición, Marco Caldos Molina; Preparación y Evaluación de Proyectos, Eco. Edilberto Meneses.

### **4.2.1. Estado de resultados proyectado**

Presenta el resultado de las operaciones provenientes del uso de los recursos en un período determinado. Para que una empresa pueda continuar en operación debe ser capaz de generar resultados positivos. Este estado se sustentará en las estimaciones de ingresos, gastos y determinaremos las utilidades netas del ejercicio. Para nuestro proyecto reflejará el resultado del ejercicio por prestación del servicio tributario financiero.

Cuadro #. 36

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DEL AÑO 2009 AL 2012

	Años				
	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Total Ingresos</b>	<b>49,140.00</b>	<b>52,416.00</b>	<b>55,036.80</b>	<b>57,788.64</b>	<b>61,999.27</b>
Ingreso por Servicio	49140.00	52,416.00	55,036.80	57,788.64	60,678.07
Venta Activos Fijos	0.00	0.00	0.00	0.00	1,321.20
<b>Costos de Ventas</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>49,140.00</b>	<b>52,416.00</b>	<b>55,036.80</b>	<b>57,788.64</b>	<b>61,999.27</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>32,173.22</b>	<b>32,173.22</b>	<b>32,173.22</b>	<b>32,173.22</b>	<b>32,173.22</b>
Sueldos	24,876.72	24,876.72	24,876.72	24,876.72	24,876.72
Suministros de oficina	1,408.00	1,408.00	1,408.00	1,408.00	1,408.00
Servicios Básicos	1,560.00	1,560.00	1,560.00	1,560.00	1,560.00
Arriendos	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Depreciación	1,998.50	1,998.50	1,998.50	1,998.50	1,998.50
Amortización	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00
<b>Gasto de Ventas</b>	<b>390.00</b>	<b>390.00</b>	<b>390.00</b>	<b>390.00</b>	<b>390.00</b>
Propaganda y Publicidad	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00
<b>Gastos Generales</b>	<b>170.00</b>	<b>170.00</b>	<b>170.00</b>	<b>170.00</b>	<b>170.00</b>
Patentes Municipales	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>16,406.78</b>	<b>19,682.78</b>	<b>22,303.58</b>	<b>25,055.42</b>	<b>29,266.05</b>
<b>Otras Rentas y Gastos</b>	<b>946.98</b>	<b>350.67</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
Gastos Financieros	946.98	350.67	0.00	0.00	0.00
<b>Utilidad antes Participación</b>	<b>15,459.80</b>	<b>19,332.10</b>	<b>22,303.58</b>	<b>25,055.42</b>	<b>29,266.05</b>
15% Participación Utilidades	2,318.97	2,899.82	3,345.54	3,758.31	4,389.91
<b>Utilidad antes de Impuesto</b>	<b>13,140.83</b>	<b>16,432.29</b>	<b>18,958.04</b>	<b>21,297.10</b>	<b>24,876.14</b>
25% Impuesto a la Renta	3,285.21	4,108.07	4,739.51	5,324.28	6,219.04
<b>Utilidad antes Reserva Legal</b>	<b>9,855.62</b>	<b>12,324.22</b>	<b>14,218.53</b>	<b>15,972.83</b>	<b>18,657.11</b>
10% Reserva Legal	985.56	1,232.42	1,421.85	1,597.28	1,865.71
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>8,870.06</b>	<b>11,091.79</b>	<b>12,796.68</b>	<b>14,375.54</b>	<b>16,791.39</b>

Elaborado por: María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Del Cuadro No. 33 podemos ver que el ejercicio refleja una utilidad inicial de \$8.870,06 y un incremento anual en la misma, debido al crecimiento en la venta del servicio a cuerdo al porcentaje de crecimiento de actividades económicas, en función de ello el incremento de los costos de producción dándonos resultados positivos de crecimiento de la utilidad neta por año, el ultimo año tenemos una utilidad neta de 16,791 lo que hace que el proyecto sea atractivo.

#### **4.2.2. Flujos netos de fondos proyectado**

El flujo Neto de Fondos mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y si obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

### Cuadro #. 37

#### FLUJO DE CAJA PROYECTADO CON FINANCIAMIENTO

	Años					
	Pre. inversión	2010	2011	2012	2013	2014
<b>A. Ingresos Operacionales</b>	<b>0.00</b>	<b>49,140.00</b>	<b>52,416.00</b>	<b>55,036.80</b>	<b>57,788.64</b>	<b>60,678.07</b>
Recuperación por Servicios	0.00	49,140.00	52,416.00	55,036.80	57,788.64	60,678.07
<b>B. Egresos Operacionales</b>	<b>0.00</b>	<b>32,733.22</b>	<b>32,733.22</b>	<b>32,733.22</b>	<b>32,733.22</b>	<b>32,733.22</b>
<i>Gastos Administrativos</i>	<b>0.00</b>	<b>32,173.22</b>	<b>32,173.22</b>	<b>32,173.22</b>	<b>32,173.22</b>	<b>32,173.22</b>
Sueldos	0.00	24,876.72	24,876.72	24,876.72	24,876.72	24,876.72
Suministros de oficina	0.00	1,408.00	1,408.00	1,408.00	1,408.00	1,408.00
Servicios Básicos	0.00	1,560.00	1,560.00	1,560.00	1,560.00	1,560.00
Arriendos	0.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Depreciación		1,998.50	1,998.50	1,998.50	1,998.50	1,998.50
Amortización		530.00	530.00	530.00	530.00	530.00
<i>Gasto de Ventas</i>	<b>0.00</b>	<b>390.00</b>	<b>390.00</b>	<b>390.00</b>	<b>390.00</b>	<b>390.00</b>
Propaganda y Publicidad	0.00	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00
<i>Gastos Generales</i>	<b>0.00</b>	<b>170.00</b>	<b>170.00</b>	<b>170.00</b>	<b>170.00</b>	<b>170.00</b>
Patentes Municipales	0.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00
<b>C. Flujo Operacional (A - B)</b>	<b>0</b>	<b>16,406.78</b>	<b>19,682.78</b>	<b>22,303.58</b>	<b>25,055.42</b>	<b>27,944.85</b>
<b>D. Ingresos no operacionales</b>	<b>21306,79</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1,321.20</b>
Venta De Activos Fijos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1,321.20
Crédito Adquiridos	10000	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Aportes de capital	11306,79	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>E. Egresos no operacionales</b>	<b>16301</b>	<b>6,245.20</b>	<b>10,656.63</b>	<b>7,007.89</b>	<b>8,085.05</b>	<b>15,416.59</b>
Pago intereses	0.00	946.98	350.67	0.00	0.00	0.00
Pago de créditos de L/P	0.00	5,298.22	4,701.78	0.00	0.00	0.00
Pago participación de utilidades	0.00	0.00	2,318.97	2,899.82	3,345.54	3,758.31
Pago de impuestos	0.00	0.00	3,285.21	4,108.07	4,739.51	5,324.28
<i>Adquisición de Activos Fijos</i>	<b>13651</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>6,334.00</b>
Programa y Sistemas Comput.	1930	0.00	0.00	0.00	0.00	1,930.00
Equipos de Computación	4404	0.00	0.00	0.00	0.00	4,404.00
Equipos de Oficina	2995	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Muebles de Oficina	4122	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Rotulo	200	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<i>Activos Diferidos</i>	<b>2650</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
Estudios de Factibilidad	200					
Gastos de Constitución	300	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de puesta en marcha	2150	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>F. Flujo no Operacional (D - E)</b>	<b>5005,79</b>	<b>-6,245.20</b>	<b>-10,656.63</b>	<b>-7,007.89</b>	<b>-8,085.05</b>	<b>-14,095.39</b>
<b>G. Flujo Neto Generado (C + F)</b>	<b>5005,79</b>	<b>10161,58</b>	<b>9026,15</b>	<b>15295,69</b>	<b>16970,37</b>	<b>13849,46</b>
(+) Depreciación		1998,5	1998,5	1998,5	1998,5	1998,5
(+) Amortización		530	530	530	530	530
<b>H. Saldo Inicial de Caja</b>	<b>0</b>	<b>5005,79</b>	<b>17695,87</b>	<b>29250,52</b>	<b>47074,71</b>	<b>66573,58</b>
<b>I. Saldo Final de Caja (G + H)</b>	<b>5005,79</b>	<b>17695,87</b>	<b>29250,52</b>	<b>47074,71</b>	<b>66573,58</b>	<b>82951,54</b>

Elaborado por: María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

### 4.2.3. BALANCE GENERAL

Es un estado conciso o sintético, formulado con datos de los libros de contabilidad llevados por la partida doble, en el cual se consignan de un lado, todos los recursos y del otro, las obligaciones de la empresa en un periodo determinada.

El Balance refleja la situación financiera con la cual una empresa termina un período económico; este, tiene por objeto rendir un claro y preciso informe a las partes interesadas en la empresa sobre la situación de la misma al final de un año comercial.

**Cuadro #. 38**

**BALANCE GENERAL PROYECTADO DEL AÑO 2009 AL 2012**

	AÑOS				
	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Activo</b>					
<b>Activo Corriente</b>	<b>27,695.87</b>	<b>39,250.51</b>	<b>57,074.70</b>	<b>76,573.57</b>	<b>92,951.53</b>
Caja	27,695.87	39,250.51	57,074.70	76,573.57	92,951.53
<b>Activo Fijo</b>	<b>11,652.50</b>	<b>9,654.00</b>	<b>7,655.50</b>	<b>5,657.00</b>	<b>9,992.50</b>
Programa y Sistemas de computación	1,930.00	1,930.00	1,930.00	1,930.00	3,860.00
Equipos de Computación	4,404.00	4,404.00	4,404.00	4,404.00	8,808.00
Equipos de Oficina	2,995.00	2,995.00	2,995.00	2,995.00	2,995.00
Muebles de Oficina	4,122.00	4,122.00	4,122.00	4,122.00	4,122.00
Rotulo	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
(-) Depreciación Acumulada	1,998.50	3,997.00	5,995.50	7,994.00	9,992.50
<b>Activo Diferido</b>	<b>2,120.00</b>	<b>1,590.00</b>	<b>1,060.00</b>	<b>530.00</b>	<b>0.00</b>
Estudios de Factibilidad	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Gastos de Constitución	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Gasto Puesta en Marcha	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00	2,150.00
(-) Amortización	530.00	1,060.00	1,590.00	2,120.00	2,650.00
<b>Total Activos</b>	<b>41,468.37</b>	<b>50,494.51</b>	<b>65,790.20</b>	<b>82,760.57</b>	<b>102,944.03</b>
<b>Pasivo</b>	<b>10,305.96</b>	<b>7,007.89</b>	<b>8,085.05</b>	<b>9,082.59</b>	<b>10,608.94</b>
Préstamo Bancario	4,701.78				
15% Participación Trabajadores	2,318.97	2,899.82	3,345.54	3,758.31	4,389.91
25% Imp. Renta	3,285.21	4,108.07	4,739.51	5,324.28	6,219.04
<b>Patrimonio</b>	<b>31,162.41</b>	<b>43,486.63</b>	<b>57,705.16</b>	<b>73,677.98</b>	<b>92,335.09</b>
Capital Social	21,306.79	21,306.79	21,306.79	21,306.79	21,306.79
Reservas	985.56	2,217.98	3,639.84	5,237.12	7,102.83
Utilidad Retenida	0.00	8,870.06	19,961.85	32,758.53	47,134.08
Utilidad del Ejercicio	8,870.06	11,091.79	12,796.68	14,375.54	16,791.39
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>41,468.37</b>	<b>50,494.51</b>	<b>65,790.20</b>	<b>82,760.57</b>	<b>102,944.03</b>

Elaborado por: María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

En el balance podemos observar que cada año se incrementa la considerablemente nuestra liquidez, en el año quinto se compra el equipo de computación depreciado, que asciende a \$4.404,00 y los programas y sistemas de computación por un valor de \$1.930,00 de inversión.

### **4.3. EVALUACIÓN FINANCIERA**

En Preparación y Evaluación de proyectos, 3era Edición, Marco Caldos Molina; Preparación y Evaluación de Proyectos, Eco. Edilberto Meneses se menciona: "Este análisis es la parte final del estudio de factibilidad, el evaluador debe realizar verificaciones en los datos que se consideran básicos. Sin esta labor se corre el riesgo de aprobar una inversión que fracasaría al poco tiempo de instalada o que no tendría un buen desarrollo."

#### **4.3.1. Determinación de la tasa de descuento**

La tasa de descuento, tasa mínima o costo de oportunidad del capital se llama así porque es la rentabilidad a la que se renuncia al invertir en el proyecto en lugar de invertir en título.

Para el caso de este proyecto la TMAR, se ha fijado en base un costo de capital, el mismo que viene a ser el aporte de terceros con un porcentaje de 10%.

Mientras que para determinar la TMAR de los aportes de los socios se considerara la tasa de inflación proyectada que atraviesa el país que es del 8% aproximadamente, al mismo que le sumaremos 2 puntos de tolerancia en relación a posibles cambios en el gobierno que pueden afectar a nuestras proyecciones dando como resultado un porcentaje del 10%.

La TMAR del Proyecto es:

$$\text{TMAR} = 2\% + 8\% = 10\%$$

Se fijará una tasa de descuento para el proyecto, que requiera de financiamiento externo de un banco o de terceros y de fuentes propias. Cada fuente de

financiamiento tiene su propia expectativa de rendimientos o de utilidades esperadas.

Para el capital propio se ha calculado un 10%, en función de la tasa activa que registra el Banco Central del Ecuador para todo tipo de préstamo destinado a la inversión tanto en proyectos de empresa como proyecto personal cualquier institución bancaria del país. Es necesario ajustar los rubros de los impuestos (tasa impositiva) que en el caso de Ecuador es el correspondiente al Impuesto a la Renta y la Participación a los Trabajadores, que es del 36%.

La tasa de interés del Banco del Pichincha, para el presente proyecto será del 12%, el ajuste es el siguiente:

T = Tasa Impositiva

TMAR del Banco = 0.12 (1 ó t)

TMAR del Banco = 0.12 (1 ó 0.36) = 0.0768 = 7.68%

Con esto podemos calcular el Costo Promedio Ponderado del Capital, que es la combinación de las tasas anteriores.

El 46,93% del financiamiento del proyecto proviene de fuentes externas (Banco Pichincha) y el 53.07% proviene de fuentes propias.

### **Cuadro #. 39**

#### **COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL**

	<b>Valor</b>	<b>% Aportación</b>	<b>TMAR</b>	<b>Ponderación</b>
Accionistas	11,306.79	53.07%	10.00%	5.31%
Crédito	10,000.00	46.93%	7.68%	3.60%
<b>TMAR</b>	21,306.79	100.00%		8.91%

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

### 4.3.2. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación que se utilizarán en este proyecto son los siguientes:

- ✓ Valor Presento Neto (VPN)
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR)
- ✓ Período de Recuperación de la Inversión (PRI)
- ✓ Relación Beneficio / Costo (B/C)

#### 4.3.2.1. *Valor presente neto*

Consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente; considerando un porcentaje fijo, que representa el valor del dinero en el tiempo. O puede ser definido como la sumatoria de los valores actualizados, a una tasa adecuada o pertinente para el inversionista, del flujo neto de fondos.

Es un valor medido en dinero de hoy, indica la mayor riqueza de hoy que obtendría el inversionista si decide ejecutar este proyecto, en lugar de su mejor alternativa. El valor presente de los flujos que genera un proyecto menos la inversión, puede representar un valor negativo, la inversión no es recomendable; si la diferencia es cero o positiva la inversión es aceptable .

$$VPN = -I_o + \frac{\sum Xi}{(1+i)^n}$$

**Donde:**

VPN = Valor Presente Neto

$I_o$  = Inversión Inicial

$\sum Xi$  = Flujos de Fondos de Proyecto

$i$  = Tasa de Descuento

$n$  = número de períodos

**Cuadro #. 40**  
**CÁLCULO DEL VAN**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>FN/(1+i)<sup>n</sup></b>
0	-21,306.79	-21,306.79
1	12,690.08	11,652.97
2	11,554.65	9,743.18
3	17,824.19	13,801.49
4	19,498.87	13,864.30
5	16,377.96	10,693.51
-	<b>VAN</b>	<b>38,448.67</b>

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

El Valor Actual Neto que generó el proyecto demuestra que es atractivo, y factible, es decir que si invertimos hoy 21.306,79 en el futuro obtendremos \$38.448,67, con lo que pagamos la deuda y obtenemos un porcentaje de utilidad.

#### **4.3.2.2. Tasa interna de retorno**

Es aquella tasa de interés que iguala el valor actualizado del flujo de los ingresos con el valor actualizado del flujo de los costos; es decir, que se obtiene la Tasa Interna de Retorno cuando el Valor Actual Neto es igual a cero, la TIR representa el máximo porcentaje que dará como ganancia el proyecto en caso de que todo salga bien. La TIR, mide la rentabilidad del dinero que se mantendría dentro del proyecto; o, representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido.

Para obtener esta tasa se utilizará el método de Interpolación que consiste en utilizar un sistema de aproximaciones sucesivas, partiendo de una tasa de descuento inicial, la misma que se va ajustando hasta obtener dos tasas que den como resultado un Valor Actual Neto positivo y otro negativo, pero con la característica o condición de que los valores tiendan a cero

**La TIR se puede calcular a partir de la siguiente fórmula:**

$$TIR = -I_o + \frac{FNC1}{(1+i)^1} + \frac{FNC2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+i)^n} = 0$$

**Donde:**

TIR = Tasa Interna de Retorno

Io = Inversión Inicial

FNC = Flujo Neto de Caja

i = Tasa de Descuento

n = número de períodos

Donde VAN es cero

La i es la Tasa Interna de Retorno, y se puede apreciar que este criterio es equivalente a hacer el VAN igual a cero o que determina la tasa que le permite al flujo actualizado ser cero.

**Cuadro #. 41**

**CÁLCULO DEL TIR**

<b>Período</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Flujo	- 21,306.79	12,690.08	11,554.65	17,824.19	19,498.87	16,377.96
Flujo descontado	- 21,306.79	11,652.97	9,743.18	13,801.49	13,864.30	10,693.51
<b>TIR</b>	<b>47.00%</b>					

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

La Tasa Interna de Retorno es igual a 47.00% esta tasa indica un rendimiento efectivo de los recursos invertidos en el proyecto y se la compara con la tasa de descuento que es del 0,089%, en donde se observa que la TIR es mayor y por tanto el proyecto es viable.

### 4.3.2.3. Período de recuperación de la inversión

Se lo define como el espacio de tiempo necesario para que el flujo de recibos en efectivo, producidos por una inversión, iguallen el desembolso de efectivo originalmente requerido para la misma inversión.

Es el plazo de recuperación real de una inversión; es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada período de su vida útil. Su fórmula es:

$$PRR = \text{ño hasta que } (FCN) = \text{Inversión}$$

El período de recuperación de la inversión para el inversionista es:

$$\text{Inversión Inicial} = \$21.306,79$$

**Cuadro #. 42**

#### CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACION

Período	0	1	2	3	4	5
Flujo	-21,306.79	12,690.08	11,554.65	17,824.19	19,498.87	16,377.96
Flujo Descontado	-21,306.79	-8,616.71	2,937.94	14,886.25	4,612.62	11,765.34
Restas			0.25			
<b>PR</b>	1.25					

**Elaborado por:** María Fernanda Vinuesa, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

1	12	Meses	
0.25	X	=	3.00
1	30	Días	
0	X	=	0
PR	=	Un año, 3 meses, 00 días	

Se ha determinado que la inversión realizada se la recuperará en un período de un año tres meses, motivo por el cual el proyecto es viable, ya que en menos de lo proyectado se puede recuperar la inversión.

#### 4.3.2.4. *Relación beneficio costo*

Este método utiliza los mismos flujos descontados y la inversión utilizados en el cálculo de la Tasa Interna de Retorno y el Valor Actual neto. La estimación se obtiene sumando los flujos y luego se divide para la inversión.

Esta razón expresa el rendimiento, en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida; indica el número de unidades monetarias recuperadas o ganadas por cada unidad invertida en el proyecto.

Este criterio tiene la característica de que el resultado obtenido debe ser mayor a 1 para poder aceptar el proyecto, lo que a su vez indica que el Van es positivo, caso contrario se debe rechazar el proyecto.

**Cuadro #. 43**

#### **CÁLCULO DE LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

<b>Período</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Flujo	21,032.82	12,690.08	11,554.65	17,824.19	19,498.87	16,377.96
Flujo Descontado	21,032.82	11,652.97	9,743.18	13,801.49	13,864.30	10,693.51
<b>B/C</b>	2.84					

**Elaborado por:** María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

El resultado es de 2,84USD, lo cual indica que por cada dólar que se invierte en el proyecto de Asesoramiento, se va a recuperar o ganar 2,84USD, lo que determina que el proyecto es viable.

#### 4.3.2.5. *Punto de equilibrio*

En Preparación y Evaluación de proyectos, 3era Edición, Marco Caldos Molina; Preparación y Evaluación de Proyectos, Eco. Edilberto Meneses dicen: "El punto de equilibrio es el punto donde los ingresos son iguales a sus egresos, es decir en donde no existe ganancia ni pérdida para el proyecto, o en otras palabras, es el método que sirve para determinar el volumen de ventas en el cual una compañía cubre los costos sin ganar ni perder dinero." A continuación se detallan los costos fijos y variables existentes en la actividad principal de la firma Consultora y la fórmula utilizada:

**Cuadro #. 44**

#### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>DATOS GENERALES</b>	
VENTAS	49140.00
COSTOS FIJOS	30,712.20
COSTOS VARIABLES	2,968.00
CLIENTES	378

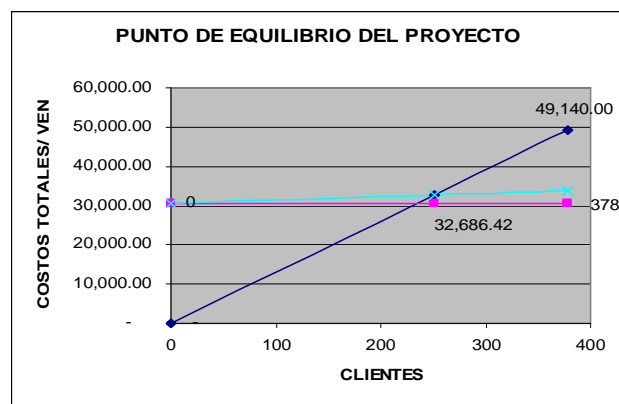
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES</b>	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES</b>
<b>Ingreso Total</b> $IT = p * q$ $49.140,00 = 378p$ $p = 130$	<b>Costo total en el punto de equilibrio</b> $Co = \frac{CF}{1 - \frac{C. V. T.}{Precio}}$
<b>Costo Variable Total</b> $CVT = q * v$ $2.968,00 = 378v$ $v = 7.85$	$Co = \frac{30.712,20}{1 - \frac{7,85}{130}}$
<b>Clientes en el punto de equilibrio</b> $Qo = CF/(p-v)$ $Qo = 30.712,20/(130-7,85)$	$Co = \frac{30.712,20}{0.94}$
$Qo = 251.43$	$Co = 32.686,42$

	VTAS	FIJOS	VARIABLE	TOTAL
0	-	30,712.20	-	30,712.20
<b>251.43</b>	<b>32,686.42</b>	<b>30,712.20</b>	<b>1,974.23</b>	<b>32,686.42</b>
378	49,140.00	30,712.20	2,968.00	33,680.20

Elaborado por: María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

**Gráfico #. 19**

### PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO



Elaborado por: María Fernanda Vinueza, Soraya Verónica Zapata, investigadoras

Determinar el punto de equilibrio nos sirve para saber que número de empresas tenemos que atender para no obtener pérdida de manera que se puedan establecer estrategias para mantener este nivel de servicio, en este caso la empresa ASERFIT Cía. Ltda. Tiene que alcanzar un nivel mínimo de 251 negocios.

Cabe recalcar que la mayoría de costos son fijos son los sueldos, arriendos, depreciaciones, amortizaciones, publicidad, patentes municipales, e interés poseen un valor fijo anual, los costos variables son los costos financieros que por el gasto resulta variable es decir los suministros de oficina y servicios básicos. Pero que no se encuentra en función de la actividad operacional de la empresa.

## **CONCLUSIÓN:**

- Al evaluar la parte financiera el estado de resultados podemos ver las utilidades como van creciendo el primer año tenemos una utilidad de 8870 dólares, al segundo se incrementa en 11091 dólares, para los siguientes años sigue creciendo lo que nos da una factibilidad en el proyecto al no tener pérdidas sino al crecer desde el primer año.
- El análisis financiero determina que el proyecto es viable por cuanto los índices financieros presentan resultados positivos que enmarcan la viabilidad del proyecto obteniendo un VAN positivo, un TIR positivo del 47,00%, una razón beneficio costo por cada dólar invertido se recupera \$2,84, y un periodo de recuperación de la inversión de un año y tres meses.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda la puesta en marcha de la asesoría financiera ó tributaria por el atractivo nivel de utilidades anuales.
- Se recomienda que el presente proyecto sea puesto en marcha lo más pronto posible, ya que representa un proyecto viable de acuerdo a los indicadores financieros, que multiplicará los recursos económicos, creará más de seis plazas de empleo y contribuirá con el mejor desarrollo de las actividades económicas de la ciudad de Latacunga. El local de Asesoría Tributaria Financiera, con la finalidad de que se logre cubrir una parte de la demanda insatisfecha para lo cual se recomienda invertir en una consultoría que ofrezca un servicio eficiente mediante proyectos continuos de ampliación para cubrir un mayor porcentaje de la demanda que se ha proyectado.